



Healthy lives. Measurable results.

INFORME SUMARIO TRAC TABLERO DE INSTRUMENTOS DE PSI

NICARAGUA (2009): Estudio TRaC de VIH/SIDA
Hombres que tienen sexo con otros Hombres en
Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN.
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

**NICARAGUA (2009): Estudio TRaC de VIH/SIDA
Hombres que tienen sexo con otros Hombres en
Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN.
2ª Ronda nacional**

División de Investigación de PSI
2009

© Population Services International, 2009

Contactos:

Steven Cuadra, Coordinador
Nacional de Investigaciones
PASMO/Nicaragua
Carretera a Masaya km 10 1/4
Managua, Nicaragua, C.A.
Office Tel: +505 2276 0268 / 2276
2675
FAX: +505 2276 2679
E-mail: scuadra@pasmo-ca.org

Norbert de Anda,
Director de País
PASMO/Nicaragua
Carretera a Masaya km 10 1/4
Managua, Nicaragua, C.A.
Office Tel: +505 2276 0268 / 2276
2675
FAX: +505 2276 2679
E-mail: ndeanda@pasmo-ca.org

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

Cita sugerida para este informe:

PSI Research Division, "NICARAGUA (2009): Estudio TRaC de VIH/SIDA HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN", 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 un adaptación del diseño realizado en con la misma población en el 2007. Steven Cuadra y Paul Callejas, investigadores de PASMO Nicaragua, se encargaron del análisis de datos y escribir el reporte bajo la supervisión de Benjamin Nieto-Andrade, investigador regional. El equipo local contribuyó con la formulación de conclusiones.

TABLA DE CONTENIDOS

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. TABLA DE MONITOREO	9
3. GRÁFICAS DE MONITOREO	18
4. TABLA DE SEGMENTACIÓN 1: Uso de condón en la última relación sexual con cualquier tipo de pareja	24
5. GRÁFICAS DE SEGMENTACIÓN (Tabla 1)	26
6. TABLA DE SEGMENTACIÓN 2: Uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas	28
7. GRÁFICAS DE SEGMENTACIÓN (Tabla 2)	30
8. TABLA DE EVALUACIÓN 1: Efectos de la exposición a actividades educativas de PASMO	31
9. GRÁFICAS DE EVALUACIÓN (Tabla 1)	35
10. TABLA DE EVALUACIÓN 2: Efectos de la exposición a anuncios en medios masivos de PASMO	36
11. TABLA DE RESUMEN DE IMPACTO 1: Efectos de la exposición a actividades educativas de PASMO	40
12. TABLA DE RESUMEN DE IMPACTO 2: Efectos de la exposición a anuncios en medios masivos de PASMO	43
13. CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	45
14. ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD	48

RESUMEN EJECUTIVO

ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

En agosto y septiembre del 2009 PASMO/PSI realizó una encuesta TRaC en 5 departamentos de Nicaragua (Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN) entre hombres que tienen sexo con otros hombres (HSH). Dicha encuesta cubre los temas de VIH/SIDA, comportamientos de riesgo y determinantes de uso del condón. La encuesta es un seguimiento a la realizada en el año 2007 para: 1) monitorear las tendencias en el comportamiento y otros determinantes claves de Oportunidad, Habilidad y Motivación (OHM) entre HSH en Nicaragua; 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 (desde Guatemala a Panamá). Prioriza sus esfuerzos en grupos particularmente vulnerables (jóvenes, hombres que tienen sexo con hombres, trabajadoras sexuales, población garífuna, clientes potenciales de las trabajadoras, etcétera). 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 interpersonal (CIP); 2) campañas en medios masivos de comunicación; y 3) una estrategia de mercadeo social de amplia cobertura para incrementar el acceso y la disponibilidad de condones masculinos. Sólo en el año 2009 se realizaron un total de 184,241 contactos por medio de actividades educativas con HSH en Centro América.

METODOLOGÍA

A través de una estrategia de muestreo RDS (*Respondent Driven Sampling*) se seleccionó un total de 597 HSH como sujetos del estudio en el año 2007 y 619 en el año 2009. La encuesta incluyó preguntas acerca de sus características demográficas, comportamiento sexual, uso de condones y lubricantes, determinantes OHM y exposición a las intervenciones de PASMO. Se utilizó el análisis de varianza (UNIANOVA) 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. Para identificar determinantes significativos del uso consistente del condón se usó regresión logística; adicionalmente se hizo un análisis de varianza para estimar las medias o proporciones ajustadas de cada variable en el modelo final de la regresión.

PRINCIPALES HALLAZGOS

Los resultados de monitoreo muestran que:

- ∴ El uso de condón durante la última relación sexual, aumentó significativamente con parejas ocasionales masculinas de 81.1% a 89% ($p < 0.001$), con parejas fijas (estables) masculinas de 66% a 77% ($p < 0.001$). En general hubo un aumentó

- significativamente en el uso de condón durante la última relación sexual con cualquier pareja de 76.3% a 85%. Por otro lado, no se observaron cambios significativos entre el 2007 y el 2009 en relación al uso consistente de condón en los últimos 30 días con parejas comerciales y fijas masculinas, ni con parejas femeninas. Sin embargo hubo una reducción significativa en cuanto al uso consistente de condón en los últimos 30 días con parejas ocasionales de 88.6% a 79.1% ($p < 0.001$).
- ∴ El porcentaje de HSH que se hicieron una prueba de VIH en Nicaragua fue de 59.2% y de estos el 95% recibió sus resultados. Así mismo, quienes reportan haber tenido o sospechado tener una infección de transmisión sexual (ITS) fue del 18.7%, y de estos el 65.1% reporta haber asistido al médico durante el último episodio de ITS. Estas cifras no difieren significativamente en relación al 2007.
 - ∴ Hay una reducción en el % de HSH que opinan que una persona puede verse saludable y estar infectada con el VIH, de 91.7% a 78.9% ($p < 0.001$)
 - ∴ Hay una reducción en el % de HSH que conocen (referrido de forma espontánea) métodos de prevención del VIH (abstinencia, reducción de parejas, fidelidad mutua y uso del condón) de 24.5% a 13.5% ($p < 0.001$). El % HSH que creen que la reducción de parejas ocasionales es ún método de prevención del VIH se redujo significativamente de 38.5% a 13.1% ($p < 0.001$). En cambio hubo un aumento en el % de HSH que de manera espontánea refieren que el uso del condón es un método de prevención del VIH, de un 91.7% a 97.5% ($p < 0.001$).

Un primer análisis de segmentación indica que la probabilidad de que los HSH usen consistentemente un condón con todo tipo de parejas masculinas, aumenta con:

- ∴ Haber usado alguna vez lubricante con condones en los últimos 30 días. Aproximadamente 63% de los usuarios consistente y 53% de los usuarios no consistentes reportaron haber usado alguna vez lubricante con condones (OR=1.6; $p < 0.05$).
- ∴ Creer que los condones VIVE son tan buenos como los de otras marcas. Usuarios consistente reportan un promedio de escala de 3.01 (rango 1-4; representando 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con el enunciado propuesto en la escala) y los usuarios no consistentes de 2.95 (OR=1.47; $p < 0.05$).
- ∴ Reportar que VIVE es la marca de condón que usó durante su última relación sexual con condón (OR=4.2; $p < 0.05$). Aproximadamente 98% de los usuarios consistente y 93% de los usuarios no consistentes reportaron VIVE como la marca de condón.
- ∴ Opinar que los condones no se rompen con frecuencia. Usuarios consistente reportan un promedio de escala de 2.45 (rango 1-4; representando 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con el enunciado propuesto en la escala) y los usuarios no consistentes de 2.18 (OR=1.98; $P < 0.001$).
- ∴ Reportan tener la habilidad para proponer, negociar, e influir sobre sus parejas acerca del uso del condón. Usuarios consistente presentaron un promedio más alto (3.24) en la escala de ubicación de control positiva (rango 1-4; representando 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con los enunciados propuestos en la escala), en comparación con los usuarios no consistentes (2.29) (OR=6.9; $p < 0.001$).
- ∴ Mayor intensidad de exposición a mensajes de PASMO a través de medios masivos de comunicación. HSH que están expuesto a mensajes de televisión (OR=1.26; $p < 0.05$) y radio (OR=1.35; $p < 0.05$) presentan mayor probabilidad de

ser usuarios consistentes de condones. Usuarios consistentes estuvieron expuestos en promedio a mayor número de tipo de mensajes de PASMO durante los últimos 12 meses (promedio de mensajes en televisión 3.9 [máximo número de tipo de mensajes reportados 5]; promedio de mensajes en radio 2.5 [máximo número de tipo de mensajes reportados 3]), que los usuarios no consistentes (promedio de mensajes en televisión 3.6 [máximo número de tipo de mensajes reportados 5]; promedio de mensajes en radio 2.4 [máximo número de tipo de mensajes reportados 3]).

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

- ⚡ Portar un condón. El 39% de los usuarios consistente y el 30% de los usuarios no consistentes refirieron portar un condón al momento de la entrevista (OR=1.83; $p<0.05$).
- ⚡ Haber usado alguna vez lubricante con condones en los últimos 30 días. Aproximadamente 59% de los usuarios consistente y 45% de los usuarios no consistentes reportaron haber usado alguna vez lubricante con condones (OR=2.6; $p<0.01$).
- ⚡ Haber realizado una prueba de VIH. El 59% de los usuarios consistente y el 43% de los usuarios no consistentes reportaron haberse realizado una prueba de VIH en los últimos 12 meses (OR=1.86; $p<0.05$).
- ⚡ Reporta que es fácil tener acceso a condones. Usuarios consistente presentaron un promedio más alto (3.13) en la escala de disponibilidad (rango 1-4; representando 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con los enunciados propuestos en la escala), en comparación con los usuarios no consistentes (3.2) (OR=2.7; $p<0.01$).
- ⚡ Reportar que VIVE es la marca de condón que usó durante su última relación sexual con condón (OR=6.48; $p<0.01$). Aproximadamente 97% de los usuarios consistente y 90% de los usuarios no consistentes reportaron VIVE como la marca de condón.
- ⚡ Reportan tener la habilidad para proponer, negociar, e influir sobre sus parejas acerca del uso del condón. Usuarios consistente presentaron un promedio más alto (3.21) en la escala de ubicación de control positiva (rango 1-4; representando 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con los enunciados propuestos en la escala), en comparación con los usuarios no consistentes (2.92) (OR=9.4; $p<0.001$).
- ⚡ Opinar que usar condones todas las veces no es difícil. Usuarios consistente reportan un promedio de escala de 2.53 (rango 1-4; representando 1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo con el enunciado propuesto en la escala) y los usuarios no consiste de 2.24 (OR=2.06; $P<0.001$).

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 y:

- ⚡ Cambios positivos en relación a comportamientos saludables: reducción en el % de HSH que tuvieron ulcera, llaga, granos o picazón excesiva en sus genitales

- en los últimos 12 meses, aumento en el % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual, % HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista.
- ∴ Cambios positivos en determinantes de oportunidad asociados a la burbuja de marca atractiva: aumento en el % de HSH que reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón, % de HSH que reportan prefieren comprar condones VIVE que los de cualquier otra marca.
 - ∴ Cambios positivos en determinantes de habilidad asociados a la burbuja de conocimiento: Aumento en el % HSH que respondieron de manera ayudada todas las maneras de prevenir la transmisión sexual del VIH (abstinencia, fidelidad, reducción de parejas y uso consistente de condón) .

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 reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional.
- ∴ El porcentaje de HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón.
- ∴ El porcentaje de HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón.

El segundo análisis de evaluación, no se observa asociación entre exposición a anuncios en medios masivos de PASMO y cambios positivos en determinantes de comportamiento y OHM. 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 sobre el efecto de medios masivos en los indicadores de interés.

RECOMENDACIONES PROGRAMÁTICAS

- ∴ El porcentaje de HSH que usaron condón en la última relación sexual con cualquier pareja (masculina y femenina) incrementó de forma significativa. Este cambio se observa sobretodo en relación a parejas ocasionales y parejas fijas. Sin embargo no se observó cambios significativos entre el 2007 y el 2009 en cuanto al % de HSH que participaron en actividades de PASMO y usaron condón durante la última relación sexual con cualquier pareja (masculina y femenina), pero a pesar de no observarse cambio el indicador se mantiene alto, ya que aproximadamente 9 de cada 10 HSH que han estado expuestos a actividades de PASMO usaron condón durante su última relación sexual.
- ∴ El porcentaje de HSH con uso consistente de condón en los últimos 30 días con cualquier pareja masculina no varió significativamente entre el 2007 y 2009. Un análisis según tipo de pareja revela que no hubo cambios significativos para ninguno de los tipos, con excepción del caso de parejas ocasionales, observándose una reducción en el porcentaje de HSH que usaron condón de forma consistente con este tipo de parejas. En el grupo de HSH que participaron en actividades de PASMO, no se observó cambios significativos entre el 2007 y el 2009 en cuanto al uso consistente de condón con cualquier parejas

- masculina. Siete de cada diez HSH que participaron en actividades de pasmo son usuarios consistentes.
- ∴ En relación al uso de lubricantes se observa una tendencia a la reducción del % de HSH que usan lubricantes. El % de HSH que se ha realizado una prueba no presentó cambios significativos, y más del 90% de los que se hacen la prueba reciben los resultados y concederían. A pesar que es complejo demostrar impacto en estos indicadores, los datos globales sugieren que para poder mantener alto los indicadores o bien crear un impacto positivo sobre dichos comportamientos, trabajar en tres áreas: eliminar la falsa confianza que se tiene hacia las parejas “conocidas”, aumentar las habilidades de negociación del uso de condón y continuar con los esfuerzos para incrementar la disponibilidad de condones.
 - ∴ El tener una alta percepción de riesgo de adquirir VIH/SIDA no se traduce en un aumento en el uso consistente de condón o en el uso de condón durante la última relación sexual.
 - ∴ El percibirse con la persona que propone el uso del condón con cualquier pareja se asocia fuertemente con un incremento en la probabilidad de uso consistente de condón o bien de uso de condón durante la última relación sexual, a como puede observarse en el análisis de segmentación. En Nicaragua se observa un incremento positivo entre el 2007 y el 2009 en relación a la habilidad de del individuo para convencer a cualquier pareja de utilizar un condón. Por tal motivo se debe seguir trabajando en las técnicas de negociación.
 - ∴ PASMO ha demostrado, a través de varios estudios anteriores, que mientras los individuos porten un condón consigo, aumentan las probabilidades de que utilicen uno. Por otro lado este estudio revela un dato de gran interés. A pesar de que hay una reducción en el % de HSH que han usado lubricantes en el último mes, entre aquellos que si reportan su uso aumenta su probabilidad de ser usuario consistente de condón de usar condón al momento de su última relación sexual. Por lo que se recomienda incrementar el uso de lubricante en la población meta a través de reforzar los mensajes que promuevan uso de lubricante, ya sea a través de la aplicación de nuevas metodologías de CIP o bien incrementando la exposición a través de medios masivos, ya que como este estudio mismo demuestra los medios siguen jugando un rol importante en la promoción y adopción de comportamientos saludables en la población meta.

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:

Tendencias de uso de condón y determinantes de Oportunidad, Habilidad y Motivación (OHM) en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN. Nicaragua, 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, estable/fija o comercial) y uso consistente de condón en los últimos 30 días con todos los tipos de parejas masculinas.

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
COMPORTAMIENTO/USO			
<i>Uso del condón - lubricante</i>			
<i>Uso de condón en la última relación sexual</i>	%	%	
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ¹	81.1	89.0	***
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja estable ²	66.0	77.7	***
- % HSH que reportan uso HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja comercial ³	85.3	89.5	ns
- % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja femenina ⁴	57.3	65.9	ns
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual (Cualquier pareja) -	76.3	85.0	***
- ^ % HSH que participaron en actividades de PASMO y usaron condón durante la última relación sexual con cualquier pareja (masculina o femenina) ⁵	87.8	88.3	ns
<i>Uso consistente de condón en los últimos 30 días</i>	%	%	
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional ⁶	88.6	79.1	***
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja estable ⁷	67.5	70.2	ns
- % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja comercial ⁸	90.5	87.8	ns
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con cualquier pareja masculina ⁹	72.4	69.7	ns
- % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja femenina ¹⁰	58.3	61.0	ns
- ^ % de HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con todas las parejas, masculinas o femeninas. ¹¹	65.0	61.8	ns
- ^ % de HSH que participaron en actividades de PASMO y usaron condón de forma consistente durante durante los últimos 30 día con todas las parejas masculinas ¹²	75.2	69.7	ns
<i>Uso de condón alguna vez</i>	%	%	
- ^ % HSH que reportan haber usado al menos una vez condón durante una relación sexual en los últimos 30 días con cualquier pareja (masculina y femenina) ¹³	86.8	89.4	ns
<i>Portación de condones</i>	%	%	
- ^HSH que portaban un condón al momento de la entrevista	45.3	38.3	*
<i>Uso de lubricante</i>	%	%	
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón ¹⁴	72.6	64.1	***
- ^ % HSH que reportaron uso de lubricantes, acompañado de condones (durante la última relación sexual) ¹⁵	63.4	51.1	***
<i>Prueba VIH</i>	%	%	

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
- ^ % de HSH que se hicieron una prueba de VIH en los últimos 12 meses	53.9	59.2	ns
- ^ % HSH que se hicieron un examen de VIH y recibieron resultados ¹⁶	98.1	95.9	ns
- ^ % HSH que recibieron post consejería al recibir resultados de la prueba de VIH en los últimos 12 meses ¹⁷	94.1	92.7	ns
Clientes – Parejas			
<i>Clientes – Parejas últimos 12 meses</i>			
	%	%	
- % HSH que tuvieron parejas ocasionales durante los últimos 12 meses	75.9	81.9	*
- % HSH que tuvieron parejas fijas durante los últimos 12 meses	67.5	59.9	**
- % HSH que tuvieron parejas comerciales durante los últimos 12 meses	35.1	40.8	*
- % HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas masculina (ocasional, fija, comercial) durante los últimos 12 meses	98.9	99.5	ns
- % de HSH que tuvieron parejas femeninas durante los últimos 12 meses	34.7	33.3	ns
- % HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas (incluyendo parejas femeninas) durante los últimos 12 meses	98.9	99.8	ns
	<i>media</i>	<i>media</i>	
- Media de parejas ocasionales en los últimos 12 meses ¹⁸	5.16	5.25	ns
- Media de parejas fijas en los últimos 12 meses ¹⁹	1.55	1.58	ns
- Media de parejas comerciales en los últimos 12 meses ²⁰	9.7	4.9	***
- Media de parejas masculinas durante los últimos 12 meses ²¹	8.4	7.1	ns
- Media de parejas femeninas en los últimos 12 meses ²²	3.13	3.38	ns
- Media de parejas de cualquier tipo (masculinas y femeninas) durante los últimos 12 meses. ²³	9.5	8.2	ns
<i>Clientes – Parejas últimos 30 días</i>			
	%	%	
- % HSH que tuvieron parejas ocasionales durante los últimos 30 días	55.9	55.3	ns
- % HSH que tuvieron parejas fijas durante los últimos 30 días	54.6	42.5	***
- % HSH que tuvieron parejas comerciales durante los últimos 30 días	24	26.3	ns
- % HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas masculina (ocasional, fija, comercial) durante los últimos 30 días	84.4	80.2	***
- % HSH que tuvieron parejas femeninas durante los últimos 30 días	25.9	24.6	ns
- % HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas (incluyendo parejas femeninas) durante los últimos 30 días.	90.7	85.1	***
	<i>media</i>	<i>media</i>	
- Media de parejas ocasionales en los últimos 30 días ²⁴	2.1	2.4	ns
- Media de parejas fijas en los últimos 30 días ²⁵	1.12	1.18	ns
- Media de parejas comerciales en los últimos 30 días ²⁶	4.2	2.1	***
- Media de parejas masculinas (de cualquier tipo) durante los últimos 30 días ²⁷	3.12	2.9	ns
- Media de parejas femeninas en los últimos 30 días ²⁸	1.57	1.57	ns
- Media de parejas de cualquier tipo (masculinas y femeninas) durante los últimos 30 días. ²⁹	3.51	3.18	ns
<i>Múltiples parejas</i>			
	%	%	
- ^ % HSH que tuvieron más de una pareja en los últimos 30 días. ³⁰	65.9	68.8	ns
- ^ % HSH que tuvieron más de una pareja en los últimos 12 meses ³¹	89.6	87.9	ns
Infecciones de transmisión sexual (ITS)			
	%	%	
- ^ % de HSH que padecieron una ITS durante el último año	7.9	6.1	ns
- ^ % de HSH que tuvieron secreción anormal o pus en su pene en los últimos 12 meses	1.4	3.3	*
- ^ % de HSH que tuvieron úlcera, llaga, granos o picazón excesiva en sus genitales en los últimos 12 meses.	14.5	4.2	***
- ^ % de HSH que padecieron o sospecharon padecer una ITS o sus síntomas durante el último año	16.6	18.7	ns
- ^ % HSH que consultaron a personal de salud durante el último episodio de ITS ³²	65.2	65.1	ns
OPORTUNIDAD			
Disponibilidad	%	%	

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
- ^ % HSH que dice que puede encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (de un sitio de ligue o de riesgo) ³³	82.8	76.5	**
- ^ % HSH que conoce donde puede realizarse una prueba de VIH	90.5	87.2	ns
- ^ % HSH conoce un lugar donde pueda recibir orientación o consejería al momento de hacerse la prueba de VIH	84.7	82.5	ns
	<i>media</i>	<i>media</i>	
- Media de la escala de disponibilidad: HSH perciben los condones están fácilmente disponibles cuando se necesitan (1-4)	3.097	3.15	*
- <i>Es fácil obtener condones cerca del sitio donde usualmente consigue pareja (1-4)</i>	3.11	3.22	**
- <i>Siempre puede encontrar un condón cuando necesita uno (1-4)</i>	3.09	3.13	ns
- <i>Encontrar un lugar donde vendan condones es fácil (1-4)</i>	3.17	3.21	ns
- <i>Es fácil para usted tener siempre a la mano un condón (1-4)</i>	3.1	3.2	*
- <i>Cuando quiere encontrar un condón lo encuentra en menos de 10 minutos (1-4)</i>	3.02	3.02	ns
	%	%	
Atracción de la marca de condones VIVE			
- ^ % HSH que reportan a VIVE como la marca favorita de condones	92.6	96.3	ns
- ^ % de HSH que reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón.	89.7	95.2	***
- % HSH que reportan VIVE es la marca de condones que usa con mayor frecuencia	-	49	nc
	<i>media</i>	<i>media</i>	
- HSH se identifica con la marca Vive (1-4)	-	3.2	nc
- HSH cree que los condones que regalan, son tan buenos como los que se compran (1-4)	2.6	2.8	**
- HSH cree que los condones VIVE son tan buenos como los de otras marcas (1-4)	3.03	3.07	ns
- HSH prefiere comprar condones VIVE que los de cualquier otra marca (1-4)	3.0	3.2	***
	<i>media</i>	<i>media</i>	
Atributos de la marca de condones VIVE			
- Escala de atributos de marca positivos: Escala de HSH que piensan que los condones VIVE tienen atributos de marca positivos (1-4)	-	3.3	nc
- <i>Los condones VIVE son una marca que refleja buena calidad (1-4)</i>	-	3.29	nc
- <i>Los condones VIVE son cómodos de usar (1-4)</i>	-	3.29	nc
- <i>Los condones VIVE tienen buena lubricación (1-4)</i>	-	3.25	nc
- HSH que opinan que los condones VIVE no les producen incomodidad (irritación, alergia) (r) ³⁴ (1-4)	-	2.9	nc
	<i>media</i>	<i>media</i>	
Normas sociales			
- Media de la escala de normas sociales: HSH aspiran tener una sola pareja (1-4)	2.02	2.01	ns
- <i>Los hombres no se sienten orgullosos de tener varias parejas sexuales (r) (1-4)</i>	1.98	2.08	*
- <i>Los hombres pueden controlar sus impulsos sexuales (r) (1-4)</i>	2.06	1.97	*
- <i>Los hombres en ocasiones deciden perder una oportunidad de tener sexo (r) (1-4)</i>	1.90	1.89	ns
- <i>Los hombres no necesitan tener mas de una pareja (r) (1-4)</i>	2.12	2.08	ns
- <i>La minoría de mis amigos tienen varias parejas sexuales (r) (1-4)</i>	1.92	1.83	*
- <i>Es bien visto por mis amigos el tratar de reducir mi numero de parejas sexuales (r) (1-4)</i>	2.14	2.19	ns
- Media de la escala de normas sociales: HSH se perciben aceptados (No discriminados) (1-4)	-	1.96	nc
- <i>Cuando la gente se entera de que un hombre tuvo sexo con otro hombre usualmente no lo rechazan (r) (1-4)</i>	1.95	1.92	ns
- <i>Los hombres no evitan ser vistos con hombres gay obvios (r) (1-4)</i>	1.88	1.81	ns
- <i>Un hombre es atractivo para mi no solo si luce masculino (r) (1-4)</i>	1.99	2.16	***
- <i>La mayoría de los Hombres que tienen sexo con hombres, no tienen que esconder su gusto por los hombres para evitar ser discriminados (r) (1-4)</i>	2.29	2.08	***
- <i>Es bien visto por la sociedad un hombre al que le gustan los hombres</i>	1.87	1.88	ns

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
(r) (1-4)			
- Para ser respetado, un hombre no necesita mantener oculto que le gustan otros hombres (r) (1-4)	1.85	2.0	***
- La mayoría de la gente no se siente incomoda estando cerca de un hombre que saben que tiene sexo con otro hombre (r) (1-4)	1.95	2.01	ns
- Los hombres no evitan tener compañeros sexuales que luzcan afeminados (r) (1-4)	1.85	2.09	***
- Media de la escala: La mayoría de hombres evitan tener sexo con parejas ocasionales si no tienen condones (1-4)	3.16	2.85	***
HABILIDAD			
Conocimiento	%	%	
- ^ % HSH que opinan que una persona puede verse saludable y estar infectada con el VIH	91.7	78.9	***
- ^ % HSH que respondieron espontáneamente todas las maneras de prevenir la transmisión sexual del VIH (abstinencia, fidelidad, reducción de parejas y uso consistente de condón) ³⁵	24.5	13.5	***
- ^ % HSH que respondieron de manera espontánea que saben que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH.	38.5	13.1	***
- ^ % HSH que respondieron de manera espontánea que saben que el uso del condón es un método de prevención del VIH.	91.7	97.5	***
- ^ % HSH que respondieron de manera espontánea que saben que evitar tener relaciones sexuales es un método de prevención del VIH.	46.5	40.9	ns
- ^ % HSH que respondieron de manera espontánea que saben que la fidelidad mutua con una persona es un método de prevención del VIH.	24.5	13.5	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada todas las maneras de prevenir la transmisión sexual del VIH (abstinencia, fidelidad, reducción de parejas y uso consistente de condón) ³⁶	-	81.4	nc
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH.	-	90.1	nc
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que el uso del condón es un método de prevención del VIH.	-	94.8	nc
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que evitar tener relaciones sexuales es un método de prevención del VIH.	-	92.9	nc
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que la fidelidad mutua con una persona es un método de prevención del VIH.	-	94.5	nc
Apoyo social			
- HSH refiere que sus amigos le preguntan si lleva condones cuando va a tener sexo con alguien (1-4)	3.08	3.18	**
Autoeficacia para convencer a su pareja			
- % HSH que no tiene problemas en rechazar tener relaciones anales con una pareja ocasional si ninguno de los dos tienen condones ³⁷	57.4	44.5	***
- ^% HSH que pueden convencer a cualquier pareja para que use condón ³⁸	92.8	94.7	ns
- ^% HSH que se siente seguro de la forma en que debe usarse un condón ³⁹	95.5	95.3	ns
Autoestima	media	media	
- Media de Escala de autoestima positiva: HSH que reportan sentimientos asociados con una autoestima positiva (1-4)	3.3	3.4	**
- Siente que es una persona que vale igual que los demás (1-4)	3.36	3.46	*
- Siente que tiene un buen número de buenas cualidades (1-4)	3.36	3.42	ns
- Es capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente (1-4)	3.26	3.36	**
- Toma una actitud positiva ante sí mismo (1-4)	3.30	3.37	*
- En general está satisfecho consigo mismo (1-4)	3.24	3.25	ns
- HSH siente que no es un fracaso (r)	2.95	3.11	**
- HSH siente que tiene mucho de lo cual estar orgulloso (r)	2.46	2.68	***
- HSH siente que la mayor parte de veces es suficientemente bueno (r)	2.47	2.74	***
MOTIVACIÓN			

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
Expectativas de resultado	%	%	
- ^ % HSH que creen que el uso de condones reduce el riesgo de contraer VIH/SIDA ⁴⁰	53.1	54.6	ns
- % HSH que creen que el uso de condones no reduce el placer ⁴¹	36.5	47	***
- % HSH que creen que Los condones no se rompen con frecuencia ⁴²	53.4	46.1	*
- ^ % HSH que creen que el uso de lubricantes (acompañado de condones) reduce el riesgo de contraer VIH/SIDA, particularmente en las relaciones sexuales de alto riesgo ⁴³	69.2	67	ns
- ^ % HSH que creen que la reducción de parejas ocasionales reduce el riesgo de infectarse con VIH. ⁴⁴	85.1	91.1	***
Amenaza (percepción de riesgo)			
<i>Severidad de la amenaza</i>	<i>media</i>	<i>media</i>	
- % de HSH que creen que el SIDA es mas grave que otras enfermedades	3.47	3.39	*
<i>Susceptibilidad</i>	%	%	
- ^ % HSH que creen que están en riesgo de adquirir VIH si no usan el condón de forma consistente ⁴⁵	93	92.7	ns
- % HSH que creen estar en riesgo de adquirir VIH ⁴⁶	97.7	89.3	***
<i>Susceptibilidad</i>	<i>media</i>	<i>media</i>	
- Media de Escala de percepción de riesgo (amenaza): HSH que creen que están en riesgo de adquirir VIH (1-4)	-	2.71	nc
- <i>Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA (1-4)</i>	3.07	2.80	***
- <i>Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA (1-4)</i>	3.0	2.7	***
- <i>Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no ha utilizado condón</i>	2.86	2.67	***
- HSH creen que el SIDA ha afectado la forma en que se comporta en su vida (1-4) (r)	2.27	2.13	**
- HSH le preocupa que alguna ex-pareja pueda haber infectado con el virus del SIDA a su pareja actual o más reciente (1-4)	3.06	2.83	***
- HSH opina que percibe estar en riesgo de adquirir el SIDA si no utilizó el condón siempre (1-4)	3.00	3.04	ns
Disponibilidad de pago			
- ^ % HSH que opinan que Los condones son baratos ⁴⁷	88.3	91.7	ns
- % HSH que opinan que posee los recursos para comprar condones ⁴⁸	82.4	95.9	***
Creencias			
- Escala de creencias negativas: HSH que tienen creencias equivocadas acerca del tipo de personas en que pueden confiar para dejar de usar condón, y en relación a otros aspectos (1-4) ⁴⁹	-	2.34	nc
- <i>Si realmente amas a alguien no es necesario usar condón (1-4)</i>	2.38	2.29	ns
- <i>Parejas confiables no te infectarán con el VIH (1-4)</i>	2.25	2.29	ns
- <i>Los condones son únicamente para usar con parejas no confiables (1-4)</i>	2.29	2.32	ns
- <i>Si una pareja me dice que no tiene VIH creo en su palabra</i>	2.14	2.05	*
- <i>Se puede reconocer por la apariencia a una persona infectada con el VIH (1-4)</i>	2.34	2.44	ns
- <i>Teme que su pareja le rechace si le propone que usen condones (1-4)</i>	2.63	2.47	**
- <i>Es incómodo usar condón con parejas que le hacen sentir amado y único (1-4)</i>	2.61	2.50	*
- <i>Los condones tienen agujeros que permiten que el VIH pase a través de ellos (1-4)</i>	2.37	2.20	***
Ubicación de control	%	%	
- ^HSH que opinan que usar condones todas las veces no es difícil para ellos ⁵⁰	63.7	48.2	***
- ^HSH que afirman que son ellos quienes proponen a su pareja ocasional el uso de condón	89.9	92.4	ns
- ^HSH que afirman que son ellos quienes proponen a su pareja regular el uso de condón ⁵¹	87.3	92.1	**
	<i>media</i>	<i>media</i>	
- Media de la escala de control: HSH proponen el uso de condón (1-4)	3.1	3.2	***
- <i>Utilizar un condón depende de usted (1-4)</i>	3.29	3.26	ns

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
- <i>La última vez que tuvo sexo usted propuso el uso de condón (1-4)</i>	3.10	3.12	ns
- <i>Usted es quien propone a su pareja ocasional el uso de condón (1-4)</i>	3.11	3.21	**
- <i>Usted es quien propone a su pareja regular el uso de condón (1-4)</i>	3.04	3.20	***
- HSH opina que hay mucho que puede hacer para prevenir infectarse con el VIH (r)	2.61	2.43	***
- HSH rechaza que tarde o temprano que va a adquirir el virus que causa SIDA (r)	2.22	2.33	*
- HSH opina que cuando no esta bebido o drogado no es probable que deje de usar condones (r)	2.32	2.51	***
- HSH opina que cuando no esta bebido o drogado toma menos riesgos para adquirir el virus que causa el SIDA (r)	2.38	2.48	*
Actitudes	%	%	
- ^ % HSH que considera importante saber su estado con respecto al VIH ⁵²	96.2	96.1	ns
- ^ % HSH que considera importante la asesoría médica para el tratamiento de una ITS ⁵³	97.4	98	ns
- Media de la escala de actitudes: HSH reconocen la importancia de saber su estado serológico, de hacerse la prueba del VIH/SIDA, y de buscar atención médica para el tratamiento de una ITS)	3.27	3.34	**
- <i>Sería lo mejor para su pareja regular y para usted hacerse la prueba del SIDA antes de que dejen de usar condones</i>	3.31	3.32	ns
- <i>Es importante conocer su estado con respecto al VIH</i>	3.23	3.31	*
- <i>Es necesario buscar atención médica para el tratamiento de una ITS</i>	3.25	3.38	**
Intención	<i>media</i>	<i>media</i>	
- HSH planifica hacerse una prueba de VIH en los próximos 3 meses	3.09	3.25	***
- HSH reporta que la próxima vez que tengan relaciones sexuales pretende usar condón (1-4) ⁵⁴	-	3.37	nc
EXPOSICIÓN			
<i>Exposición a mensajes de prevención de VIH y uso de condones en medios masivos</i>			
- HSH que recuerdan haber visto en la televisión o periódico, o haber escuchado en la radio mensajes de prevención del VIH en el último año (al menos un anuncio)	83	93.2	***
- HSH que recuerdan haber visto en la televisión o periódico, o haber escuchado en la radio anuncios de condones en el último año (al menos un anuncio)	92.5	94.3	ns
<i>Exposición a mensajes de PASMO en medios masivos⁵⁵</i>	%	%	
- HSH que recuerdan haber visto al menos un anuncio de televisión de PASMO en el último año (televisión local, cable o cine)	92.1	97.3	***
- HSH que recuerdan haber visto o leído al menos un anuncio impreso de PASMO en el último año (vallas, autobuses, paradas de transporte público, revistas o suplementos)	87	91.6	**
- HSH que recuerdan haber escuchado en radio al menos uno de los anuncios de PASMO en el último año	96	81.9	***
- HSH que recuerdan haber visto en la televisión o en el periódico, o haber escuchado en la radio al menos un anuncio de PASMO en los últimos 12 meses	97.7	97.8	ns
	<i>media</i>	<i>media</i>	
- Cantidad de tipos o versiones de mensajes a los que han estado expuestos en medios masivos, incluyendo televisión (televisión local, cable o cine), impresos (vallas, autobuses, paradas de transporte público, revistas o suplementos) y radio (medido en forma continua, es decir, ningún mensaje, un mensaje, etcétera)	2.83	7.53	***
<i>Exposición a actividades interpersonales de prevención de VIH de PASMO</i>			
- ^ % HSH que participaron en actividades de PASMO ejecutadas por PASMO o por otra ONG amiga (al menos en una actividad interpersonal) ⁵⁶	-	57.7	nc
- ^ % HSH que participaron en actividades de PASMO ejecutadas por PASMO (al menos en una actividad interpersonal) ⁵⁷	14.1	52.1	***
- ^ % HSH que reportan haber participado en el "El Reto" ⁵⁸	54.1	32.9	**

INDICADOR	2007 N= 597	2009 N=619	Sig.
- ^ %HSH que reportan haber participado en “1, 2, 3 Saludable” ⁵⁹	50	40.5	ns
- ^ %HSH que reportan haber participado en “Conversatorios” ⁶⁰	89.1	43.7	***
- ^ %HSH que reportan haber participado en “Espacio P” ⁶¹	40.6	13.3	***
- ^ %HSH que reportan haber participado en “Viviendo la Vida” ⁶²	40.6	13.3	***

^ Indicador de donante

ns=no significativo *: $p<0.05$; **: $p<0.01$; ***: $p<0.001$

Los porcentajes y medias ajustadas se obtuvieron controlando por variables sociodemográficas en ambas encuestas (2007 y 2009): edad, nivel educativo, identidad sexual, si alguna vez cobró o recibió dinero por tener relaciones sexuales en los últimos 12 meses, religiosidad, estado civil, número de personas que dependen del apoyo económico del entrevistado, y ciudad de origen.

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.

Los valores de las escalas son de 1 a 4: “1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo”.

(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 Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional (2007 N=444; 2009 N=516)

² Entre HSH que reportaron haber tenido pareja estable (fija/regular) (2007 N=415; 2009 N=359)

³ Entre HSH que reportaron haber tenido al menos pareja comercial (2007 N=180; 2009 N=282)

⁴ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja femenina (2007 N=164; 2009 N=249)

⁵ Calculado entre HSH que participaron en actividades de PASMO (2007 N=95; 2009 N=312)

⁶ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=318; 2009 N=353)

⁷ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja fija en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=321; 2009 N=247)

⁸ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja comercial en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=119; 2009 N=184)

⁹ Entre HSH que reportan haber tenido al menos una pareja masculina de cualquier tipo (2007 N=523; 2009 N=501)

¹⁰ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja femenina en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=119; 2009 N=184)

¹¹ Entre HSH que reportan haber tenido al menos una pareja de cualquier tipo en los últimos 30 días (masculina o femenina) (2007 N=532; 2009 N=536)

¹² Calculado entre HSH que participaron en actividades de PASMO y tuvieron pareja masculina en los últimos 30 días (2007 N=86; 2009 N=263).

¹³ Entre HSH que reportan haber tenido al menos una pareja de cualquier tipo en los últimos 30 días (masculina o femenina) (2007 N=532; 2009 N=536)

¹⁴ Entre HSH que reportan haber usado al menos una vez condón durante una relación sexual en los últimos 30 días con cualquier pareja (masculina y femenina) (2007=456; 2009=484)

¹⁵ Calculado entre HSH que utilizaron un condón en su última relación sexual P19 (2007 N=458; 2009 N=524)

¹⁶ Calculado entre HSH que se hicieron un examen de VIH en los últimos 12 meses (2007 N=337; 2009 N=351)

¹⁷ Calculado entre HSH que se hicieron un examen de VIH y recibieron resultados (2007 N=330; 2009 N=337)

¹⁸ Calculado entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional (2007 N=444; 2009 N=516)

¹⁹ Calculado entre HSH que reportaron haber tenido pareja fija (2007 N=415; 2009 N=359)

²⁰ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial (N=180; 2009 N= 282)

²¹ Calculado entre HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas masculinas durante los últimos 12 meses (2007 N=590; 2009 N= 616)

²² Calculado entre HSH que tuvieron parejas femenina (2007 N=164; 2009 N= 249)

²³ Calculado entre HSH que tuvieron parejas de cualquier tipo durante los últimos 12 meses (2007 N=590; 2009 N= 618)

²⁴ Calculado entre HSH que reportaron haber tenido al menos una pareja ocasional en el último mes (2007 N=321; 2009 N=355)

²⁵ Calculado entre HSH que tuvieron parejas fijas durante los últimos 30 días (2007 N=331; 2009 N= 258)

- ²⁶ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial durante los últimos 30 días (2007 N=120; 2009 N=186)
- ²⁷ Calculado entre HSH que tuvieron parejas masculina durante los últimos 30 días (2007 N=523; 2009 N=501)
- ²⁸ Calculado entre HSH que tuvieron parejas femeninas durante los últimos 30 días (2007 N=120; 2009 N=187)
- ²⁹ Entre HSH que reportan haber tenido al menos una pareja de cualquier tipo (masculina o femenina) (2007 N=532; 2009 N=536)
- ³⁰ Entre HSH que reportan haber tenido al menos una pareja de cualquier tipo (masculina o femenina) (2007 N=532; 2009 N=536)
- ³¹ Calculado entre HSH que tuvieron parejas de cualquier tipo durante los últimos 12 meses (2007 N=590; 2009 N= 618). 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.
- ³² Calculado entre HSH que han tenido o sospechado tener alguna infección de transmisión sexual o enfermedad venérea en estos últimos 12 meses (2007 N=99; 2009 N= 1116). 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.
- ³³ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ³⁴ Indicador no incluido en la primera ronda, sólo se cuenta con información del 2009
- ³⁵ Se solicitó que listaran de forma espontánea 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 (abstinencia, ser fiel, reducción de parejas y uso consistente de condón). Esta pregunta se hizo sólo en el 2009, por lo que no puede hacerse una comparación de dos rondas.
- ³⁶ Se preguntó si conocía los diferentes métodos, uno por uno, para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron afirmativamente a todas las opciones mencionadas (abstinencia, ser fiel, reducción de parejas y uso consistente de condón)
- ³⁷ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ³⁸ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ³⁹ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ⁴⁰ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ⁴¹ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ⁴² Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ⁴³ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ⁴⁴ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.
- ⁴⁵ Para el análisis de este indicador se usaron dos preguntas medidas con escalas (con valores de 4=totamente de acuerdo, 3= De acuerdo, 2= En desacuerdo, 1= Totalmente en desacuerdo): 1) Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no ha utilizado condón; y 2) Puede estar en riesgo de adquirir el SIDA si no utilizo el condón siempre. Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁴⁶ Para el análisis de este indicador se usaron tres preguntas medidas con escalas (con valores de 4=totalmente de acuerdo, 3= De acuerdo, 2= En desacuerdo, 1= Totalmente en desacuerdo): 1) Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA; 2) Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA; 3) Le preocupa que alguna ex-pareja pueda haber infectado con el virus del SIDA a su pareja actual o más reciente. Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁴⁷ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁴⁸ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁴⁹ Esta escala, en la primera ronda, no incluía las mismas variables por lo que no es comparable.

⁵⁰ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁵¹ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁵² Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁵³ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

⁵⁴ Indicador no incluido en la primera ronda, sólo se cuenta con información del 2009

⁵⁵ 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.

⁵⁶ 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.

⁵⁷ 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".

⁵⁸ Calculado entre HSH que reporta haber participado en alguna actividad de PASMO en los últimos 12 meses (2007 N=95; 2009 N=312)

⁵⁹ Calculado entre HSH que reporta haber participado en alguna actividad de PASMO en los últimos 12 meses (2007 N=95; 2009 N=312)

⁶⁰ Calculado entre HSH que reporta haber participado en alguna actividad de PASMO en los últimos 12 meses (2007 N=95; 2009 N=312)

⁶¹ Calculado entre HSH que reporta haber participado en alguna actividad de PASMO en los últimos 12 meses (2007 N=95; 2009 N=312)

⁶² Calculado entre HSH que reporta haber participado en alguna actividad de PASMO en los últimos 12 meses (2007 N=95; 2009 N=312)

GRÁFICOS DE MONITOREO

Gráfico de monitoreo #1:

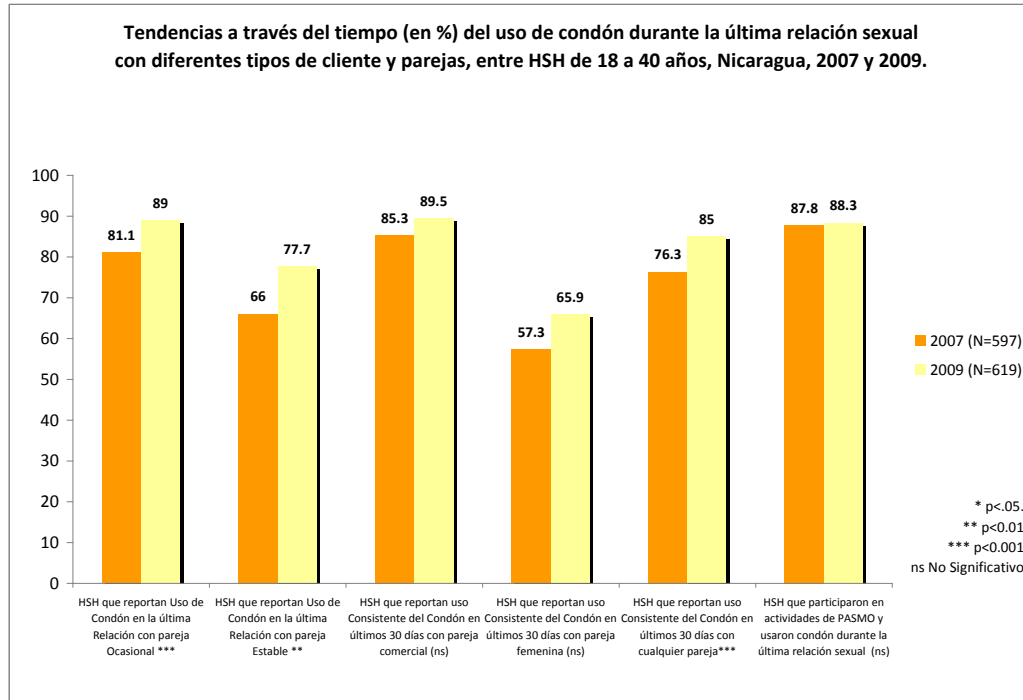


Gráfico de monitoreo #2:

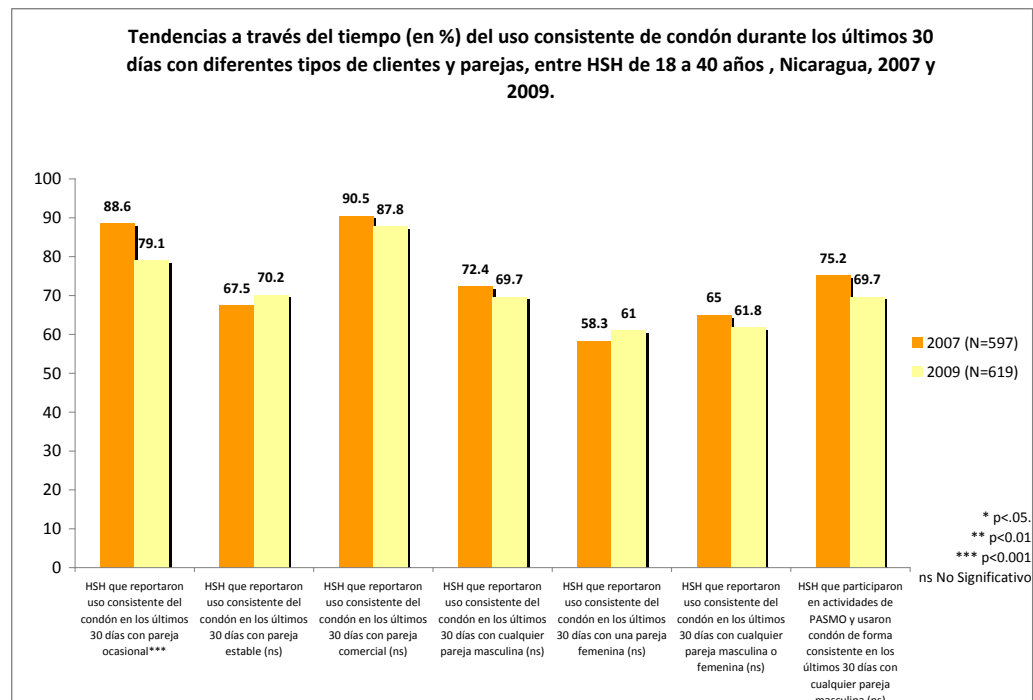


Gráfico de monitoreo #3:

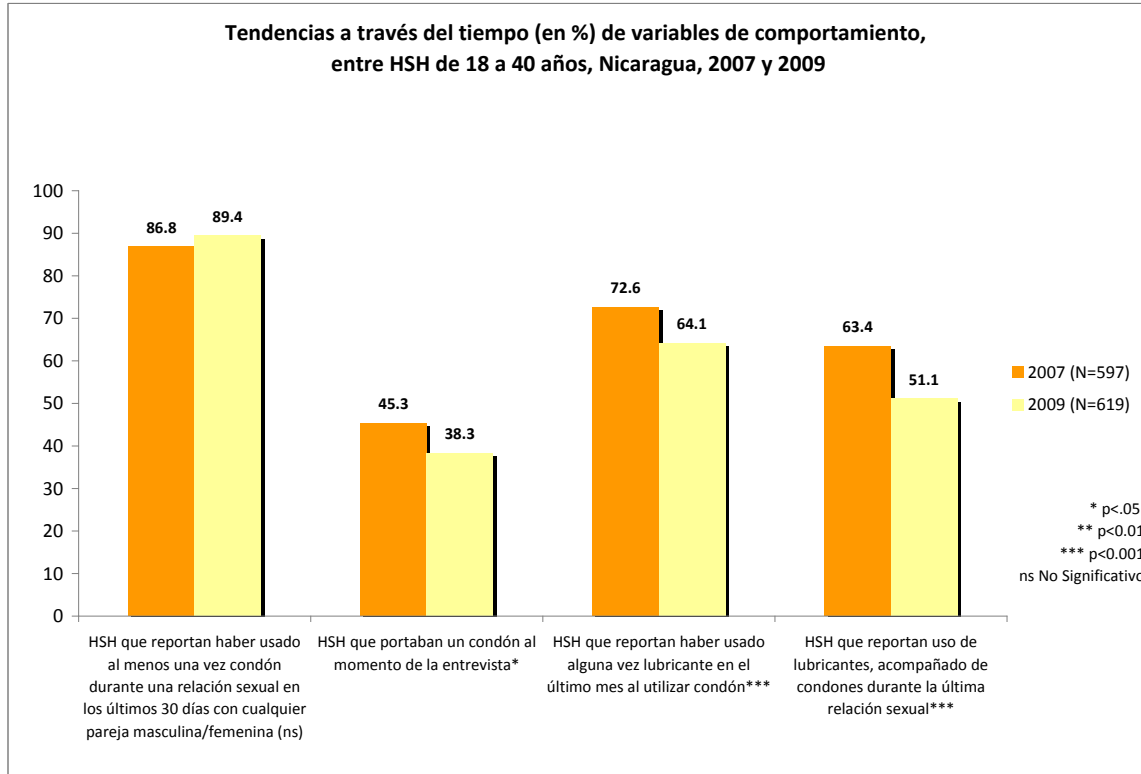


Gráfico de monitoreo #4:

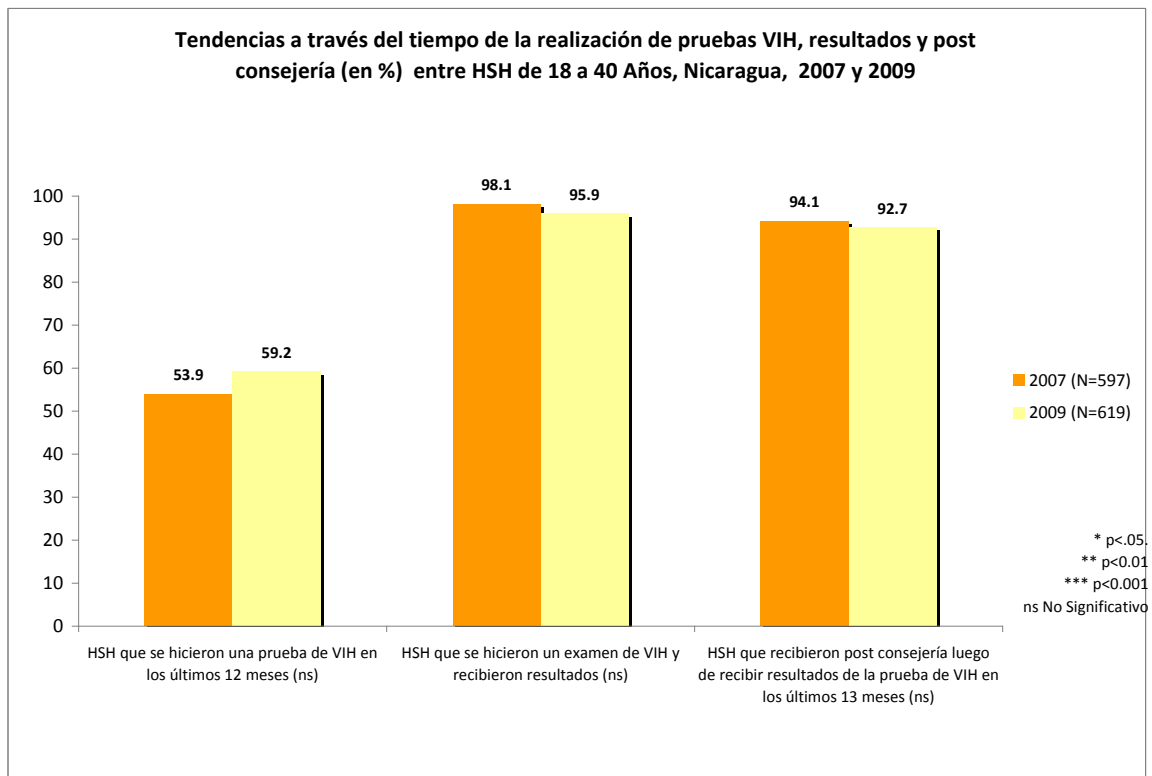


Gráfico de monitoreo #5:

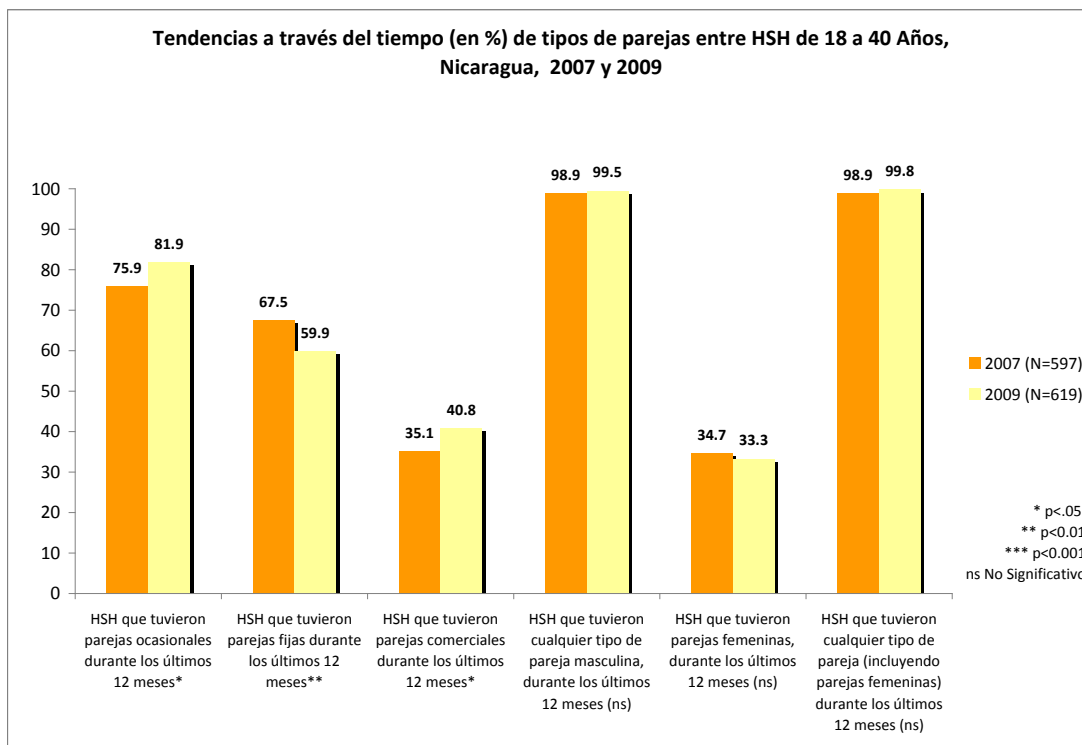


Gráfico de monitoreo #6:

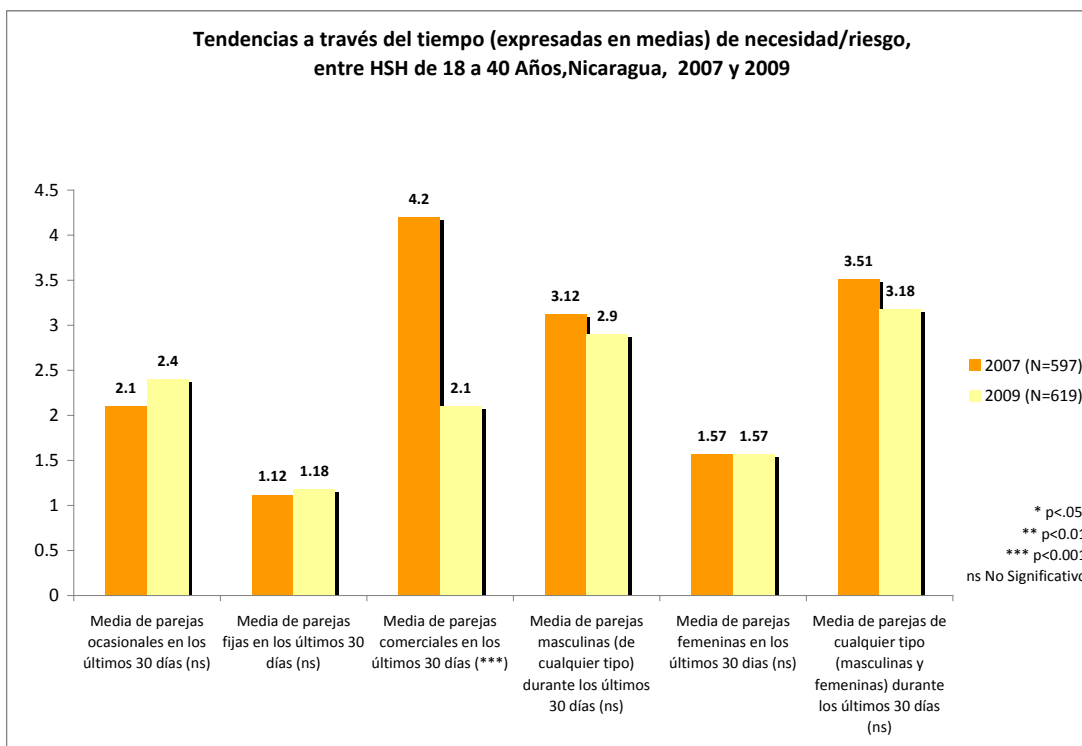


Gráfico de monitoreo #7:

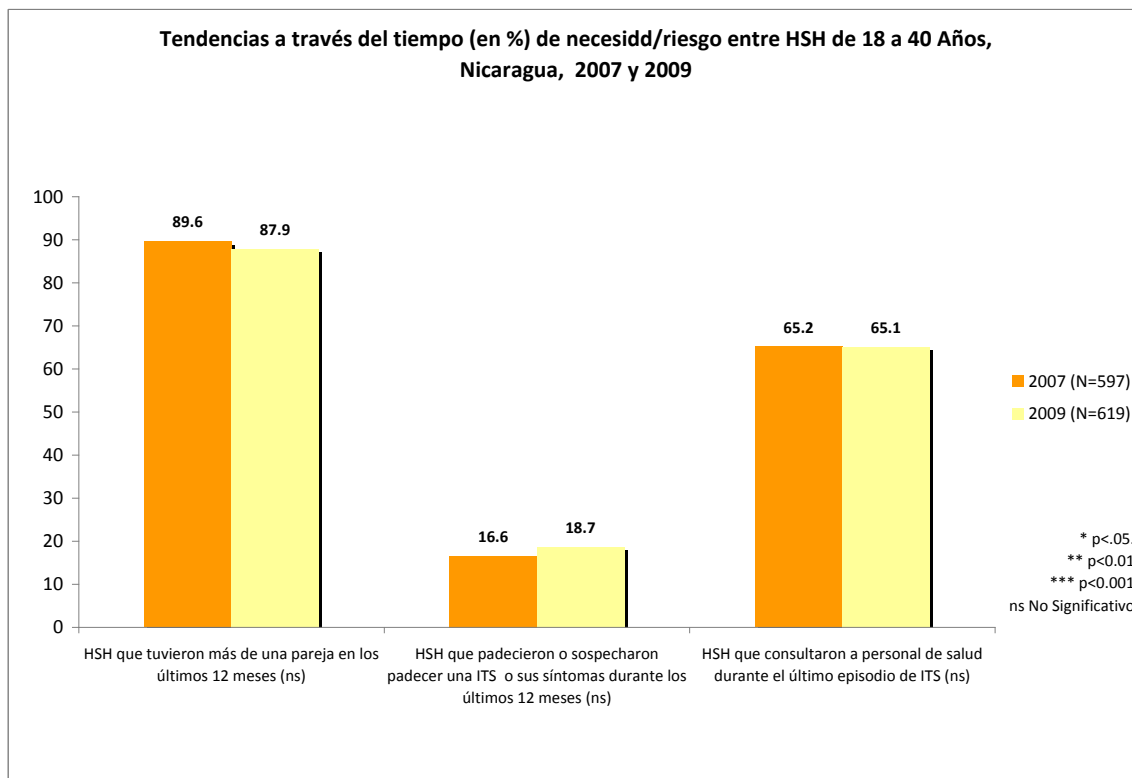


Gráfico de monitoreo #8:

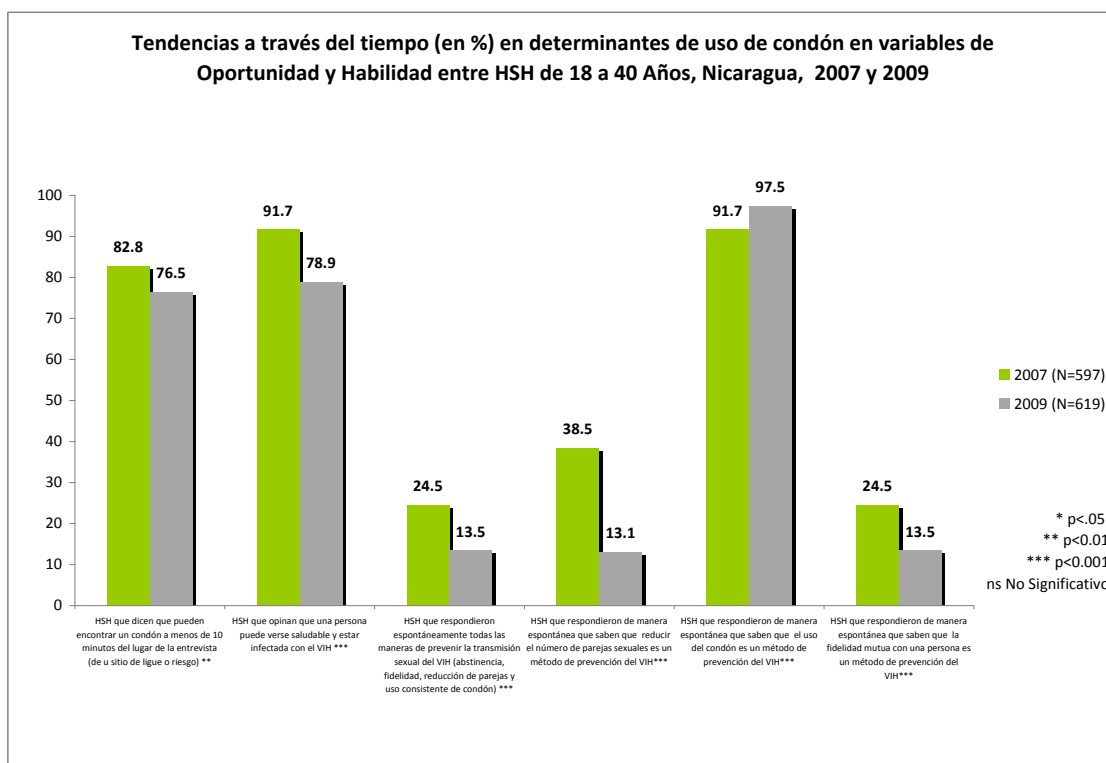


Gráfico de monitoreo #9:

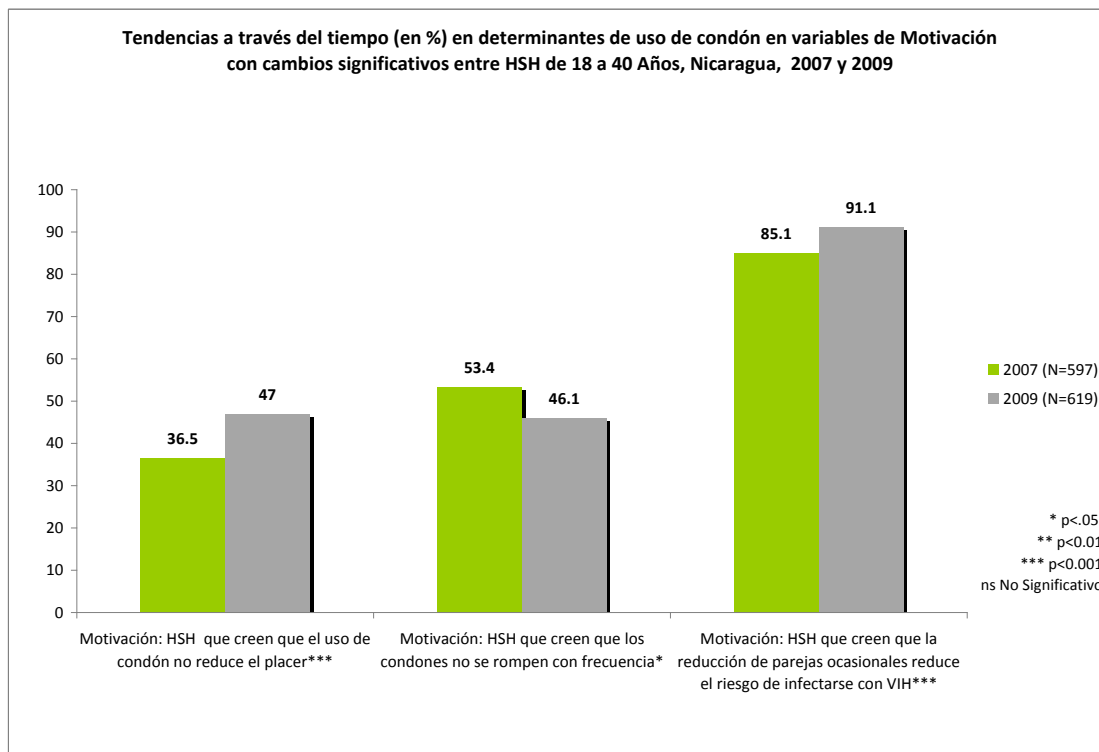


Gráfico de monitoreo #10:

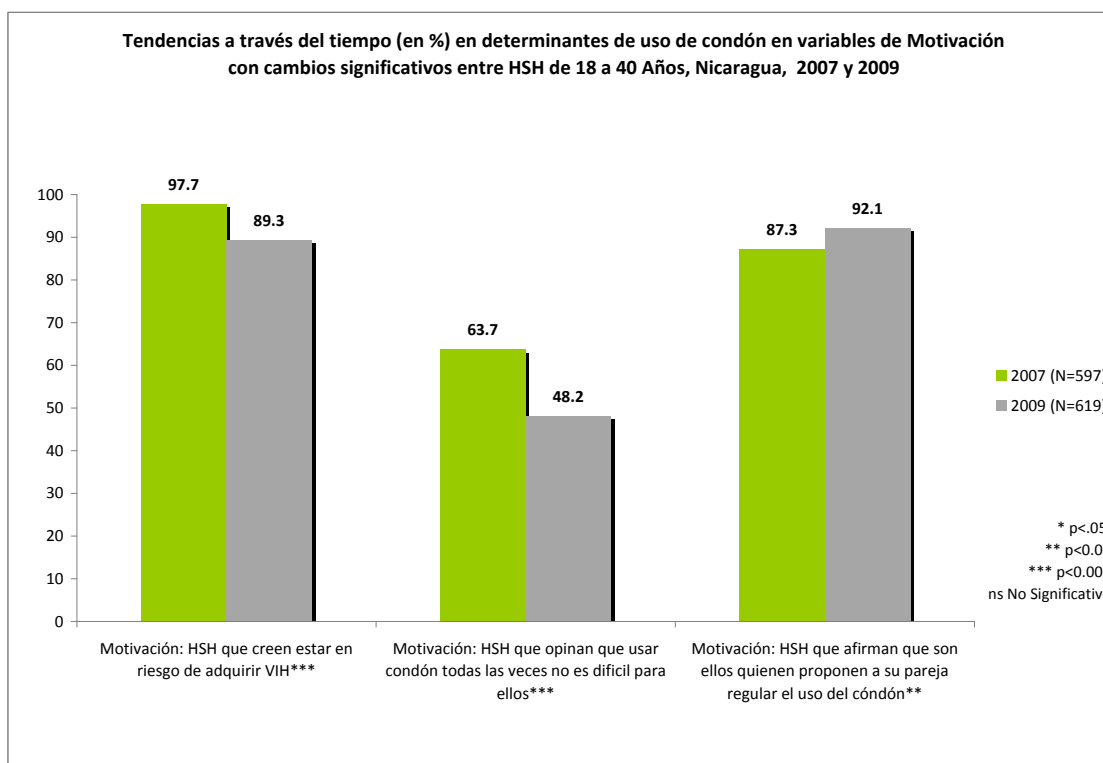


Gráfico de monitoreo #11:

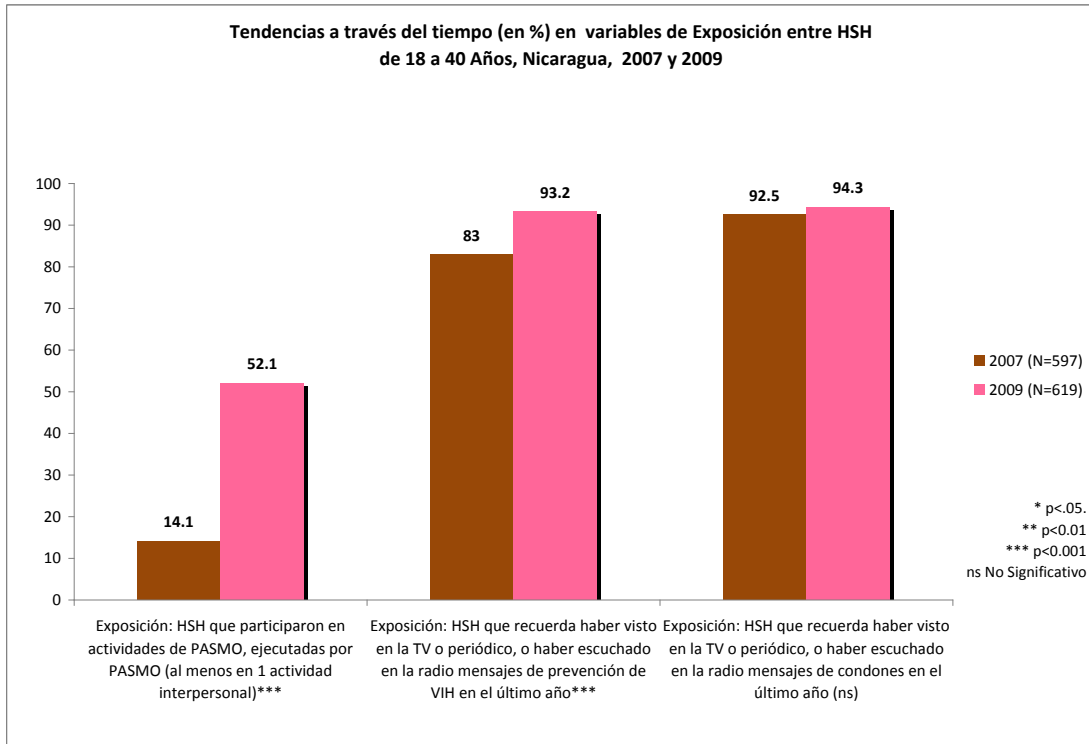


Gráfico de monitoreo #12:

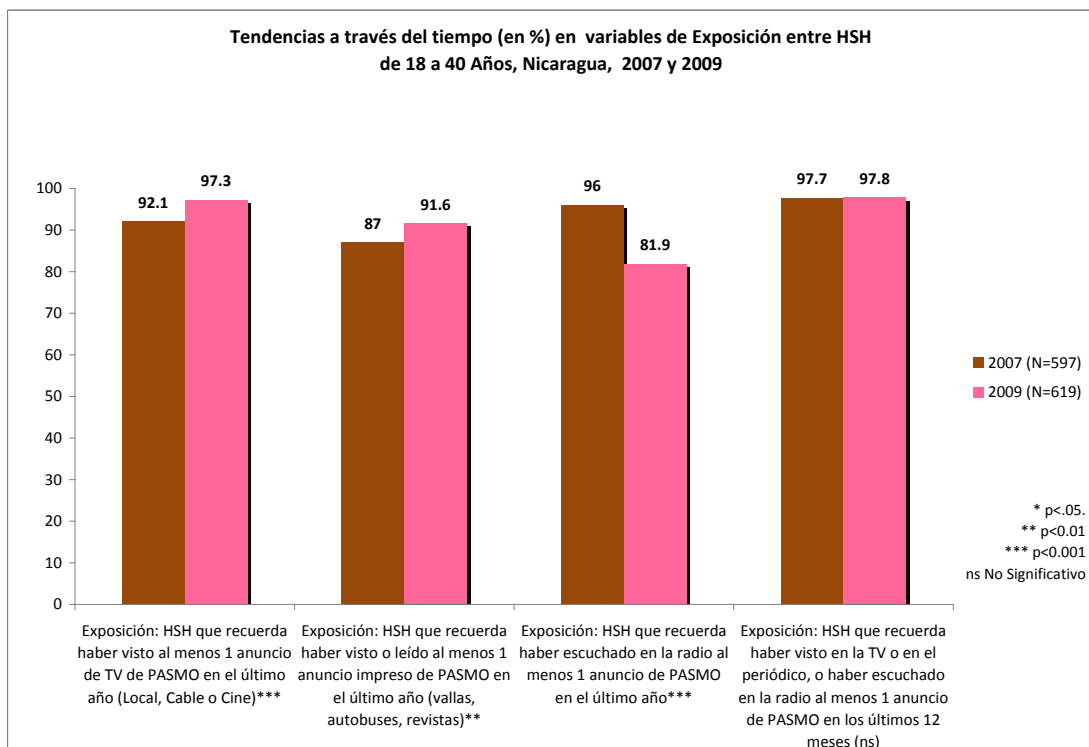


TABLA DE SEGMENTACIÓN #1

Determinantes OHM del uso consistente de condón con cualquier pareja masculina en los últimos 30 días, entre HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAN. Nicaragua, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad

Comportamiento: Uso consistente de condón con cualquier pareja masculina en los últimos 30 días.

INDICADORES	Uso consistente de condón con cualquier pareja masculina en los últimos 30 días		OR	Sig.
	Si (350: 69.7%)	No (151: 30.3%)		
COMPORTAMIENTO				
<i>Parejas</i>	%	%		
- Tener parejas fijas en los últimos 30 días	41.4	74.9	0.22	***
<i>Uso de lubricante</i>				
- Ha usado lubricante con condones (alguna vez)	63.3	55.3	1.6	*
OPORTUNIDAD				
<i>Marca atractiva</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Cree que los condones VIVE son tan buenos como los de otras marcas (1-4)	3.01	2.95	1.47	*
	%	%		
- Reporta VIVE como la marca que usó durante la última relación sexual con condón	97.8	93.2	4.2	*
<i>Atributos de la marca</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Escala de atributos de marca positivos: Escala de HSH que piensan que los condones VIVE tienen atributos de marca positivos (1-4) ¹	3.23	3.34	0.49	*
MOTIVACIÓN				
<i>Expectativas del producto</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Los condones no se rompen con frecuencia (1-4) (r)	2.45	2.18	2.03	***
<i>Percepción de riesgo (susceptibilidad)</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Escala de percepción de riesgo: HSH piensan que pueden adquirir el VIH/SIDA (1-4) ²	2.68	2.82	0.61	*
<i>Disponibilidad de pago</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Opinión: Los condones son baratos (1-4)	3.07	3.18	0.61	*
<i>Ubicación de control</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Escala de ubicación de control positiva: HSH que reportan tener la habilidad para proponer, negociar, e influir sobre sus parejas acerca del uso del condón (1-4) ³	3.24	2.99	6.9	***
CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN				
<i>Exposición</i>	%	%		
- Recibir algún tipo de educación o información sobre prevención del VIH o SIDA de alguna ONG amiga, en los últimos 12 meses	38.8	49.9	0.5	*
	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Número de anuncios de PASMO observados en TV	3.91	3.64	1.26	*
- Número de anuncios de PASMO escuchados en radio	2.52	2.42	1.35	*

Ciudad		%	%		
- Chinandega vs. Managua		16.8	13.3	1.27	ns
- Masaya vs. Managua		13.9	6.2	2.49	*
- Nueva Segovia vs. Managua		1.1	0.7	29.3	*
- RAAS vs. Managua		13.3	2.2	14.5	***

*=p<0.05

**=p<0.01

***=p<0.001

ns= no significativo

^ Indicador de donante

Omnibus Chi-square: 139.4; 16 df; p=<0.0001 / R2 (Cox Snell): .242 / Hosmer-Lemeshow: 5.68; 8 df ; p=.683.

Los valores de las escalas son de 1 a 4: "1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo".

(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 de atributos de la marca positivos: Escala de HSH que piensan que los condones VIVE tienen atributos de marca positivos

- *Los condones VIVE son una marca que refleja buena calidad (media=3.29)*
- *Los condones VIVE son cómodos de usar (media=3.29)*
- *Los condones VIVE tienen buena lubricación (media=3.25)*

² Escala de percepción de riesgo: HSH piensan que pueden adquirir el VIH/SIDA

- *Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA (media=2.78)*
- *Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA (media=2.71)*
- *Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no ha utilizado condón (media=2.65)*

³ Escala de ubicación de control positiva: HSH que reportan tener la habilidad para proponer, negociar, e influir sobre sus parejas acerca del uso del condón

- *Utilizar un condón depende de usted (media=3.24)*
- *La última vez que tuvo sexo usted propuso el uso de condón (media=2.09)*
- *Usted es quien propone a su pareja ocasional el uso de condón (media=3.18)*
- *Usted es quien propone a su pareja regular el uso de condón (media=3.16)*

GRÁFICOS DE SEGMENTACIÓN (TABLA DE SEGMENTACIÓN #1)

GRÁFICO DE SEGMENTACIÓN #1:

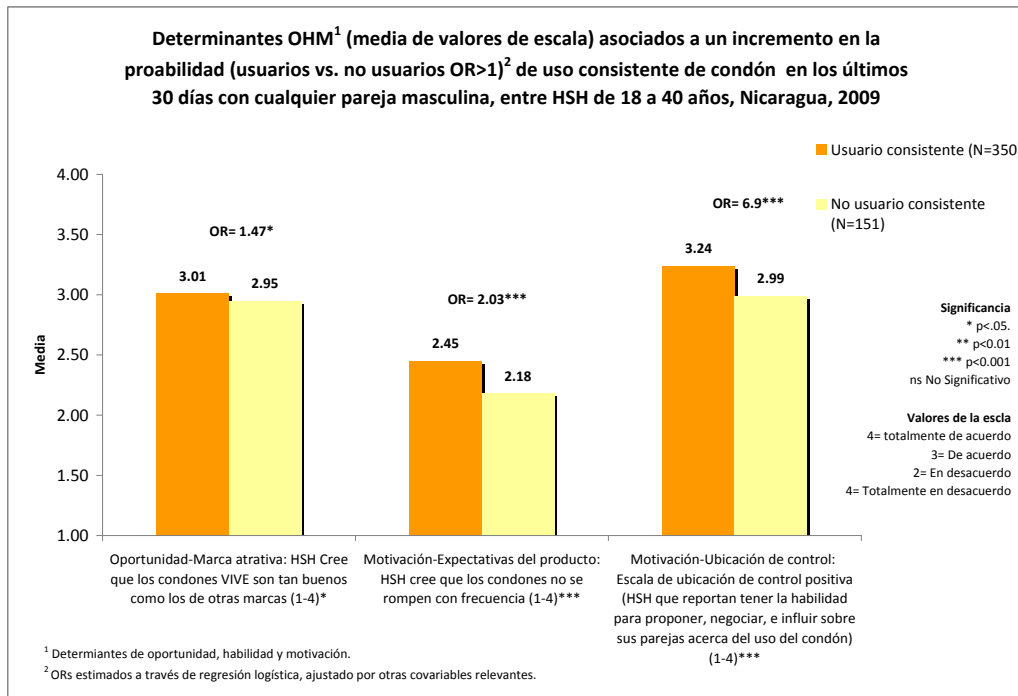


GRÁFICO DE SEGMENTACIÓN #2:

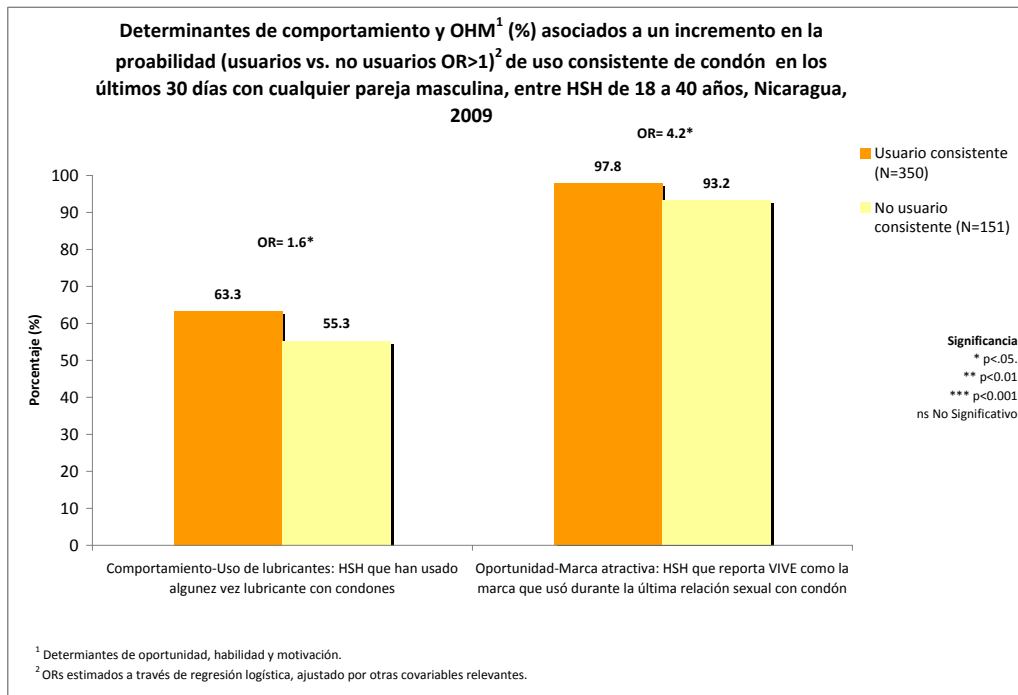


GRÁFICO DE SEGMENTACIÓN #3:

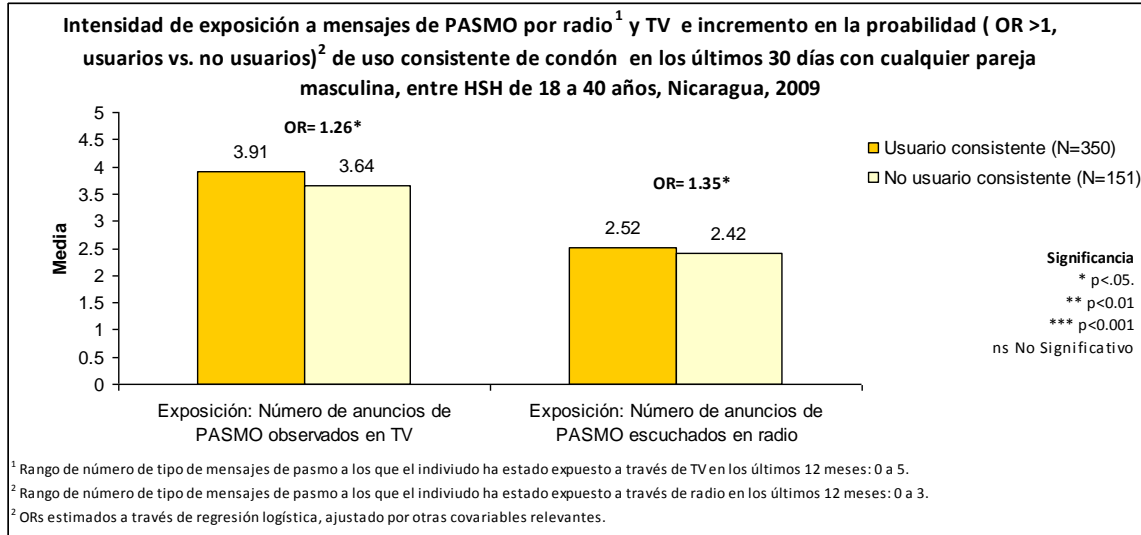


TABLA DE SEGMENTACIÓN #2

Determinantes OHM del uso de condón durante la última relación sexual, entre HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN, Nicaragua, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad

Comportamiento: Uso de condón durante la última relación sexual con cualquier pareja.

INDICADORES	Uso de condón durante la última relación sexual con cualquier pareja		OR	Sig.
	Si 524 (84.7%)	No 95 (15.3%)		
COMPORTAMIENTO				
<i>Parejas</i>	%	%		
- Tener parejas fijas en los últimos 30 días	38.6	58.6	0.35	***
<i>Portación de condón</i>	%	%		
- Portaba un condón al momento de la entrevista	38.6	30.3	1.83	*
<i>Uso de lubricantes</i>	%	%		
- Ha usado lubricante alguna vez en el último mes	59.1	45.5	2.26	**
<i>Prueba de VIH</i>	%	%		
- Se ha realizado la prueba de VIH en los últimos 12 meses	59.2	43.1	1.86	*
OPORTUNIDAD				
<i>Disponibilidad</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Escala de disponibilidad: HSH piensan que es fácil tener acceso a condones (1-4) ¹	3.13	3.02	2.7	**
<i>Marca atractiva</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón	96.9	89.7	6.48	**
<i>Atributos de la marca</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Los condones VIVE no me producen incomodidad (1-4) (r)	2.89	3.22	0.54	**
MOTIVACIÓN				
<i>Expectativas del producto</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Reducir a uno el número de parejas ocasionales reduce el riesgo de contraer VIH (1-4)	3.15	3.3	0.57	*
<i>Percepción de riesgo (susceptibilidad)</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Escala de percepción de riesgo: HSH piensan que pueden adquirir el VIH/SIDA ²	2.69	2.86	0.55	*
- Le preocupa que alguna pareja pueda haber infectado con el virus del SIDA a su pareja actual o más reciente	2.79	2.96	0.60	*
<i>Ubicación de control</i>	<i>media</i>	<i>media</i>		
- Escala de ubicación de control ³	3.21	2.92	9.41	***
- Opinión: usar condones todas las veces no es difícil (1-4) (r)	2.53	2.24	2.06	***
CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN				
<i>Estado civil</i>	%	%		
- Soltero/divorciado/viudo vs. Casado	9.9	20.2	0.55	0.09
<i>Ciudad</i>	%	%		
- Chinandega vs. Managua	16.5	13.4	1.28	ns
- Masaya vs. Managua	14.4	5.6	2.72	*
- Nueva Segovia vs. Managua	0.6	0.1	5.98	ns
- RAAS vs. Managua	12.2	1.3	6.25	**

*=p<0.05 **=p<0.01 ***=p<0.001 ns= no significativo ^ Indicador de donante
Chi-square: 170.26; 21 df; p=<0.001./ R2 (Cox Snell): 0.240 / Hosmer-Lemeshow: 12.4; 8 df ; p=0.133
Los valores de las escalas son de 1 a 4: "1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo".

(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 de disponibilidad: HSH piensan que es fácil tener acceso a condones

- *Es fácil obtener condones cerca del sitio donde usualmente consigue pareja (media=3.18)*
- *Siempre puede encontrar un condón cuando necesita uno (media=3.10)*
- *Encontrar un lugar donde vendan condones es fácil (media=3.19)*
- *Es fácil para usted tener siempre a la mano un condón (media=3.14)*
- *Cuando quiere encontrar un condón lo encuentra en menos de 10 minutos (media=2.97)*

² Escala de percepción de riesgo: HSH piensan que pueden adquirir el VIH/SIDA

- *Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA (media=2.78)*
- *Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA (media=2.71)*
- *Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no ha utilizado condón (media=2.65)*

³ Escala de ubicación de control positiva: HSH que reportan tener la habilidad para proponer, negociar, e influir sobre sus parejas acerca del uso del condón

- *Utilizar un condón depende de usted (media=3.24)*
- *La última vez que tuvo sexo usted propuso el uso de condón (media=2.09)*
- *Usted es quien propone a su pareja ocasional el uso de condón (media=3.18)*
- *Usted es quien propone a su pareja regular el uso de condón (media=3.16)*

GRÁFICOS DE SEGMENTACIÓN (TABLA DE SEGMENTACIÓN #2)

GRÁFICO DE SEGMENTACIÓN #4:

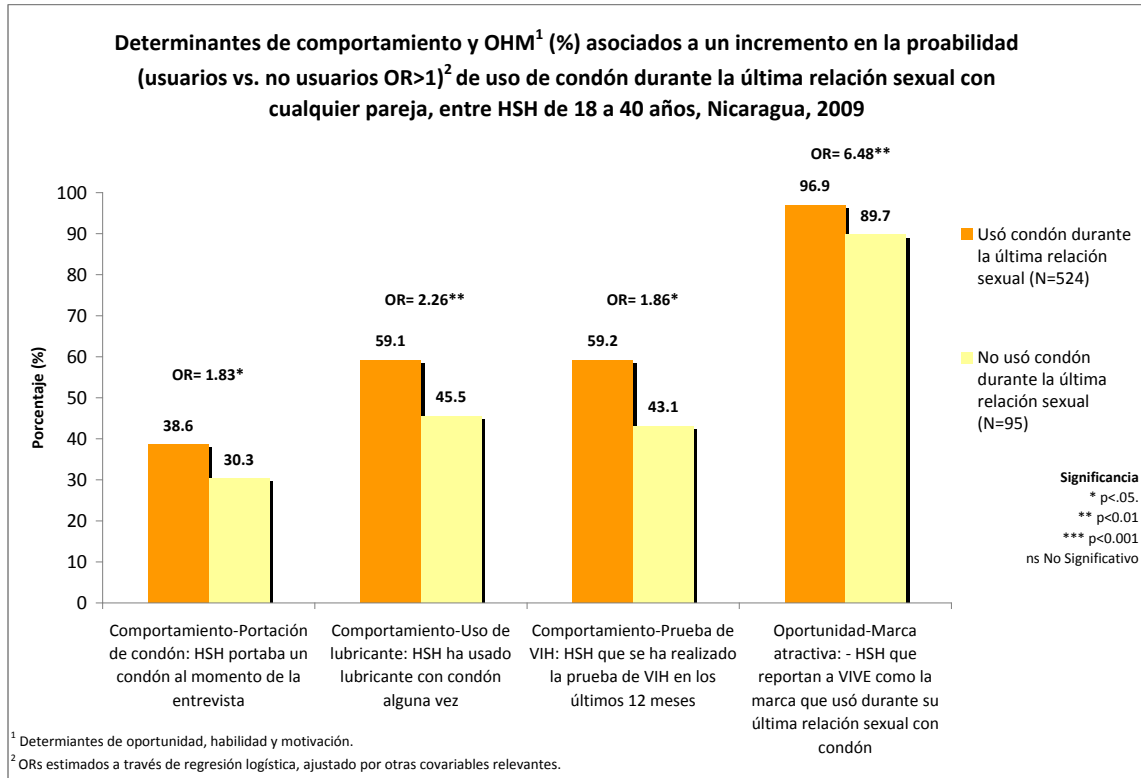


GRÁFICO DE SEGMENTACIÓN #5:

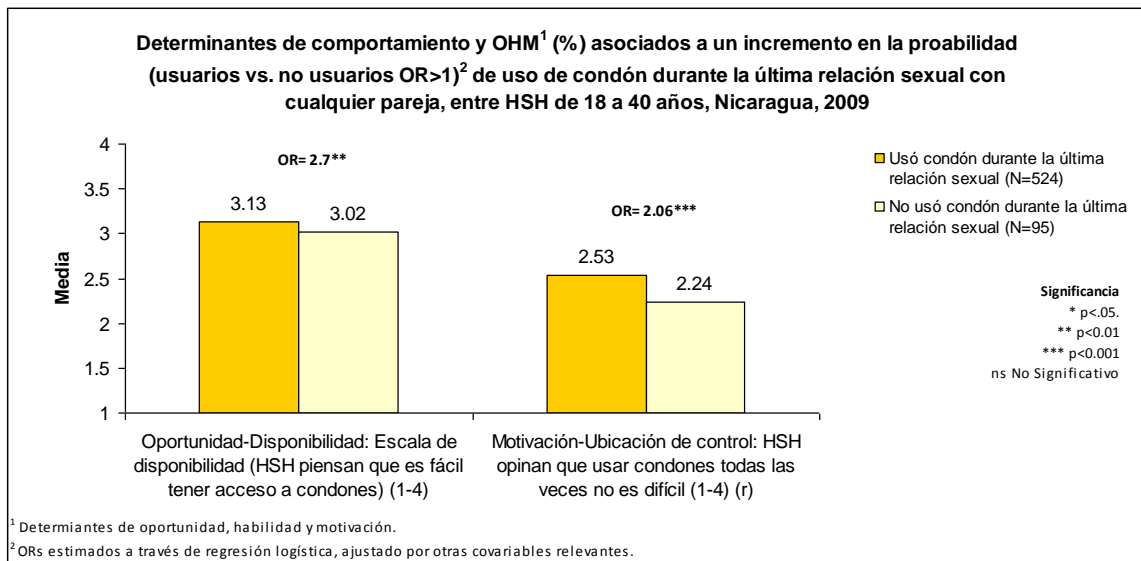


TABLA DE EVALUACIÓN #1

Exposición a PASMO y actividades de PASMO y su impacto en comportamiento y determinantes OHM entre HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAN. Nicaragua, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad

Comportamiento: Uso de condón, Reducción de Parejas, Prueba de VIH.

INDICADOR	2007 no expo. (N=366)	EXPOSICIÓN A ACTIVIDADES DE PASMO ¹				Sig.
		2009 no expo. (N=190)	2007 con expo. (N=145)	2009 expo. baja ² (N=163)	2009 expo. alta ³ (N=148)	
COMPORTAMIENTO/USO						
Uso del condón - lubricante						
<i>Uso de condón en la última relación sexual</i>						
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ⁴	79.3 ^a	88.1 ^b	87.4 ^{abc}	93.1 ^b	86.5 ^{ab}	***
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja estable ⁵	64.4 ^a	77.6 ^{bc}	74.3 ^{abc}	84.2 ^b	69.6 ^c	***
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual (Cualquier pareja) -	75 ^a	80 ^b	86 ^{bc}	91 ^c	86 ^{bc}	***
<i>Uso consistente de condón en los últimos 30 días</i>						
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional ⁶	88.3 ^a	77.4 ^b	85.9 ^{ab}	85.3 ^{ab}	76.3 ^b	*
<i>Portación de condones</i>						
- ^HSH que portaban un condón al momento de la entrevista	44.1 ^{acd}	39.4 ^b	49.6 ^{cd}	46.4 ^d	35.5 ^{ab}	*
<i>Uso de lubricante</i>						
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón ⁷	72 ^{acd}	58.1 ^b	75.2 ^{cd}	67.1 ^{bd}	73 ^d	**
- ^ % HSH que reportaron uso de lubricantes, acompañado de condones (durante la última relación sexual) ⁸	60.7 ^a	44.8 ^b	75.7 ^c	55.6 ^a	58.3 ^a	***
Parejas						
<i>Parejas últimos 12 meses</i>						
- % HSH que tuvieron parejas ocasionales durante los últimos 12 meses	74.8 ^a	80.8 ^{ab}	80.9 ^{ab}	84.8 ^b	80.7 ^{ab}	*
- % HSH que tuvieron parejas fijas durante los últimos 12 meses	68.5 ^a	58.14 ^b	65 ^{ab}	58.6 ^b	64.3 ^{ab}	*
- % HSH que tuvieron parejas comerciales durante los últimos 12 meses	34.4 ^{ad}	41.8 ^b	39.8 ^{ac}	39.1 ^b	39.8 ^{bd}	NS
- Media de parejas comerciales en los últimos 12 meses ⁹	9.3 ^{ac}	4.8 ^b	11.8 ^c	4.2 ^b	6.05 ^b	**
<i>Parejas últimos 12 meses¹⁰</i>						

INDICADOR	2007 no expo. (N=366)	EXPOSICIÓN A ACTIVIDADES DE PASMO ¹				Sig.
		2009 no expo. (N=190)	2007 con expo. (N=145)	2009 expo. baja ² (N=163)	2009 expo. alta ³ (N=148)	
- Media de parejas comerciales en los últimos 30 días ¹¹	3.85 ^a	1.93 ^b	5.8 ^{ac}	1.95 ^{abc}	2.56 ^{abc}	*
Infecciones de transmisión sexual (ITS)						
- ^% de HSH que tuvieron secreción anormal o pus en su pene en los últimos 12 meses	1.5 ^a	2.2 ^{bde}	0.6 ^c	6.6 ^d	1.6 ^{de}	**
- ^% de HSH que tuvieron úlcera, llaga, granos o picazón excesiva en sus genitales en los últimos 12 meses.	12.3 ^a	1.7 ^{bde}	29.2 ^c	6.6 ^d	4.1 ^{de}	***
OPORTUNIDAD						
Disponibilidad						
- ^ % HSH que dice que puede encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (de un sitio de ligue o de riesgo) ¹²	82.4 ^a	78.7 ^{ab}	81.2 ^{ab}	78.1 ^{ab}	72.02 ^b	NS
Atracción de la marca de condones VIVE						
- ^ % de HSH que reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón.	88.7 ^a	94.3 ^b	95.1 ^b	99.4 ^b	97.7 ^b	**
Normas sociales						
HABILIDAD						
Conocimiento						
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada todas las maneras de prevenir la transmisión sexual del VIH (abstinencia, fidelidad, reducción de parejas y uso consistente de condón) ¹³	9.9 ^{ac}	85 ^b	7 ^{ac}	78.8 ^b	80.2 ^b	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH.	37.5 ^{ac}	93.6 ^b	43.3 ^c	87.8 ^b	88.3 ^b	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que el uso del condón es un método de prevención del VIH.	90.9 ^a	94.1 ^{abc}	93.9 ^{abc}	95.9 ^{bc}	96.8 ^c	NS
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que evitar tener relaciones sexuales es un método de prevención del VIH.	47.3 ^{ac}	93.9 ^b	43.8 ^c	97.9 ^b	94 ^b	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que la fidelidad mutua con una persona es un método de prevención del VIH.	26.6 ^a	94.8 ^b	15.8 ^c	95.2 ^b	96.1 ^b	***
Autoeficacia para convencer a su pareja						
- % HSH que no tiene problemas en rechazar tener relaciones anales con una pareja ocasional si	56.6 ^{ac}	43.3 ^b	55.3 ^c	53.7 ^c	38.3 ^b	***

INDICADOR	2007 no expo. (N=366)	EXPOSICIÓN A ACTIVIDADES DE PASMO ¹				Sig.
		2009 no expo. (N=190)	2007 con expo. (N=145)	2009 expo. baja ² (N=163)	2009 expo. alta ³ (N=148)	
ninguno de los dos tienen condones ¹⁴						
MOTIVACIÓN						
Expectativas de resultado						
- ^ % HSH que creen que la reducción de parejas ocasionales reduce el riesgo de infectarse con VIH. ¹⁵	84.1 ^a	89.7 ^{bc}	90.5 ^{abc}	93.9 ^{bc}	90.5 ^c	**
Amenaza (percepción de riesgo)						
<i>Severidad de la amenaza</i>						
<i>Susceptibilidad</i>						
- % HSH que creen estar en riesgo de adquirir VIH ¹⁶	97.9 ^a	91.6 ^b	95.5 ^{ab}	91.2 ^b	83.9 ^c	***

^ Indicador de donante

ns=no significativo *: $p < 0.05$; **: $p < 0.01$; ***: $p < 0.001$

Los porcentajes y medias ajustadas se obtuvieron controlando por variables sociodemográficas en ambas encuestas (2007 y 2009): edad, nivel educativo, identidad sexual, si alguna vez cobró o recibió dinero por tener relaciones sexuales en los últimos 12 meses, religiosidad, estado civil, número de personas que dependen del apoyo económico del entrevistado, y ciudad de origen.

Los valores de las escalas son de 1 a 4: "1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo".

(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 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, ya sea ejecutada por PASMO o por otra ONG amiga que utiliza nuestras metodologías, y que mencionaron de un máximo de una actividad en la que participaron.

³ Se clasificó como alta exposición a aquellos HSH que afirmaron haber participado en alguna actividad de PASMO, ya sea ejecutada por PASMO o por otra ONG amiga que utiliza nuestras metodologías, y que mencionaron dos o más actividades en las que participaron.

⁴ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional (2007 N=444; 2009 N=516)

⁵ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja estable (fija/regular) (2007 N=415; 2009 N=359)

⁶ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=318; 2009 N=353)

⁷ Entre HSH que reportan haber usado al menos una vez condón durante una relación sexual en los últimos 30 días con cualquier pareja (masculina y femenina) (2007=456; 2009=484)

⁸ Calculado entre HSH que utilizaron un condón en su última relación sexual P19 (2007 N=458; 2009 N=524)

⁹ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial (N=180; 2009 N= 282)

¹⁰ Aunque en Monitoreo se presenta el porcentaje de HSH que reportó distintos tipos de pareja, en evaluación e impacto no se hace análisis de dicha variable, porque el propósito del programa no fue evitar que HSH no tuvieran ningún tipo de parejas.

¹¹ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial durante los últimos 30 días (2007 N=120; 2009 N=186)

¹² Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

¹³ Se preguntó si conocía los diferentes métodos, uno por uno, para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron afirmativamente a todas las opciones mencionadas (abstinencia, ser fiel, reducción de parejas y uso consistente de condón)

¹⁴ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

¹⁵ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

¹⁶ Para el análisis de este indicador se usaron tres preguntas medidas con escalas (con valores de 4=totalmente de acuerdo, 3= De acuerdo, 2= En desacuerdo, 1= Totalmente en desacuerdo): 1) Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA; 2) Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA; 3) Le preocupa que alguna ex-pareja pueda haber infectado con el virus del SIDA a su pareja actual o más reciente. Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

GRÁFICOS DE EVALUACIÓN (TABLA DE EVALUACIÓN #1)

GRÁFICO DE EVALUACIÓN #1:

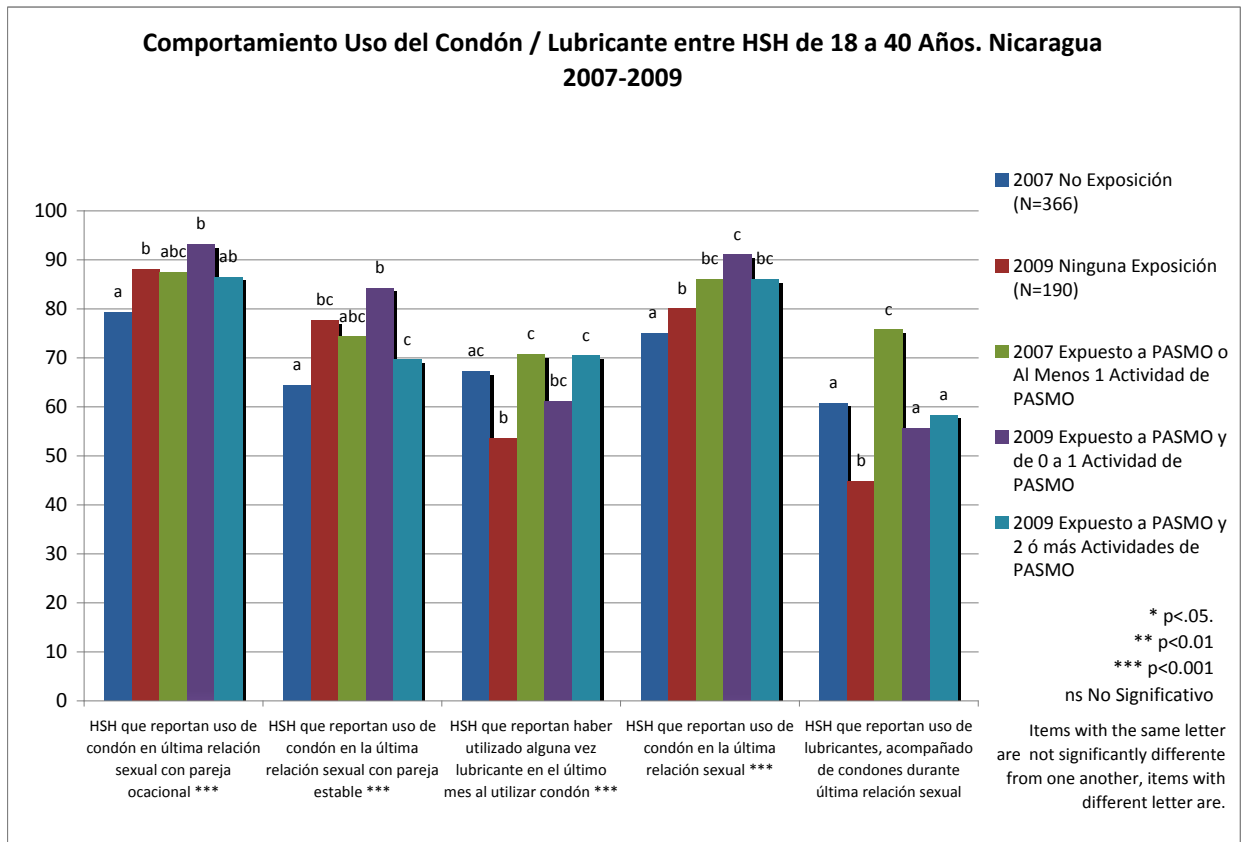


TABLA DE EVALUACIÓN #2

Exposición a PASMO a través de medios de comunicación y su impacto en comportamiento y determinantes OHM entre HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN. Nicaragua, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad

Comportamiento: Uso de condón, Reducción de Parejas, Prueba de VIH

INDICADOR	2007 no expo. (N=18)	EXPOSICIÓN A ANUNCIOS DE PASMO ¹					Sig.
		2009 no expo. (N=9)	2007 con expo. (N=579)	2009 expo. baja ² (N=20)	2009 expo. media ³ (N=136)	2009 expo. alta ⁴ (N=454)	
COMPORTAMIENTO/USO							
Uso del condón - lubricante							
<i>Uso de condón en la última relación sexual</i>							
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ⁵	71.1 ^a	100 ^{bc}	81.7 ^{ac}	96 ^{abc}	94 ^b	86.6 ^{abc}	**
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja estable ⁶	61.5 ^{ab}	92.3 ^{ab}	66.4 ^b	77.1 ^{ab}	70 ^{ab}	79.3 ^a	*
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual (Cualquier pareja) -	80 ^{ab}	84.9 ^{ab}	76.7 ^b	83.1 ^{ab}	86.3 ^a	84.1 ^a	*
<i>Uso consistente de condón en los últimos 30 días</i>							
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional ⁷	91.3 ^{ab}	100 ^{ab}	88.8 ^b	98.58 ^{ab}	82.9 ^{ab}	77.3 ^a	*
<i>Portación de condones</i>							
- ^HSH que portaban un condón al momento de la entrevista	37.2 ^{ab}	64.7 ^{ab}	45.5 ^b	34.1 ^{ab}	38.8 ^{ab}	37.8 ^a	ns
<i>Uso de lubricante</i>							
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón ⁸	52.1 ^{abcd}	99.7 ^{bc}	73.6 ^c	55.2 ^{bcd}	55.4 ^d	65.8 ^b	**
- ^ % HSH que reportaron uso de lubricantes, acompañado de condones (durante la última relación sexual) ⁹	51.2 ^{abcd}	77 ^{bc}	64.6 ^c	54.8 ^{abcd}	41.8 ^d	52.2 ^{ab}	***
Cientes – Parejas¹⁰							
<i>Cientes – Parejas últimos 12 meses</i>							
- Media de parejas comerciales en los últimos 12 meses ¹¹	15.6 ^{ab}	6.7 ^{ab}	9.7 ^b	7.5 ^{ab}	5.3 ^a	4.6 ^a	**
<i>Cientes – Parejas últimos 30 días</i>							

INDICADOR	2007 no expo. (N=18)	EXPOSICIÓN A ANUNCIOS DE PASMO ¹					Sig.
		2009 no expo. (N=9)	2007 con expo. (N=579)	2009 expo. baja ² (N=20)	2009 expo. media ³ (N=136)	2009 expo. alta ⁴ (N=454)	
COMPORTAMIENTO/USO							
- % HSH que tuvieron parejas fijas durante los últimos 30 días	61 ^{ad}	13 ^b	54.2 ^{ac}	32.9 ^{abd}	36 ^b	45.7 ^d	***
- % HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas masculina (ocasional, fija, comercial) durante los últimos 30 días	87 ^{abc}	60.5 ^{ac}	88.6 ^b	68 ^c	77.8 ^c	81.6 ^c	***
- % HSH que tuvieron cualquier tipo de parejas (incluyendo parejas femeninas) durante los últimos 30 días.	86.8 ^{acd}	58.7 ^{bc}	90.9 ^a	75.6 ^{cd}	84.1 ^d	86.2 ^d	**
- Media de parejas comerciales en los últimos 30 días ¹²	1.4 ^{ab}	4.4 ^{ab}	4.3 ^a	4.2 ^{ab}	2.1 ^b	2 ^b	**
Infecciones de transmisión sexual (ITS)							
- % de HSH que tuvieron secreción anormal o pus en su pene en los últimos 12 meses	4 ^{ab}	0.6 ^{ab}	1.3 ^b	0.4 ^{ab}	2 ^{ab}	37.8 ^a	ns
- % de HSH que tuvieron úlcera, llaga, granos o picazón excesiva en sus genitales en los últimos 12 meses.	23.1 ^{ab}	3.4 ^{abcde}	14.5 ^{bc}	2.8 ^{cde}	1.6 ^{de}	4.5 ^e	***
OPORTUNIDAD							
Disponibilidad							
- % HSH que dice que puede encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (de un sitio de ligue o de riesgo) ¹³	84 ^{ab}	79.8 ^{ab}	82.6 ^a	73.3 ^{ab}	73.2 ^b	77.8 ^{ab}	ns
Atracción de la marca de condones VIVE							
- % de HSH que reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón.	84 ^{ab}	79.8 ^{ab}	82.6 ^a	73.3 ^{ab}	73.2 ^b	77.8 ^{ab}	ns
HABILIDAD							
Conocimiento							

INDICADOR	2007 no expo. (N=18)	EXPOSICIÓN A ANUNCIOS DE PASMO ¹					Sig.
		2009 no expo. (N=9)	2007 con expo. (N=579)	2009 expo. baja ² (N=20)	2009 expo. media ³ (N=136)	2009 expo. alta ⁴ (N=454)	
COMPORTAMIENTO/USO							
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada todas las maneras de prevenir la transmisión sexual del VIH (abstinencia, fidelidad, reducción de parejas y uso consistente de condón) ¹⁴	14 ^{ac}	89.5 ^b	8.5 ^c	59.1 ^d	82 ^b	83.1 ^b	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH.	23 ^{ac}	87.9 ^b	39.3 ^c	79.7 ^b	91.1 ^b	90.7 ^b	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que el uso del condón es un método de prevención del VIH.	87.4 ^{ab}	88.4 ^{ab}	91.5 ^b	90.2 ^{ab}	97 ^a	95 ^a	ns
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que evitar tener relaciones sexuales es un método de prevención del VIH.	49 ^{ad}	88.5 ^{bd}	47.1 ^{ac}	73.2 ^d	92.9 ^b	96.4 ^b	***
- ^ % HSH que respondieron de manera ayudada que saben que la fidelidad mutua con una persona es un método de prevención del VIH.	23.6 ^{ac}	85.8 ^{bd}	24.8 ^c	71.4 ^d	93.9 ^b	97.6 ^b	***
Autoeficacia para convencer a su pareja							
- % HSH que no tiene problemas en rechazar tener relaciones anales con una pareja ocasional si ninguno de los dos tienen condones ¹⁵	52.6 ^{ac}	91.4 ^a	57.9 ^b	60.3 ^{abc}	42.7 ^c	43.0 ^c	***
MOTIVACIÓN							
Expectativas de resultado							
- ^ % HSH que creen que la reducción de parejas ocasionales reduce el riesgo de infectarse con VIH. ¹⁶	83.1 ^{ab}	95.4 ^{ab}	85.5 ^b	86.1 ^{ab}	93.7 ^a	90 ^a	ns
Amenaza (percepción de riesgo)							
Susceptibilidad							
- % HSH que creen estar en riesgo de adquirir VIH ¹⁷	100 ^{ab}	99 ^{abc}	97.5 ^a	88.6 ^{abc}	91.1 ^{bc}	88.7 ^c	***

^ Indicador de donante

ns=no significativo *: $p < 0.05$; **: $p < 0.01$; ***: $p < 0.001$

Los porcentajes y medias ajustadas se obtuvieron controlando por variables sociodemográficas en ambas encuestas (2007 y 2009): edad, nivel educativo, identidad sexual, si alguna vez cobró o recibió dinero por tener relaciones sexuales en los últimos 12 meses, religiosidad, estado civil, número de personas que dependen del apoyo económico del entrevistado, y ciudad de origen.

Los valores de las escalas son de 1 a 4: "1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo".

(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 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 Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional (2007 N=444; 2009 N=516)

⁶ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja estable (fija/regular) (2007 N=415; 2009 N=359)

⁷ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=318; 2009 N=353)

⁸ Entre HSH que reportan haber usado al menos una vez condón durante una relación sexual en los últimos 30 días con cualquier pareja (masculina y femenina) (2007=456; 2009=484)

⁹ Calculado entre HSH que utilizaron un condón en su última relación sexual P19 (2007 N=458; 2009 N=524)

¹⁰ Aunque en Monitoreo se presenta el porcentaje de HSH que reportó distintos tipos de pareja, en evaluación e impacto no se hace análisis de dicha variable, porque el propósito del programa no fue evitar que HSH no tuvieran ningún tipo de parejas.

¹¹ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial (N=180; 2009 N= 282)

¹² Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial durante los últimos 30 días (2007 N=120; 2009 N=186)

¹³ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

¹⁴ Se preguntó si conocía los diferentes métodos, uno por uno, para prevenir el contagio sexual del VIH, acá se incluyen a los HSH que respondieron afirmativamente a todas las opciones mencionadas (abstinencia, ser fiel, reducción de parejas y uso consistente de condón)

¹⁵ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

¹⁶ Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

¹⁷ Para el análisis de este indicador se usaron tres preguntas medidas con escalas (con valores de 4=totalmente de acuerdo, 3= De acuerdo, 2= En desacuerdo, 1= Totalmente en desacuerdo): 1) Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA; 2) Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA; 3) Le preocupa que alguna ex-pareja pueda haber infectado con el virus del SIDA a su pareja actual o más reciente. Los valores de las escalas fueron recodificados de la siguiente manera: 4=Si, 3=Si, 2=No y 1=No. Se calculo el % en base al número de individuos clasificados como respuesta "Si" en al menos una de las preguntas, dividido entre el total de individuos entrevistados.

TABLA DE IMPACTO #1: INTERPRETACIÓN DEL “TABLERO DE INSTRUMENTOS”

Impacto de las Intervenciones (actividades directas) de PASMO en indicadores de conducta, determinantes OHM y variables de exposición, entre HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN. Nicaragua, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad

Comportamiento: Uso de condón, Reducción de Parejas, Prueba de VIH.

INDICADORES	Cambios en el tiempo (MONITOREO) +, -, o no significativo (ns)	Asociación con la exposición a PASMO (Evaluación) +, -, o no significativo (ns)	Efecto programático (Conclusión) positivo, negativo o sin impacto
COMPORTAMIENTO/USO			
Uso del condón – lubricante			
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ¹	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja estable ²	+	-	sin impacto
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional ³	-	+	positivo (mitigación)
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón	-	+	positivo (mitigación)
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón ⁴	-	+	positivo (mitigación)
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual	+	+	positivo
- ^ % HSH que reportaron uso de lubricantes, acompañado de condones (durante la última relación sexual) ⁵	-	-	negativo
Clientes-Parejas⁶			
- Media de parejas comerciales en los últimos 30 días ⁷	+	ns	sin impacto
- Media de parejas comerciales en los últimos 12 meses ⁸	+	ns	Sin impacto
- % HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	-	+	positivo
ITS-VIH			
- % de HSH que tuvieron secreción anormal o pus en su pene en los últimos 12 meses.	-	-	negativo
- % de HSH que tuvieron ulcera, llaga, granos o picazón excesiva en sus genitales en los últimos 12 meses.	+	+	positivo
- ^ % de HSH que padecieron una ITS o sus síntomas durante el último año.	+	+	positivo
Oportunidad: Incrementar oportunidad de adoptar una conducta sexual más segura			
Disponibilidad			
- ^ % HSH que dice que puede encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (de un sitio de ligue o de riesgo)	-	ns	sin impacto
Atracción de la Marca			

- ^ % de HSH que reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón.	+	+	positivo
- ^ % de HSH que reportan prefieren comprar condones VIVE que los de cualquier otra marca.	+	+	positivo
Capacidad: Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura			
Conocimiento			
- ^ % HSH que saben que la abstinencia, ser fiel, la reducción de parejas y el uso consistente de condón son métodos para prevenir la transmisión del VIH. AYUDADO	+	+	positivo
- ^ % HSH que saben que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH. AYUDADO	+	+	positivo
- ^ % HSH que saben que el uso del condón es un método de prevención del VIH. AYUDADO.	+	+	positivo
- ^ % HSH que saben que evitar tener relaciones sexuales es un método de prevención del VIH. AYUDADO	+	+	positivo
- ^ % HSH que saben que la fidelidad mutua con una persona es un método de prevención del VIH. AYUDADO	+	+	positivo
Auto eficacia			
- HSH que no tiene problemas en rechazar tener relaciones anales con una pareja ocasional si ninguno de los dos tienen condones	-	ns	sin impacto
Motivación: Incrementar la motivación de adoptar una conducta sexual más segura			
Actitudes			
- % HSH que están planeando hacerse una prueba de VIH en los próximos 3 meses	+	+	positivo
Expectativas de resultado			
- ^ % HSH que creen que la reducción de parejas ocasionales reduce el riesgo de infectarse con VIH.	+	+	positivo
Amenaza⁹			
- ^ % HSH que creen estar en riesgo de adquirir VIH	¿?	¿?	inconcluso
Disponibilidad de pago			
- ^ % HSH que opinan que Los condones son baratos.	+		

¹ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional (F13A=1 OR P11AN=1: 2007 N=444; 2009 N=516)

² Entre HSH que reportaron haber tenido pareja estable (fija/regular) (F13B=1 OR P11BN=1: 2007 N=415; 2009 N=359)

³ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=318; 2009 N=353)

⁴ Entre HSH que reportan haber usado al menos una vez condón durante una relación sexual en los últimos 30 días con cualquier pareja (masculina y femenina) (UCONANY=1; 2007=456; 2009=484)

⁵ Calculado entre HSH que utilizaron un condón en su última relación sexual P19 (2007 N=458; 2009 N=524)

⁶ Aunque en Monitoreo se presenta el porcentaje de HSH que reportó distintos tipos de pareja, en evaluación e impacto no se hace análisis de dicha variable, porque el propósito del programa no fue evitar que HSH no tuvieran ningún tipo de parejas.

⁷ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial durante los últimos 30 días (P12CN=1:2007 N=120; 2009 N= 186)

⁸ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial (P11CN=1:2007 N=180; 2009 N= 282)

⁹ Es difícil determinar si un incremento en las variables de “percepción de la amenaza o de riesgo” es positivo o negativo, ya que se podría concluir que a un aumento de susceptibilidad habrá mayor uso, o bien que hay susceptibilidad porque existe un mayor comportamiento de riesgo.

TABLA DE IMPACTO #2: INTERPRETACIÓN DEL “TABLERO DE INSTRUMENTOS”

Título: Impacto de las Intervenciones (a través de medios de comunicación) de PASMO en indicadores de conducta, determinantes OHM y variables de exposición, entre HSH en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN. Nicaragua, 2007 y 2009.

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad

Comportamiento: Uso de condón, Reducción de Parejas, Prueba de VIH

INDICADORES	Cambios en el tiempo (MONITOREO) +, -, o no significativo (ns)	Asociación con la exposición a PASMO (Evaluación) +, -, o no significativo (ns)	Efecto programático (Conclusión) positivo, negativo o sin impacto
COMPORTAMIENTO/USO			
Uso del condón – lubricante			
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja ocasional ¹	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual con pareja estable ²	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportan uso consistente de condón en los últimos 30 días con una pareja ocasional ³	-	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón	-	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportan haber utilizado alguna vez lubricante en el último mes al utilizar un condón ⁴	-	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportan uso de condón en la última relación sexual	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que reportaron uso de lubricantes, acompañado de condones (durante la última relación sexual) ⁵	-	ns	sin impacto
Parejas⁶			
- Media de parejas comerciales en los últimos 30 días ⁷	+	ns	sin impacto
- Media de parejas comerciales en los últimos 12 meses ⁸	+	ns	sin impacto
- % HSH que tenían con ellos un condón al momento de la entrevista	-	ns	sin impacto
ITS-VIH			
- % de HSH que tuvieron secreción anormal o pus en su pene en los últimos 12 meses.	-	ns	sin impacto
- % de HSH que tuvieron ulcera, llaga, granos o picazón excesiva en sus genitales en los últimos 12 meses.	+	ns	sin impacto
- ^ % de HSH que padecieron una ITS o sus síntomas durante el último año.	+	ns	sin impacto
Oportunidad: Incrementar oportunidad de adoptar una conducta sexual más segura			
Disponibilidad			
- ^ % HSH que dice que puede encontrar un condón a menos de 10 minutos del lugar de la entrevista (de un sitio de ligue o de riesgo)	-	ns	sin impacto
Atracción de la Marca			

- ^ % de HSH que reportan a VIVE como la marca que usó durante su última relación sexual con condón.	+	ns	sin impacto
- ^ % de HSH que reportan prefieren comprar condones VIVE que los de cualquier otra marca.	+	ns	sin impacto
Capacidad: Incrementar la habilidad de adoptar una conducta sexual más segura			
Conocimiento			
- ^ % HSH que saben que la abstinencia, ser fiel, la reducción de parejas y el uso consistente de condón son métodos para prevenir la transmisión del VIH. AYUDADO	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que saben que reducir el número de parejas sexuales es un método de prevención del VIH. AYUDADO	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que saben que el uso del condón es un método de prevención del VIH. AYUDADO.	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que saben que evitar tener relaciones sexuales es un método de prevención del VIH. AYUDADO	+	ns	sin impacto
- ^ % HSH que saben que la fidelidad mutua con una persona es un método de prevención del VIH. AYUDADO	+	ns	sin impacto
Auto eficacia			
- HSH que no tiene problemas en rechazar tener relaciones anales con una pareja ocasional si ninguno de los dos tienen condones	-	-	negativo
Motivación: Incrementar la motivación de adoptar una conducta sexual más segura			
Actitudes			
- % HSH que están planeando hacerse una prueba de VIH en los próximos 3 meses	+	ns	sin impacto
Expectativas de resultado			
- ^ % HSH que creen que la reducción de parejas ocasionales reduce el riesgo de infectarse con VIH.	+	ns	sin impacto
Amenaza⁹			
- ^ % HSH que creen estar en riesgo de adquirir VIH	¿?	¿?	inconcluso
Disponibilidad de pago			
- ^ % HSH que opinan que Los condones son baratos.	+	ns	sin impacto

¹ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional (F13A=1 OR P11AN=1: 2007 N=444; 2009 N=516)

² Entre HSH que reportaron haber tenido pareja estable (fija/regular) (F13B=1 OR P11BN=1: 2007 N=415; 2009 N=359)

³ Entre HSH que reportaron haber tenido pareja ocasional en los últimos 30 días con relaciones penetrativas (2007 N=318; 2009 N=353)

⁴ Entre HSH que reportan haber usado al menos una vez condón durante una relación sexual en los últimos 30 días con cualquier pareja (masculina y femenina) (UCONANY=1; 2007=456; 2009=484)

⁵ Calculado entre HSH que utilizaron un condón en su última relación sexual P19 (2007 N=458; 2009 N=524)

⁶ Aunque en Monitoreo se presenta el porcentaje de HSH que reportó distintos tipos de pareja, en evaluación e impacto no se hace análisis de dicha variable, porque el propósito del programa no fue evitar que HSH no tuvieran ningún tipo de parejas.

⁷ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial durante los últimos 30 días (P12CN=1:2007 N=120; 2009 N= 186)

⁸ Calculado entre HSH que tuvieron parejas comercial (P11CN=1:2007 N=180; 2009 N= 282)

⁹ Es difícil determinar si un incremento en las variables de “percepción de la amenaza o de riesgo” es positivo o negativo, ya que se podría concluir que a un aumento de susceptibilidad habrá mayor uso, o bien que hay susceptibilidad porque existe un mayor comportamiento de riesgo.

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad, en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN. Nicaragua, 2007 y 2009.

Comportamiento: Uso de condón, Reducción de Parejas, Prueba de VIH

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	Sep 2007 N=597	Ago 2009 N=619
<i>Ciudad</i>	%	%
- Managua	49.7	59.9
- Chinandega	16.8	16.0
- Masaya	12.7	13.1
- Nueva Segovia	7.4	0.5
- RAAS	13.4	10.5
<i>Identidad Sexual</i>	%	%
- Gay/Homosexual	60.5	46.9
- Bisexual	32.5	47.2
- Heterosexual	2.0	4.0
- Travesti/Transgénero	5.0	1.9
<i>Edad</i>	%	%
- 18-24	48.9	66.1
- 25-40	51.1	33.9
- Media de edad	media 26.2	media 23.5
<i>Nivel de educación</i>	%	%
- Sin estudios	0.8	1.1
- Primaria incompleta	3.2	3.7
- Primaria completa	6.0	5.2
- Secundaria incompleta	36.1	36.7
- Secundaria completa	24.8	24.7
- Diversificado/Bachillerato incompleto	0.2	0.5
- Diversificado/Bachillerato completo	15.8	22.5
- Universidad incompleta	11.22	5.7
- Universidad completa	1.8	0.0
- Estudios de post grado o más	0.8	1.1
<i>Estado Civil</i>	%	%
- Soltero	89.1	87.1
- Unión Libre/Casado	9.4	11.5
- Separado	1.0	1.1
- Divorciado	0.3	0.3
<i>Qué tan religioso se considera</i>	%	%
- Nada religioso	15.9	32.31
- Algo religioso	68.84	52.99
- Muy religioso	15.24	14.70
<i>Ingreso mensual personal 2007 (en córdobas)</i>	%	
Menos de 1,600	45.1	
- 1,601 a 4,000	30.2	
- 4,001 a 6,400	6.2	
- 6,401 a 8,800	0.7	
- 8,801 a 11,200	0.5	
- Más de 11,201	0.2	
- (NS/NR)	17.3	

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	Sep 2007 N=597	Ago 2009 N=619
<i>Ingreso mensual personal 2009 (en dólares)</i>		%
- Menos de \$200		56.9
- De \$201 a \$500		10.5
- De \$501 a \$800		1.0
- De \$801 a \$1,100		0.2
- De \$1,101 a \$1,400		0
- \$1,401 o más		0
- No sabe/no responde		31.5
<i>Cantidad de hijos que tiene</i>	%	%
- Sin hijos	88.4	87.4
- 1 hijo	6.9	6.6
- 2 hijos	2.2	3.7
- 3 hijos o más	2.5	2.3
	<i>media</i>	<i>media</i>
- Media de hijos	0.22	0.21
<i>Ha usted pagado o le han pagado por tener relaciones sexuales con un hombre en el último año</i>	%	%
- Si	29.65	43.62
- No	70.35	56.38
<i>Número de personas que dependen de su ingreso</i>	%	%
- Nadie	56.4	59.9
- 1 a 2 personas	32.2	28.9
- 3 a 4 personas	8.7	9.2
- 5 a 6 personas	2.2	1.8
- 7 personas o más	0.5	0.2
	<i>media</i>	<i>media</i>
- Media del número de personas que dependen de su ingreso	0.86	0.83
<i>En cuántos tipos de actividades de PASMO ha participado (0-5)¹</i>	%	%
- Ninguna	84.1	66.1
- 1 actividad	4.2	13.6
- 2 diferentes actividades	2.8	9.4
- 3 diferentes actividades	2.7	7.4
- 4 diferentes actividades	1.7	1.9
- 5 diferentes actividades	4.5	1.6
	<i>media</i>	<i>media</i>
- Media de tipos de actividades de PASMO en las que ha participado	0.47	0.70
<i>Cuántos diferentes tipos de anuncios en medios masivos de PASMO recuerda²</i>	%	%
- Ninguno	9.5	1.5
- 1 tipo o versión de anuncio	11.9	0.5
- 2 tipos o versiones de anuncios	12.2	0.6
- 3 tipos o versiones de anuncios	27.0	2.1
- 4 tipos o versiones de anuncios	39.4	5.2
- 5 tipos o versiones de anuncios	0.0	6.6
- 6 tipos o versiones de anuncios	0.0	10.2
- 7 tipos o versiones de anuncios o más	0.0	73.0
	<i>media</i>	<i>media</i>
- Media de tipos de anuncios en medios masivos de PASMO que recuerda	2.7	7.6
	<i>máximo</i>	<i>máximo</i>

CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES	Sep 2007 N=597	Ago 2009 N=619
- Número máximo de tipos o versiones de anuncios recordados por un HSH	4	10

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 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.

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

Riesgo: HSH entre 18 y 40 años de edad, en Managua, Chinandega, Masaya, Nueva Segovia y RAAN. Nicaragua, 2009.

Comportamiento: Uso de condón, reducción de parejas, prueba de VIH

Variables Compuestas	2009 (N=619) Alfa de Cronbach
OPORTUNIDAD	
<i>Escala de 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	0.71
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>Escala de 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	0.77
2. Los condones VIVE son cómodos de usar	
3. Los condones VIVE tienen buena lubricación	
<i>Escala de normas sociales 1: HSH aspiran tener una sola pareja (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. Los hombres no se sienten orgullosos de tener varias parejas sexuales (r)	0.69
2. Los hombres pueden controlar sus impulsos sexuales (r)	
3. Los hombres en ocasiones deciden perder una oportunidad de tener sexo (r)	
4. Los hombres no necesitan tener más de una pareja (r)	
5. La minoría de mis amigos tiene varias parejas sexuales (r)	
6. Es bien visto por mis amigos el tratar de reducir mi número de parejas sexuales (r)	
<i>Escala de normas sociales 2: HSH se perciben aceptados (No discriminados) (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i>	
1. Cuando la gente se entera de que un hombre tuvo sexo con otro hombre usualmente no lo rechazan (r)	0.69
2. Los hombres no evitan ser vistos con hombres gay obvios (r)	
3. Un hombre es atractivo para mí no solo si luce masculino (r)	
4. La mayoría de los hombres que tienen sexo con hombres, no tienen que esconder su gusto por los hombres para evitar ser discriminados (r)	
5. Es bien visto por la sociedad un hombre al que le gustan los hombres (r)	
6. Para ser respetado, un hombre no necesita mantener oculto que le gustan otros hombres (r)	
7. La mayoría de la gente no se siente incomoda estando cerca de un hombre que saben que tiene sexo con otro hombre (r)	
8. Los hombres no evitan tener compañeros sexuales que luzcan afeminados (r)	
HABILIDAD	
<i>Escala de Autoestima positiva: 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	0.76
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	
MOTIVACIÓN	

Variables Compuestas	2009 (N=619) Alfa de Cronbach
<p><i>Escala de percepción de riesgo (amenaza): HSH que creen que están en riesgo de adquirir VIH (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es del tipo de personas que pueden adquirir el SIDA 2. Se encuentra en riesgo de adquirir SIDA 3. Está en riesgo de adquirir el SIDA porque ocasionalmente no ha utilizado condón 	0.72
<p><i>Escala de 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 	0.80
<p><i>Escala de ubicación de control positiva: 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 	0.78
<p><i>Escala de actitudes: HSH reconocen la importancia de saber su estado serológico, de hacerse la prueba del VIH/SIDA, y de buscar atención médica para el tratamiento de una ITS) (1=totalmente en desacuerdo, 2=desacuerdo, 3=de acuerdo, 4=totalmente de acuerdo)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sería lo mejor para su pareja regular y para usted hacerse la prueba del SIDA antes de que dejen de usar condones 2. Es importante conocer su estado con respecto al VIH <p>Es necesario buscar atención médica para el tratamiento de una ITS</p>	0.72

(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.