

INFORME NARRATIVO TRIMESTRAL

1 de octubre de 2016 – 31 de diciembre de 2016

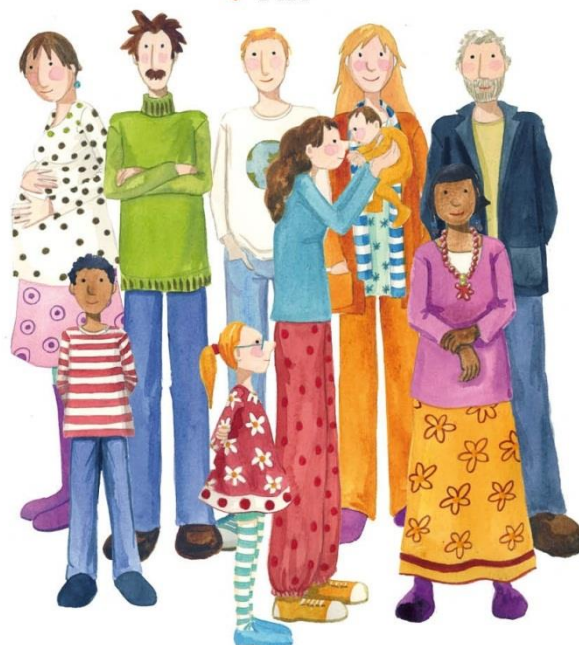
SERVICIO MULTICANAL DE INFORMACIÓN Y PREVENCIÓN DEL
VIRUS DE INMUNODEFICIENCIA HUMANA (VIH)

Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH

900 111 000

*De lunes a viernes de 9 a 20 horas
Sábados y domingos de 9 a 15 horas*

Confidencial, Anónimo, Gratuito



También consultas por e-mail: informacionvih@cruzroja.es

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. CUADRO RESUMEN DEL SERVICIO MULTICANAL DESDE EL INICIO DEL SERVICIO
3. CONSULTAS RESPONDIDAS A TRAVÉS DEL CORREO ELECTRÓNICO
4. CONSULTAS TELEFÓNICAS
 - Llamadas recibidas, atendidas y abandonadas
 - Consultas, confusión, molestar
 - Tiempo medio de atención y tiempo medio de espera. Nivel de calidad del Servicio
5. CONSULTAS WEB CONFERENCE (CHAT)
6. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES
 - Red Social Facebook
 - Red Social Twitter
7. PARTICIPACIÓN EN FOROS
8. PERFIL DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL SERVICIO MULTICANAL: (Teléfono y Chat)
 - Sexo
 - Edad
 - Provincias
 - País de origen
 - Identificación de la persona que llama
 - Se identifican como VIH positivo
9. ANÁLISIS DE LAS CONSULTAS DEL SERVICIO MULTICANAL: (Teléfono y Chat)
 - Frecuencia en la utilización del servicio
 - Motivo de la llamada
 - Motivo de la llamada según sexo
 - Motivo de la llamada según sexo y edad
 - Información solicitada/facilitada

10. CÓMO SE HA CONOCIDO EL SERVICIO

- Servicio Telefónico
- Servicio Web Conference

11. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN REALIZADAS

12. ANEXOS

Anexo I: Hoja de Registro de Llamadas.

Anexo II: Flujo de Llamadas y nivel de servicio.

Anexo III: Resumen de Llamadas: consulta, molestar y confusión.

Anexo IV: Tablas, porcentajes y estadística

Anexo V: Campaña “Día de la prueba de VIH”

Anexo VI: Campaña del 1 de diciembre “Día Mundial de la Respuesta al VIH y el sida”

1. INTRODUCCIÓN

El Servicio de Atención Telefónica sobre el VIH y sida de Cruz Roja se puso en funcionamiento el 16 de diciembre de 2005 con el fin de favorecer la prevención, mejorar la educación sanitaria de la población general y evitar la discriminación de las personas afectadas.

Desde entonces, hemos logrado **2.621.833 contactos** y alcanzado las **329.996 consultas**, sumando los obtenidos tanto a través del **teléfono 900 111 000** como a través de los diferentes canales de comunicación que hemos ido incorporado hasta transformar el Servicio de Atención Telefónica en un **Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH**.

Además del teléfono y el buzón de correo electrónico **informacionvih@cruzroja.es**, que fueron los pioneros, los nuevos canales de comunicación más recientemente incorporados son las **Redes Sociales Facebook** y **Twitter**, la **Web Conference** y los **foros de consulta** Todoexpertos, Yahoo respuestas y Onmeda.

A partir del 1 de enero de 2014 se empezaron a contabilizar las **visitas a nuestra página Web (www.cruzroja.es/vih)**.

El 1º de diciembre de 2015, aprovechando la fecha y también los 10 años del Servicio Multicanal, se puso en marcha la app para móvil

Características del Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH:

El Servicio telefónico se ofrece a través del número 900 111 000 mediante el que Cruz Roja ofrece información especializada, actualizada, rigurosa, clara y objetiva, cumpliendo las siguientes características:

- Gratuidad
- Ámbito estatal
- Universalidad, dirigido a la población general
- Confidencialidad
- Anonimato
- Personalización
- Cobertura diaria de lunes a domingo (excepto festivos). En horario de lunes a viernes de 09 a 20 horas, y sábados y domingos de 09 a 15 horas.

El resto de los canales de comunicación participan de todas estas características resaltando su **acceso universal** a todas aquellas personas que dispongan de una conexión a Internet.

Registro:

Con el fin de poder analizar las consultas y el funcionamiento del Servicio, así como para la realización de informes de seguimiento y evaluación, los y las agentes recogen una serie de datos, tanto de las llamadas como de las consultas a través del Chat, el correo electrónico o las redes sociales (sexo,

edad, provincia, información solicitada...), respetando siempre el compromiso de confidencialidad y anonimato de las personas usuarias.

Así mismo, el propio sistema registra a su vez información sobre: número de consultas, duración, tiempo de espera, franjas horarias, etc.

Derivación y seguimiento de casos

El Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH ha desarrollado durante los últimos trimestres una estrategia de **derivación y seguimiento de personas usuarias que demandan atención psicológica a los Programas de VIH y sida de la red territorial de Cruz Roja Española** que tienen recursos de apoyo psicosocial. Estas personas son derivadas desde el Servicio Multicanal a los equipos psicosociales de Cruz Roja y, si se confirma su necesidad de apoyo psicológico, se configura un programa de intervención adaptado a sus demandas. Desde el Servicio Multicanal se recogen algunos datos básicos de cada persona para llevar a cabo un seguimiento de las derivaciones con la intención de evaluar la efectividad y los resultados de esta iniciativa, respetando siempre el compromiso de confidencialidad y anonimato de las personas usuarias.

Durante este trimestre, hemos derivado a 4 personas que solicitaban ayuda psicológica

Además, el Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH también ha integrado desde el 5 diciembre del 2012 una estrategia de **derivación y seguimiento para las personas que, por alguna razón u otra, no tienen acceso a la tarjeta sanitaria del sistema público de salud**. De esta manera, desde el Servicio Multicanal se deriva a estas personas a la persona Referente de Salud de Cruz Roja del ámbito territorial correspondiente, para que sea asesorada individualmente y conseguir dar respuesta a su demanda de atención tras las gestiones oportunas. **Este trimestre, hemos derivado a 1 persona.**

Otro tema sobre el que se incide específicamente desde el Servicio es sobre la **denegación o dificultad de acceso a la Profilaxis Post Exposición No Ocupacional (En adelante PPENO)**. Ante estos casos, el Servicio Multicanal deriva también, a las personas que lo necesitan, a la persona Referente de Salud de Cruz Roja del ámbito territorial correspondiente.

También estamos en contacto con la **Fundación ANAR** (Fundación de Apoyo al Niño y al Adolescente) para coordinarnos con ellos en los casos en que recibimos **consultas de menores que pueden haber sido víctimas de abusos sexuales**.

2. CUADRO RESUMEN DESDE EL INICIO DEL SERVICIO MULTICANAL

Teniendo en cuenta la diversidad de canales de comunicación incorporados al Servicio, se ha considerado interesante recoger además del número de consultas el **número total de contactos** recibidos, ya que algunos de los nuevos canales, especialmente en el caso de las redes sociales, son más adecuados para favorecer la prevención a través de mensajes de difusión y de sensibilización que para dar respuesta a consultas individuales.

A partir de este año 2016, hemos pasado a considerar como contactos, tanto en Facebook como en twitter, las "impresiones" (es decir, la cantidad de veces que cada publicación que hemos realizado ha podido ser vista por distintos usuarios).

PERIODO	TELÉFONO (llamadas atendidas)	WEB CONFERENCE (sesiones chat)	CORREO ELECTRÓNICO	FOROS	FACEBOOK (impresiones)	TWITTER (impresiones)	WEB (visitas)	TOTAL CANALES
2005/2006	18.627		163					18.790
2006/2007	21.097		271					21.368
2007/2008	19.791		514					20.305
2008/2009	22.208		653					22.861
2010	20.480		803					21.283
2011	20.884		1.120					22.004
2012	17.896	5.708	1.533	2.764	15.149	114		43.164
2013	16.142	18.303	2.487	6.426	45.160	682		89.200
2014	16.032	22.899	2.545	6.139	185.613	3.354	132.444	369.026
2015	15.165	24.168	2.191	6.541	191.361	1.935	93.215	334.576
2016	13.428	24.738	1.774	1.321	380.083	1.142.800	95.112	1.659.256
TOTAL	201.750	95.816	14054	23.191	817.366	1.148.885	320.771	2.621.833

Este trimestre hemos sumado 439.073 contactos, alcanzando un total de 2.621.833 contactos a través de todos los canales desde el inicio del Servicio.

Si comparamos los datos referidos a los contactos de los cuatro últimos trimestres:

PERIODO	TELÉFONO	WEB CONFERENCE	CORREO ELECTRÓNICO	FOROS	REDES SOCIALES FACEBOOK	REDES SOCIALES TWITTER	WEB	TOTAL CANALES
Nº CONTACTOS 1º TRIMESTRE 2016	3.537	6.378	455	390	92.407	228.800	25.023	356.990
Nº CONTACTOS 2º TRIMESTRE 2016	3.477	5.681	441	178	71.659	313.200	24.840	419.476
Nº CONTACTOS 3º TRIMESTRE 2016	3.518	6.347	428	412	98.891	314.400	19.721	443.717
Nº CONTACTOS 4º TRIMESTRE 2016	2.896	6.332	450	341	117.126	286.400	25.528	439.073
TOTALES	13.428	24.738	1774	1.321	380.083	1.142.800	95.112	1.659.256

En cuanto a las **consultas**, este trimestre hemos alcanzado las **10.906**. Desde el comienzo del Servicio en Diciembre de 2005, hasta el día de hoy, se han atendido un total de **329.996** consultas a través de todos los canales.

PERIODO	TELÉFONO (llamadas de consulta)	WEB CONFERENCE (sesiones chat)	CORREO ELECTRÓNICO	FOROS	FACEBOOK (consultas)	TWITTER (consultas)	TOTAL CANALES
2005/2006	17.627		163				17.790
2006/2007	20.097		271				20.368
2007/2008	18.791		514				19.305
2008/2009	20.498		653				21.151
2010	19.980		803				20.783
2011	19.580		1.120				20.700
2012	13.907	5.708	1.533	2.764	204		24.116
2013	13.080	18.303	2.487	6.426	2.210	29	42.535
2014	13.750	22.899	2545	5.565	2.967	127	47.853
2015	13.515	24.168	2.191	6.541	3.767	150	50.332
2016	12.180	24.738	1.774	1.321	4.845	205	45.063
TOTAL	183.005	95.816	14.054	22.617	13.993	511	329.996

Si comparamos los datos referidos a las consultas de los cuatro últimos trimestres:

PERIODO	TELÉFONO	WEB CONFERENCE	CORREO ELECTRÓNICO	FOROS	REDES SOCIALES FACEBOOK	REDES SOCIALES TWITTER	TOTAL
Nº CONSULTAS 1º TRIMESTRE 2016	3.130	6.378	455	390	1.236	24	11.613
Nº CONSULTAS 2º TRIMESTRE 2016	3.136	5.681	441	178	1.210	29	10.675
Nº CONSULTAS 3º TRIMESTRE 2016	3.254	6.347	428	412	1.369	59	11.869
Nº CONSULTAS 4º TRIMESTRE 2016	2.660	6.332	450	341	1.030	93	10.906
TOTALES	12.180	24.738	1774	1.321	4.845	205	45.063

Es necesario precisar que el número de contactos o de consultas no se corresponde necesariamente con el número de personas que son atendidas o por lo menos, no se puede asegurar que sea así. Dado el carácter anónimo de las consultas, no podemos identificar si una persona realiza varios usos del Servicio. Es decir, que una persona puede interactuar más de una vez a través de los distintos canales de comunicación a lo largo de un mismo periodo de tiempo. Por lo tanto, se presume que el número de contactos y de consultas puede ser más elevado que el número real de personas que han contactado con el Servicio.

3. CONSULTAS RESPONDIDAS A TRAVÉS DEL CORREO ELECTRÓNICO

A continuación presentamos un cuadro resumen donde se recogen los correos electrónicos recibidos desde el inicio del Servicio.

PERIODO	CORREOS RECIBIDOS
Año 2005 / 2006	163
Año 2006 / 2007	271
Año 2007 / 2008	514
Año 2008 / 2009	653
Año 2010	803
Año 2011	1120
Año 2012	1533
Año 2013	2487
Año 2014	2545
Año 2015	2.191
Del 01/01/2016 al 31/03/2016	455
Del 01/04/2016 al 30/06/2016	441
Del 01/07/2016 al 30/09/2016	428
Del 01/10/2016 al 31/12/2016	450
TOTAL	14.054

A lo largo del trimestre evaluado en este informe **se ha producido un aumento de los correos electrónicos recibidos con respecto al trimestre anterior (22 más)**. Todas las consultas han sido respondidas.

Los temas de consulta mayoritarios en este trimestre han estado relacionados con las siguientes cuestiones: **“Cuándo hacer la prueba”, “Resultados”, “Fiabilidad de la prueba de 4ª generación”, “Otras ITS” y “Síntomas”**.

Hay que destacar que el número de preguntas que se plantean en cada correo suele ser más de una.

Además, el número de **agradecimientos** obtenidos ha sido de **32** (18,39%).

4. DATOS DE LAS LLAMADAS

LLAMADAS RECIBIDAS, ATENDIDAS Y ABANDONADAS DESDE EL INICIO DEL SERVICIO

A continuación se presenta el Cuadro Resumen de las llamadas recibidas desde el inicio del Servicio.

PERIODO	LLAMADAS RECIBIDAS	LLAMADAS ATENDIDAS	LLAMADAS ABANDONADAS	LLAMADAS DERIVADAS (OVERFLOWED +RONA)
2005/2014	190.066	173.157	16.086	823
	100%	91,10%	8,46%	0,43%
2015	15.950	15.165	341	444
	100%	95,08%	2,14%	2,78%
2016	14.245	13.428	463	354
	100%	94,26%	3,25%	2,49%
TOTAL	220.261	201.750	16.890	1.621
	100%	91,47%	7,87%	0,66%

LLAMADAS RECIBIDAS, ATENDIDAS Y ABANDONADAS EN EL ACTUAL TRIMESTRE

Cuadro resumen de las llamadas **recibidas, atendidas y abandonadas**.

Período	Llamadas Recibidas	Llamadas Atendidas		Llamadas Abandonadas		Derivadas
01-octubre al 31 de diciembre-2016	3.028 100%	Espera < NSS	Espera >NSS	Espera >NSI	Espera < NSI	62 2%
		2.884 95,2%	12 0,4%	67 2,2%	3 0,1%	

Este trimestre el Servicio ha recibido **3.028** llamadas, de las cuales se han atendido **2.896**.

De las **2.896** llamadas atendidas, **2.884 (95,2%) fueron contestadas en un tiempo inferior a 20 segundos**, que se define como **un Nivel de Servicio Superior (NSS < 20´)** y solo 12 (0,4%) fueron respondidas en un tiempo superior.

La mayoría de las llamadas abandonadas, fueron colgadas tan rápidamente que no dieron opción a ser atendidas (67), lo que hace suponer que fueron abandonadas por las propias personas que nos llamaban.

Mientras la línea permanece cerrada, se activa un contestador automático recordando el horario de atención del Servicio.

En la siguiente tabla mostramos la comparación de este trimestre con los anteriores:

PERIODO	RECIBIDAS	ATENDIDAS	ABANDONADAS	DERIVADAS (REJECTED +OVERFLOWED+RONA)	NIVEL DE SERVICIO
1º TRIMESTRE 2016	3.713	3.537	86	90	97,71%
2º TRIMESTRE 2016	3.673	3.477	81	115	96,99%
3º TRIMESTRE 2016	3.831	3.518	226	87	98,07%
4º TRIMESTRE 2016	3.028	2.896	70	62	98,53%

El resumen mes a mes de llamadas recibidas y atendidas, abandonadas, derivadas y el Nivel de Servicio durante este trimestre es el siguiente:

PERIODO	RECIBIDAS	ATENDIDAS	ABANDONADAS	DERIVADAS (REJECTED+OVERFLOWED+RONA)	NIVEL DE SERVICIO
Del 1 al 31/10/2016	1.072	1.033	26	0+6+7	98,65%
Del 1 al 30/11/2016	971	927	24	0+9+11	98,50%
Del 1 al 31/12/2016	985	936	20	0+13+16	98,42%
TOTAL TRIMESTRE	3.028	2.896	70	0+28+34	98,52%

El **Nivel de Servicio** es el resultado de dividir el total de llamadas atendidas antes de 20 segundos (Espera<NSS) entre la suma de: llamadas atendidas antes de 20 segundos + atendidas después de 20 segundos + abandonadas después de 20 segundos.

Distribución horaria de las llamadas a lo largo del día:

- **Mañanas: 1.862 llamadas, el 61,49% del total de llamadas recibidas.**
- **Tardes: 1.166 llamadas, el 38,51% del total de llamadas recibidas.**

Se han registrado **6 llamadas fuera del horario del Servicio**, que fueron también atendidas.

Hay que tener en cuenta que los fines de semana el Servicio solo funciona de 09h. a 15h., es decir, que en total cada semana hay 12 horas más de atención telefónica por la mañana que por la tarde.

Hora	Llamadas Recibidas
08 a 09h.	1
09 a 10h.	264
10 a 11h.	311
11 a 12h.	353
12 a 13h.	355
13 a 14h.	329
14 a 15h.	249
15 a 16h.	197
16 a 17h.	211
17 a 18h.	263
18 a 19h.	254
19 a 20h.	236
20 a 21h.	5
TOTAL	3.028

CONSULTAS, CONFUSIÓN, MOLESTAR.

Desde el inicio del Servicio de Atención Telefónica, distinguimos 3 tipos de llamadas recibidas: "consulta", "molestar" y "confusión". Presentamos a continuación el cuadro resumen correspondiente este trimestre.

Periodo	Consulta	Molestar	Confusión	Total Atendidas
1º Trimestre	3.130	113	294	3.537
2º Trimestre	3.136	114	197	3.477
3º Trimestre	3.254	64	200	3.518
4º Trimestre	2.660	112	124	2.896
TOTAL	12.180	403	815	13.428

TIEMPO MEDIO DE ATENCIÓN Y DE ESPERA

La duración de la llamada viene, en gran medida, determinada por la necesidad de la persona que llama, por el motivo de la consulta y también, en menor grado, por el estilo comunicativo del agente que la atiende.

T. MEDIO DE ATENCIÓN	T. MEDIO DE ESPERA
3m. 50s.	5s.

¹ Anexo II: Informes del Nivel de Servicio Canal de Telefonía.

5. CONSULTAS WEB CONFERENCE

El año 2012 se agregó el Chat al Servicio Multicanal y desde entonces se ha ido incrementando su utilización por parte de las personas que nos consultan sobrepasando cada vez más el número de consultas que se realizan por teléfono.

Las sesiones recibidas y atendidas, son las mismas, ya que los y las especialistas atienden a todas las personas usuarias de la Web Conference, por lo que no hay sesiones abandonadas. Sin embargo, es cierto que en algún caso, la persona que entra al chat, no interactúa con el Servicio, bien porque se arrepiente o por alguna otra razón que desconocemos. Podríamos considerar, por tanto, que las abandona la propia persona.

Lo que ocurre, en muchos más casos que en las consultas telefónicas, es que la persona que nos consulta abandone el chat una vez ha obtenido la respuesta que necesitaba, sin contestar a los datos estadísticos que se le solicitan (sexo, edad, provincia...), lo que hace que tengamos un mayor número de NS/NC.

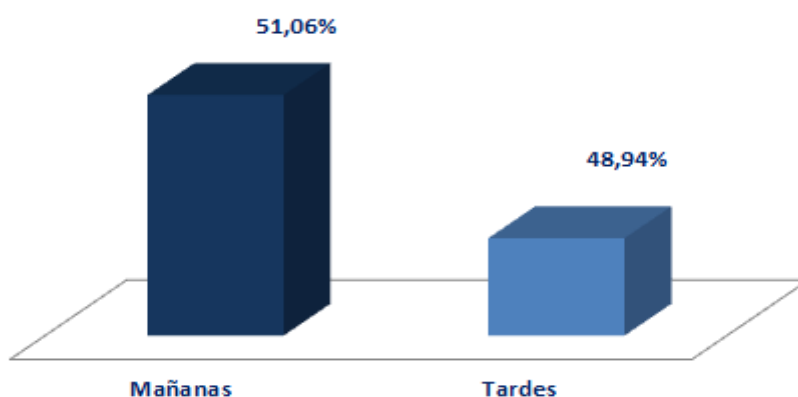
PERIODO	WEB CONFERENCE (sesiones chat)
2012	5.708
2013	18.303
2014	22.899
2015	24.168
1º Trimestre 2016	6.378
2º Trimestre 2016	5.681
3º Trimestre 2016	6.347
4º Trimestre 2016	6.332
TOTAL	95.816

Distribución horaria de las sesiones a lo largo del día:

Como se puede observar en la siguiente tabla, el número de sesiones atendidas de chat es mayor por las tardes que por las mañanas, máxime teniendo en cuenta que **los fines de semana el Servicio solo funciona de 09h. a 15h., es decir, que en total cada semana hay 12 horas más de atención del chat por la mañana que por la tarde.**

2º TRIMESTRE 2016	WEB CONFERENCE (sesiones chat)
Mañanas	3.233
Tardes	3.099

Sesiones por franja horaria



Durante este trimestre han tenido lugar **134 sesiones más en los turnos de tarde** que en los de mañana.

CONSULTAS, CONFUSIÓN, MOLESTAR.

La totalidad de las sesiones han sido consultas, por ello vamos a considerar las **6.332 sesiones** de este trimestre como **sesiones de consulta**.

Hay que tener en cuenta que nuestra Web Conference, solo dispone de salas privadas, las personas que nos consultan pueden ver el número de personas conectadas y sus nicks en el momento, pero no pueden interactuar entre ellas.

Hasta el momento, no se ha detectado ninguna sesión que podamos catalogar como “molestar”.

TIEMPO MEDIO DE ATENCIÓN Y DE ESPERA

Aunque estos datos no se recogen en los registros, podemos afirmar que el tiempo medio de espera para ser atendido, no excede nunca de un minuto.

El tiempo de atención, es enormemente variable, pero en conjunto es mucho mayor en el chat que en el teléfono, lo cual es lógico, ya que el lenguaje oral es más rápido que el escrito y además cada operador atiende varias sesiones simultáneamente.

Hay sesiones que llegan a durar más de 60 minutos, mientras que otras son mucho más breves al solicitar la persona una información muy precisa, como por ejemplo una dirección dónde hacerse la prueba de detección del VIH.

6. UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

RED SOCIAL FACEBOOK

La iniciativa de incorporar las nuevas tecnologías 2.0 al Servicio de Información y Prevención del VIH, se llevó a cabo con el objetivo de dar a conocer el Servicio a un mayor número de personas y reforzar, de esta manera, la información, la sensibilización ante el VIH y el sida, y, en definitiva, la prevención.

Por ello, el 14 de noviembre de 2011 se inauguró la página del Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH en la red social Facebook, considerada entonces como uno de los medios con mayor repercusión dentro del entorno 2.0.

Hacemos un breve resumen de los resultados obtenidos en este cuarto trimestre:

✓ **Seguidores totales: 4.378**

✓ **Contactos:** La recogida de este dato, la hemos modificado a partir de enero de 2016, sustituyendo el número de visitas, por las impresiones.

En el presente periodo se han alcanzado las **117.126 impresiones***, con una media de **137** publicaciones.

** Las impresiones es la cantidad de veces que cada publicación que hemos realizado ha podido ser vista por distintos usuarios.*

✓ **Número de publicaciones: 137**

✓ **Nuevos seguidores: 174**

✓ **Consultas atendidas: 1.030**

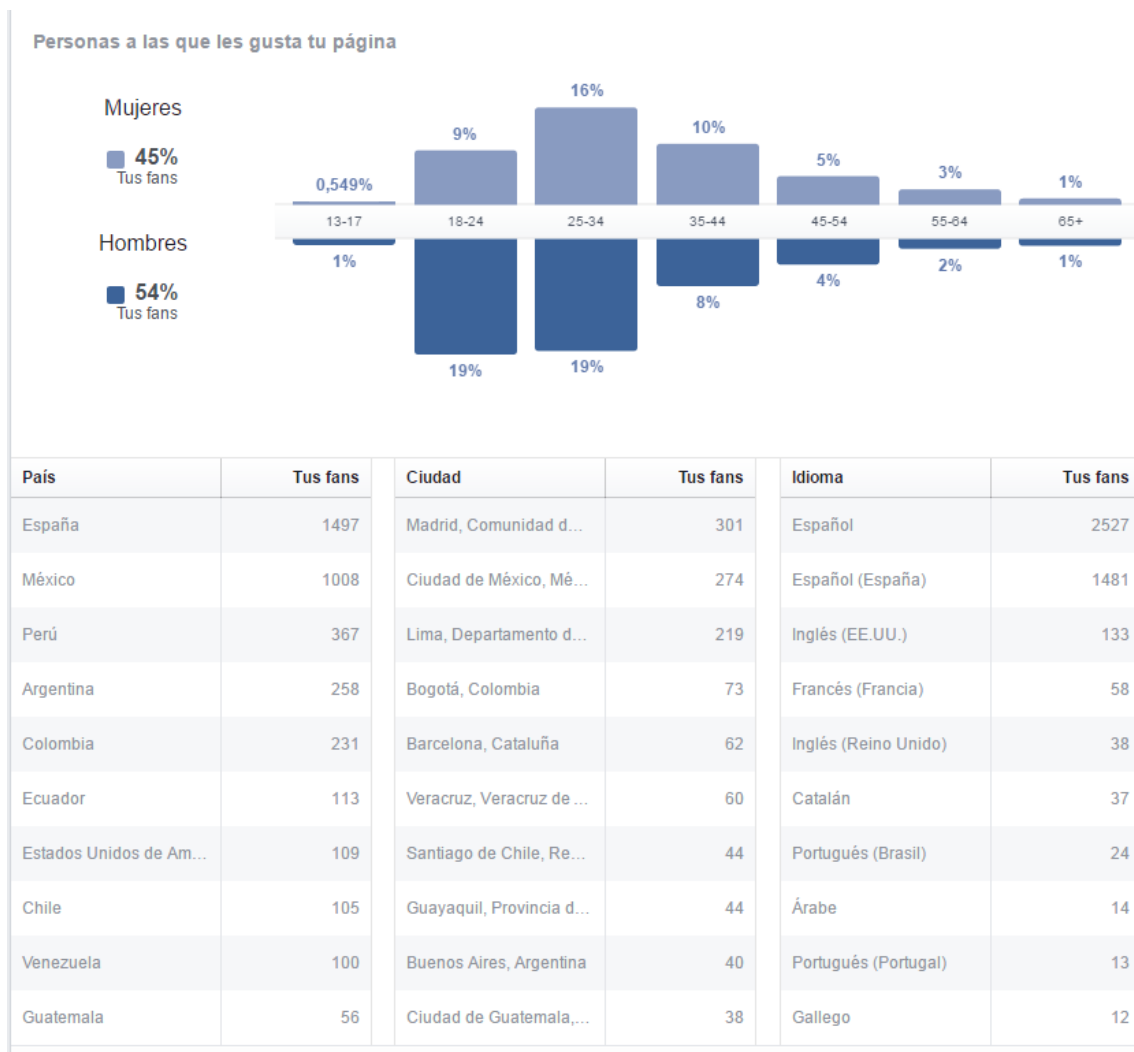
A continuación, pasamos a ofrecer información detallada sobre cada uno de estos puntos.

“Me gusta” o nuevos seguidores: 174

En este último trimestre **se han sumado 174 seguidores** a nuestra página de Facebook, alcanzando los **4.378 seguidores**.

Datos demográficos

Mostramos un gráfico que contiene los datos demográficos (sexo, edad, país, ciudad e idiomas) de las **4.378 personas que hasta la fecha han indicado que “les gusta” nuestra página** y engrosan el número de seguidores:



En cuanto a la edad, el **grupo más representativo** es el constituido por las personas comprendidas **entre los 25 y 34 años (35%)**, seguido del grupo de edad comprendido **entre los 18 y 24 años (28%)**. Por lo que **el grueso de nuestros seguidores**, con un **63%**, son personas entre los 18 y los 34 años de edad.

Un dato a tener en cuenta es que **casi un 2%** de nuestros seguidores **son menores de edad**.

Aunque **la mayoría de las personas** que nos están siguiendo en esta red social **viven en España**, se observa también una presencia importante de seguidores residentes en otros países, especialmente del continente americano.

Con respecto a **nuestro país**, los seguidores se ubican mayoritariamente en **Madrid y Barcelona**.

Publicaciones con mayor alcance

A lo largo del trimestre podemos observar variaciones en función de la repercusión de nuestras publicaciones.



A continuación presentamos **el mensaje publicado en nuestra página de Facebook que ha obtenido mayor repercusión**. Se trata de la publicación en relación a la nueva portada para la campaña del “Día Mundial de la respuesta ante el VIH y el sida”.



RED SOCIAL “TWITTER”

La misión principal del uso que hacemos de esta red es la de **acercar** a las personas que utilizan las redes sociales como canal de comunicación, **la información publicada en el resto de canales del Servicio, aportando información específica, sensibilización y prevención** en el ámbito del VIH y sida. También, de forma puntual, se responde a las consultas que realizan algunas personas y organizaciones.

Hacemos un breve resumen de los resultados obtenidos en este cuarto trimestre:

- ✓ **Seguidoras totales: 2.637**
- ✓ **Nuevas seguidoras: 206**
- ✓ **Consultas atendidas: 93**
- ✓ **Contactos: 286.400** impresiones *(recogida de datos modificada a partir de enero de 2016, sustituyendo seguidores por impresiones)*

*Las *impresiones* es la cantidad de veces que cada publicación que hemos realizado ha podido ser vista por distintos usuarios.

Además, **hemos sido mencionados en 382 ocasiones** por distintas usuarias. **(352 más que en el mes anterior)**

A continuación, recogemos la información detallada sobre cada uno de estos puntos.

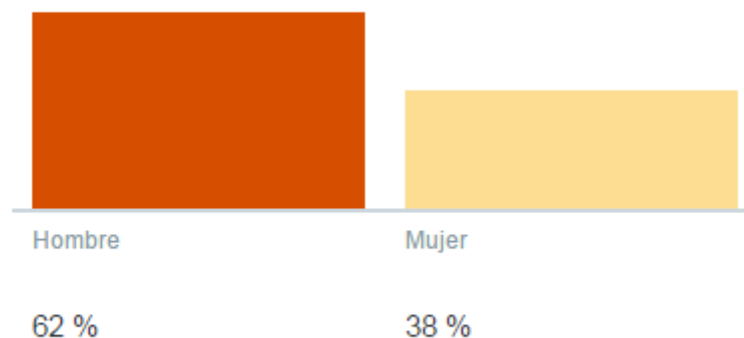
SEGUIDORAS

En este trimestre **contamos con 206 nuevas personas/cuentas seguidoras**, lo que supone un **total de 2.637** al finalizar el trimestre.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Según datos de las analíticas de Twitter, el **62%** las cuentas que nos siguen son de **hombres** y el **38%** de **mujeres**. Aunque estos datos deben considerarse meramente orientativos puesto que existen muchos perfiles en los que no se registra esta información.

Género



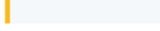
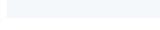
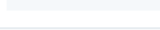
Con respecto a su procedencia, observamos que **mayoritariamente el país de origen de las personas seguidoras es España con un 58%** del total, seguido, al igual que ocurre en Facebook, de países hispano-americanos.

País

Nombre de país	% de la audiencia
España	58 %
México	12 %
Venezuela	7 %
Argentina	4 %
Colombia	4 %
Ecuador	3 %
Chile	2 %
Estados Unidos	1 %
Perú	1 %
Panamá	1 %

Dentro del ámbito estatal, observamos, al igual que ocurre en la red Facebook, que el **mayor número de personas que nos siguen procediendo de la Comunidad Autónoma de Madrid**, seguida de **Cataluña y Andalucía**.

Región

Estado o región	% de la audiencia
Comunidad de Madrid / Community of Madrid, ES	13 % 
Cataluña / Catalonia, ES	6 % 
Barcelona, ES	6 % 
Andalucía / Andalusia, ES	5 % 
Comunidad Valenciana / Valencia, ES	4 % 
Distrito Federal - Ciudad de México / Mexico City, MX	3 % 
Castilla y León / Castille and Leon, ES	2 % 
Valencia, ES	2 % 
País Vasco / Basque Country, ES	2 % 
Alicante, ES	1 % 

NÚMERO DE PUBLICACIONES

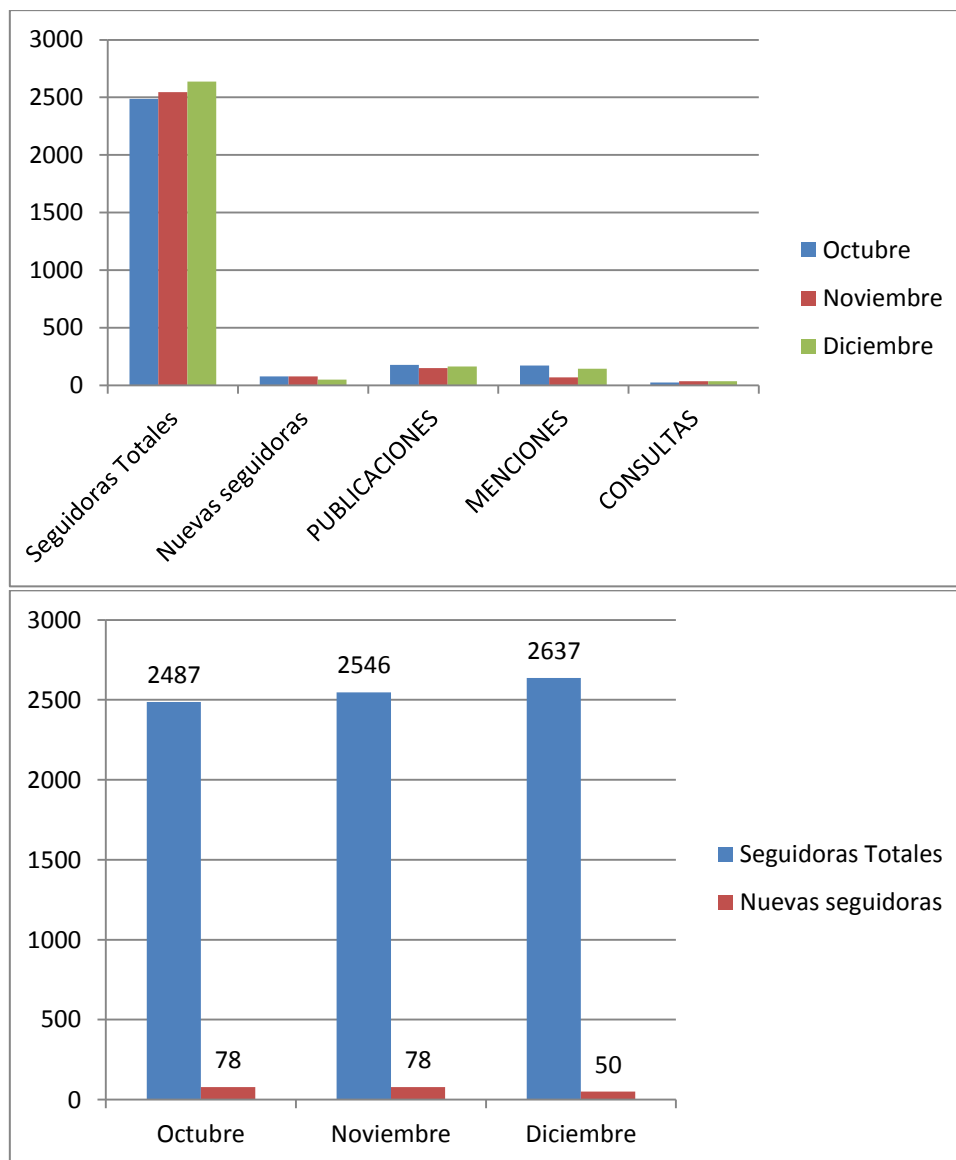
Las publicaciones realizadas desde el Servicio durante este periodo **han sido un total de 490.**

En este periodo hemos tenido una media de más de 5 publicaciones diarias.

Informe métrico de @InfoVIHCruzRoja

A continuación, mostramos un resumen de los valores seleccionados para medir este canal.

Progresión de cuentas seguidoras:



Y por último, incluimos las gráficas que describen la distribución de las interacciones:

Interacciones:





7. PARTICIPACIÓN EN LOS FOROS

Con el objetivo de ampliar cada vez más nuestra función preventiva, el 14 de junio del 2012, el Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH se registró en dos foros con la finalidad de ampliar su servicio de información, prevención y educación socio sanitaria.

El principal dato que podemos aportar sobre las consultas al Servicio, en estos dos foros, desde que comenzamos a colaborar, es que hemos llegado a las **22.510 consultas atendidas**. Este trimestre se ha atendido **341 consultas**.

Estos foros son los siguientes:

- **“Yahoo Respuestas”**, una comunidad en línea que permite que las personas usuarias respondan a preguntas planteadas por otras personas.
- **“TodoExpertos.com”**, una comunidad de ayuda virtual para formular dudas. Estas consultas son respondidas por expertos y expertas organizados por categorías.

- **“Onmeda” foro sobre VIH y Sida**, desde el 26/05/2016, colaboramos en dar respuesta a las preguntas y dudas que nos plantean en este foro.

Hay que resaltar que estas webs de consultas, suponen una importante fuente de personas que después contactan directamente con el Servicio Multicanal.

Este trimestre, por ejemplo, han sido al menos 598 las personas que nos conocieron a través de estos foros.

La actividad en dichos foros, en este trimestre ha sido la siguiente:

✓ **ACTIVIDAD EN EL SITE: “YAHOO RESPUESTAS”**

TRIMESTRE	CONSULTAS CONTESTADAS
4º Trimestre de 2016	285

Desde el inicio de esta colaboración, hemos alcanzado este trimestre las **16.267** consultas.



Cruz Roja Española Nivel 7
 Modificar preferencias

73.919
Puntos

23%
Mejores respuestas

16.267
Respuestas

Los mejores

En Enfermedades de transmisión sexual Mejores Respuestas

1  **Cruz Roja Española** 3.565

Los mejores

En Enfermedades Mejores Respuestas

1  **Cruz Roja Española** 3.664

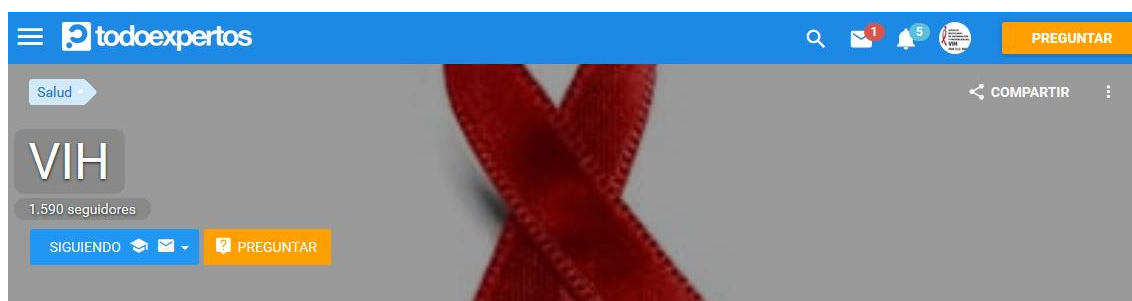
✓ **ACTIVIDAD EN EL SITE: "TODOEXPERTOS.COM"**

TRIMESTRE	CONSULTAS CONTESTADAS
4º Trimestre de 2016	56

También hay que destacar que **somos el experto con la máxima puntuación en el apartado "VIH" del website y que contamos en la actualidad con 1.826 seguidores/as** (92 más que el trimestre anterior).



Desde el comienzo de la colaboración con Todoexpertos, hemos atendido **6.576 consultas**



MEJORES EXPERTOS ÚLTIMOS 100 DÍAS

 **Cruz Roja Española Servicio de Información de VIH** 12,5K

MEJORES EXPERTOS TOTAL

 **Cruz Roja Española Servicio de Información de VIH** 381K

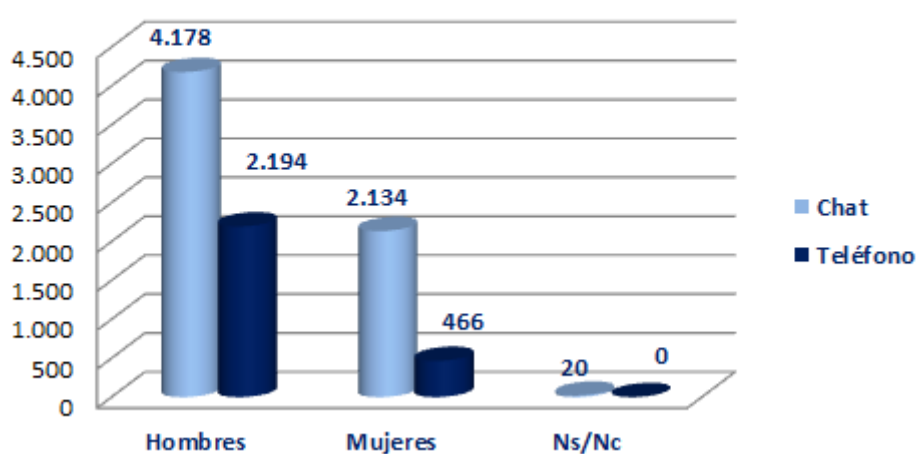
8. PERFIL DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL SERVICIO MULTICANAL (Teléfono y chat)

Realizar el análisis comparativo tanto del Servicio Telefónico como de la Web Conference tiene el propósito de determinar y valorar el alcance poblacional que tienen ambos medios, ya que entre los objetivos de la incorporación de las nuevas tecnologías en el Servicio, además de llegar a un mayor número de personas, se encontraba también aumentar las consultas realizadas por parte de las mujeres y de las personas más jóvenes.

SEGÚN EL SEXO

Tanto en la Atención telefónica como en la Web Conference, la mayoría de las personas que consultan continúan siendo los hombres, aunque esta mayoría es menos aplastante en el caso del chat, como se puede observar en la gráfica y la tabla que ofrecemos a continuación:

Perfil por sexo



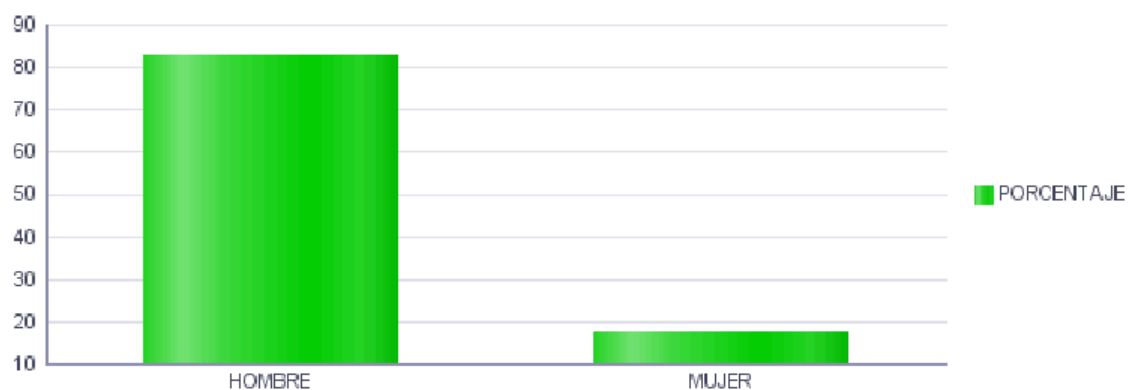
SEXO	LLAMADAS	PORCENTAJE	SESIONES	PORCENTAJE
HOMBRE	2.194	82,48%	4.178	65,98%
MUJER	466	17,52%	2.134	33,70%
NS/NC	0	0%	20	0,32%
TOTAL	2.660	100%	6.332	100%

TELÉFONO

Desde el inicio del Servicio, la gran mayoría de las consultas que se reciben por teléfono proceden de personas del sexo masculino y, en este trimestre, como se puede comprobar en las siguientes tabla y gráfica, siguen predominando mayoritariamente los **hombres, representando el 82,48%**.

Las mujeres han alcanzado un 17,52%

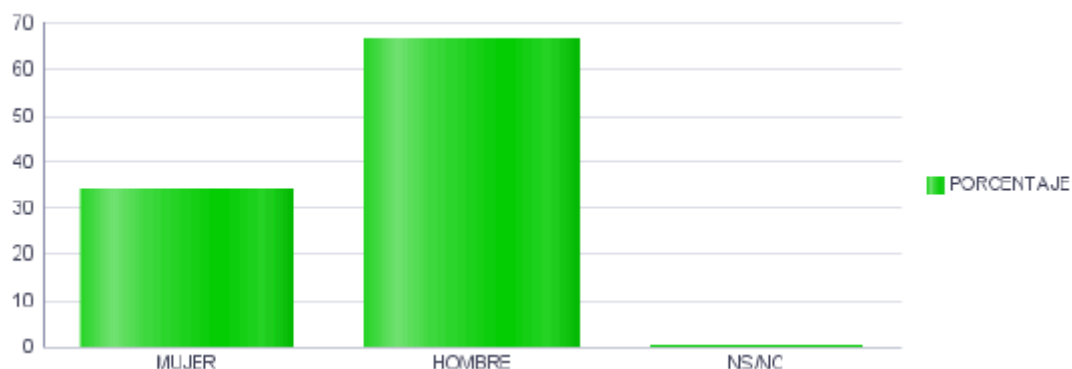
SEXO	LLAMADAS	PORCENTAJE
HOMBRE	2194	82,48%
MUJER	466	17,52%
TOTAL	2660	100%



WEB CONFERENCE

Desde el segundo trimestre de 2012, en el que se comenzaron a atender consultas a través de la Web Conference (Chat), comprobamos que mayoritariamente, las consultas son formuladas por hombres. Este trimestre, la tendencia se mantiene, de manera que el **65,98%** de las sesiones corresponden a **hombres**, frente al **33,70%** que fueron realizadas por **mujeres**.

SEXO	SESIONES	PORCENTAJE
MUJER	2134	33,70%
HOMBRE	4178	65,98%
NS/NC	20	0,32%
TOTAL	6332	100%



SEGÚN LA EDAD

TELÉFONO

En la tabla siguiente, vemos que durante este trimestre, las personas de edades comprendidas entre los **36 y 45 años**, son las que más han consultado (36,02%). **Las personas de 30 o menos años representan el 35,33% del total de las personas que consultaron a través del teléfono y las mayores de 30 años el 64,44%.** Un 0,23% corresponde a llamadas en las que no se declaró la edad.

EDAD	LLAMADAS	PORCENTAJE
MENORES DE 16	17	0,64%
ENTRE 17 y 18	29	1,09%
ENTRE 19 y 22	111	4,17%
ENTRE 23 y 25	181	6,80%
ENTRE 26 y 30	602	22,63%
ENTRE 31 y 35	508	19,10%
ENTRE 36 y 45	958	36,02%
MAYORES DE 45	248	9,32%
NS/NC	6	0,23%
TOTAL	2660	100%

WEB CONFERENCE

Como se puede observar en la siguiente tabla, durante este trimestre **la franja de edad más frecuente está situada entre los 26 y 30 años**, al igual que ocurrió en el trimestre anterior.

Si consideramos el conjunto de **las consultas de las personas de 30 años o menos edad** observamos que **representan el 58,15 % del total** de consultas, lo que demuestra que la Web Conference es más utilizada por los jóvenes que el teléfono.

Por su parte, **los mayores de 30 años** han representado el **41,82%** de las sesiones.

En 2 sesiones, las personas no declararon su edad.

EDAD	SESIONES	PORCENTAJE
MENORES DE 16	54	0,85%
ENTRE 17 y 18	150	2,37%
ENTRE 19 y 22	808	12,76%
ENTRE 23 y 25	803	12,68%
ENTRE 26 y 30	1867	29,49%
ENTRE 31 y 35	903	14,26%
ENTRE 36 y 45	1408	22,24%
MAYORES DE 45	337	5,32%
NS/NC	2	0,03%
TOTAL	6332	100%

SEGÚN LA PROVINCIA

Tanto en el Servicio Telefónico como en el Chat, la provincia de Madrid es la más destacada con 573 llamadas y 589 sesiones respectivamente.

TELÉFONO

La cobertura del Servicio continúa siendo mayoritariamente de ámbito estatal, ya que se reciben llamadas procedentes de todas las provincias españolas. Aunque como podemos observar, también se realizan consultas desde el extranjero, 32 llamadas se han recibido este trimestre desde fuera de España.

Madrid es, desde el inicio del Servicio, la provincia desde la que se realizan más consultas, siendo el **21,54%** del total en este trimestre.

Las provincias que siguen a Madrid en número de consultas son **Albacete** (9,59%), **y Barcelona** (8,50%), destacamos también, que se han hecho **25** llamadas desde el **Extranjero** (0,94%).

En la siguiente tabla se puede consultar los datos detallados por provincias.

PROVINCIA	LLAMADAS	PORCENTAJE	PROVINCIA	LLAMADAS	PORCENTAJE
A CORUNA	54	2,03%	LAS PALMAS	60	2,26%
ALBACETE	255	9,59%	LEON	13	0,49%
ALICANTE	176	6,62%	LLEIDA	14	0,53%
ALMERIA	61	2,29%	LUGO	15	0,56%
ARABA/ALAVA	18	0,68%	MADRID	573	21,54%
ASTURIAS	44	1,65%	MALAGA	66	2,48%
AVILA	14	0,53%	MELILLA	6	0,23%
BADAJOS	32	1,20%	MURCIA	58	2,18%
BALEARES	39	1,47%	NAVARRA	17	0,64%
BARCELONA	226	8,50%	OURENSE	9	0,34%
BIZKAIA/VIZCAYA	30	1,13%	PALENCIA	6	0,23%
BURGOS	30	1,13%	PONTEVEDRA	14	0,53%
CACERES	20	0,75%	SALAMANCA	12	0,45%
CADIZ	49	1,84%	SEGOVIA	6	0,23%
CANTABRIA	57	2,14%	SEVILLA	64	2,41%
CASTELLON	27	1,02%	SORIA	2	0,08%
CEUTA	5	0,19%	TARRAGONA	38	1,43%
CIUDAD REAL	66	2,48%	TENERIFE	32	1,20%
CORDOBA	60	2,26%	TERUEL	2	0,08%
CUENCA	19	0,71%	TOLEDO	27	1,02%
GIPUZKOA	29	1,09%	VALENCIA	68	2,56%
GIRONA	29	1,09%	VALLADOLID	23	0,86%
GRANADA	45	1,69%	ZAMORA	6	0,23%
GUADALAJARA	23	0,86%	ZARAGOZA	30	1,13%
HUELVA	14	0,53%	EXTRANJERO	25	0,94%
HUESCA	6	0,23%	SIN REGISTRAR		
JAEN	34	1,28%	TOTAL	2660	100%
LA RIOJA	12	0,45%			

WEB CONFERENCE

Las provincias que siguen a **Madrid (9,30%)** en número de consultas son **Barcelona** (8,80%), **Ciudad Real** (3,28%) **y Castellón** (3,11%) y destacar también, que se han atendido **1.457 sesiones desde el Extranjero (23,01%)**.

En la tabla siguiente se detallan los datos de las sesiones del chat por provincias.

PROVINCIA	SESIONES	PORCENTAJES
A CORUÑA	183	2,89%
ALBACETE	100	1,58%
ALICANTE	64	1,01%
ALMERÍA	57	0,90%
ARABA/ÁLAVA	37	0,58%
ASTURIAS	30	0,47%
ÁVILA	53	0,84%
BADAJOS	105	1,66%
BALEARES	134	2,12%
BARCELONA	557	8,80%
BIZKAIA/VIZCAYA	51	0,81%
BURGOS	143	2,26%
CÁCERES	135	2,13%
CÁDIZ	182	2,87%
CANTABRIA	41	0,65%
CASTELLÓN	197	3,11%
CEUTA	9	0,14%
CIUDAD REAL	208	3,28%
CORDOBA	176	2,78%
CUENCA	114	1,80%
GIPUZKOA	77	1,22%
GIRONA	141	2,23%
GRANADA	116	1,83%
GUADALAJARA	83	1,31%
HUELVA	57	0,90%
HUESCA	49	0,77%
JAÉN	50	0,79%
LA RIOJA	34	0,54%

PROVINCIA	SESIONES	PORCENTAJES
LAS PALMAS	55	0,87%
LEÓN	53	0,84%
LLEIDA	20	0,32%
LUGO	25	0,39%
MADRID	589	9,30%
MÁLAGA	53	0,84%
MELILLA	9	0,14%
MURCIA	66	1,04%
NAVARRA	33	0,52%
OURENSE	11	0,17%
PALENCIA	16	0,25%
PONTEVEDRA	27	0,43%
SALAMANCA	37	0,58%
SEGOVIA	51	0,81%
SEVILLA	108	1,71%
SORIA	46	0,73%
TARRAGONA	75	1,18%
TENERIFE	51	0,81%
TERUEL	35	0,55%
TOLEDO	66	1,04%
VALENCIA	143	2,26%
VALLADOLID	45	0,71%
ZAMORA	20	0,32%
ZARAGOZA	40	0,63%
EXTRANJERO	1457	23,01%
SIN REGISTRAR		
TOTAL	6332	99,72%

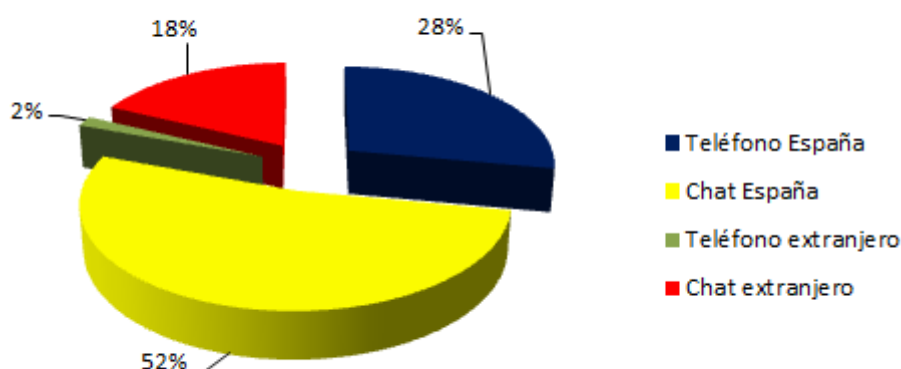
SEGÚN EL PAÍS DE ORIGEN

En ambos canales de comunicación, el país de origen de la mayoría de las personas que realizan sus consultas es **España**.

Cabe destacar que en el Chat respecto al teléfono, se reciben más consultas procedentes del extranjero, **1.604 en el Chat** frente a **147 en las llamadas**. Esto se debe a que al tener conexión a Internet la comunicación les resulta gratuita, lo que no sucede en el teléfono 900, ya que para que la llamada no suponga ningún coste para las personas que quieren consultar, hay que encontrarse en territorio perteneciente al ámbito nacional.

Durante este trimestre, los países que más han consultado, en el Servicio Telefónico, exceptuando España, han sido **Argentina (13)**, **Italia, México y Venezuela (con 12 cada una)**, **Rumanía (11)** y **Ecuador (10)**. En el caso del Chat, las consultas más frecuentes han sido de personas originarias de **México (404)**, **Colombia (237)**, **Perú (146)** y **Argentina (144)**.

Consultas según país



TELÉFONO

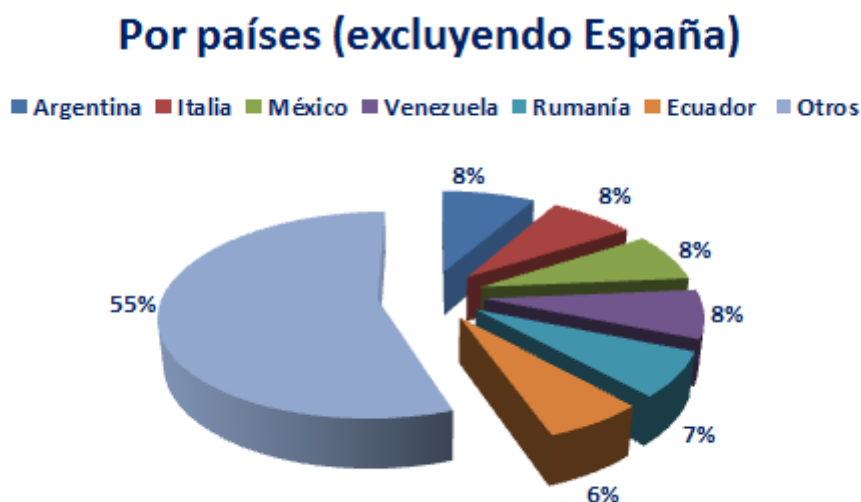
A continuación, se muestra en la siguiente tabla la distribución del número de llamadas y sus porcentajes según el país de origen de la persona que llama.

PAÍS DE ORIGEN	LLAMADAS	PORCENTAJE
ARGELIA	1	0,04%
ARGENTINA	13	0,49%
BAHREIN	1	0,04%
BELGICA	1	0,04%
BOLIVIA	1	0,04%
BRASIL	9	0,34%
BULGARIA	1	0,04%
CHILE	2	0,08%
CHINA	2	0,08%
COLOMBIA	6	0,23%
CUBA	1	0,04%
DOMINICA	1	0,04%
ECUADOR	10	0,38%
EL SALVADOR	1	0,04%
ESPAÑA	2513	94,47%
ESTADOS UNIDOS	2	0,08%
FRANCIA	6	0,23%
GUATEMALA	3	0,11%
HONDURAS	3	0,11%
IRAN	3	0,11%
ITALIA	12	0,45%
MARRUECOS	6	0,23%
MEXICO	12	0,45%
PAISES BAJOS	1	0,04%
PANAMA	2	0,08%
PERU	7	0,26%
PORTUGAL	1	0,04%
R.DOMINICANA	2	0,08%
REINO UNIDO	1	0,04%
RUMANIA	11	0,41%
RUSIA	2	0,08%
SENEGAL	2	0,08%
SIRIA	1	0,04%
SUECIA	1	0,04%
TAILANDIA	1	0,04%
UCRANIA	2	0,08%
URUGUAY	4	0,15%
VENEZUELA	12	0,45%
TOTAL	2660	100%

El **94,47%** de las llamadas telefónicas proceden de personas españolas. Este dato se repite desde los inicios del Servicio en todos los informes trimestrales.

Las consultas más numerosas (sin tener en cuenta a España), han sido las procedentes de **Argentina, Italia, México, Venezuela, Rumanía y Ecuador**.

Si excluimos a España como país de origen, la distribución de nacionalidades extranjeras queda reflejada en la siguiente gráfica con sus porcentajes:



En todo caso, siempre hay que recordar que dado el anonimato de este Servicio no podemos saber exactamente el país de origen de cada persona usuaria que ha efectuado alguna llamada, sólo podemos hablar de "número de consultas", porque una sola persona puede realizar más de una llamada al Servicio durante el mismo periodo o bien, no querer responder a la pregunta que le realizamos sobre cuál es su país de origen.

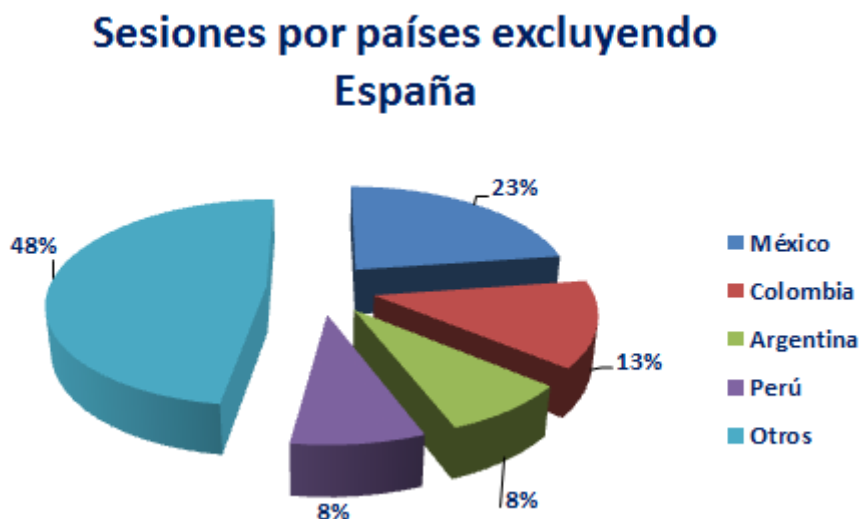
WEB CONFERENCE

El **74,67%** de las consultas por chat proceden de personas españolas. Las consultas realizadas por personas, cuyo país de origen no es **España**, continúan en porcentajes muy similares al trimestre pasado, destacando las sesiones realizadas por parte de personas de origen latinoamericano procedentes de **México** (6,38%), **Colombia** (3,74%), **Perú** (2,31) y **Argentina** (2,27%)

A continuación, se muestra en la siguiente tabla la distribución del número de consultas y sus porcentajes según el país de origen de la persona que consulta.

PAÍS DE ORIGEN	SESIONES	PORCENTAJE
ANDORRA	2	0,03%
ARGENTINA	144	2,27%
AZERBAIYAN	1	0,02%
BELGICA	3	0,05%
BOLIVIA	28	0,44%
BRASIL	6	0,09%
CANADA	2	0,03%
CHILE	106	1,67%
CHINA	1	0,02%
COLOMBIA	237	3,74%
COSTA RICA	11	0,17%
CUBA	8	0,13%
DINAMARCA	1	0,02%
DOMINICA	28	0,44%
ECUADOR	102	1,61%
EL SALVADOR	10	0,16%
ESPAÑA	4728	74,67%
ESTADOS UNIDOS	34	0,54%
ETIOPIA	1	0,02%
FRANCIA	15	0,24%
GRECIA	1	0,02%
GUATEMALA	51	0,81%
HAITI	1	0,02%
HONDURAS	33	0,52%
ISRAEL	1	0,02%
ITALIA	10	0,16%
JAPON	3	0,05%
LIBANO	1	0,02%
MARRUECOS	3	0,05%
MAURITANIA	1	0,02%
MEXICO	404	6,38%
NGWANE	1	0,02%
NICARAGUA	9	0,14%
PAISES BAJOS	1	0,02%
PANAMA	21	0,33%
PARAGUAY	10	0,16%
PERU	146	2,31%
PORTUGAL	1	0,02%
R.DOMINICANA	18	0,28%
REINO UNIDO	8	0,13%
RUMANIA	1	0,02%
RUSIA	2	0,03%
SENEGAL	2	0,03%
SIRIA	1	0,02%
TANZANIA	1	0,02%
URUGUAY	12	0,19%
VENEZUELA	121	1,91%
TOTAL	6332	100%

En el siguiente gráfico reflejamos los países de origen que más recurren al chat del Servicio Multicanal, sin tener en cuenta España:



IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA QUE REALIZA LA CONSULTA

Este dato se recoge en función de la información que de manera espontánea aporta la persona que llama. Es decir, que no se pregunta expresamente.

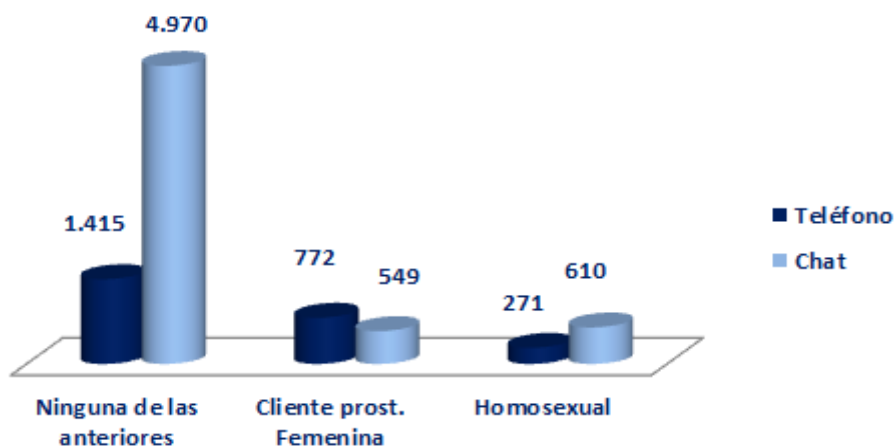
En ambos canales el porcentaje de consultas más elevado es el de **“Ninguna de las anteriores”**, representando el **53,20%** del total de llamadas recibidas en el **servicio telefónico** y el **78,49%** del total de **sesiones de chat**. Hay que tener en cuenta que en esta categoría se incluyen a todas las personas que consultan sobre temas referidos a prácticas sexuales entre personas de sexo diferente, ya que no está tipificada la categoría “heterosexual”.

En los casos en los que las personas sí nos ofrecen suficiente información para su identificación, nos encontramos con que tanto en las llamadas como en el chat los dos porcentajes más elevados son **“cliente de prostitución femenina”** y **“homosexual”**.

La recogida de esta información tiene como finalidad el poder detectar personas con características similares dentro de la población y conocer mejor cuáles son sus necesidades específicas, para poder ofrecer una mejor respuesta a su demanda, así como tener la capacidad de enfocar adecuadamente las campañas de prevención dirigidas hacia los diferentes grupos de personas. Somos conscientes, sin embargo, de que la clasificación que ofrecemos es poco rigurosa, pues las categorías obedecen a diferentes criterios que pueden solaparse. Por ello, queremos resaltar que la única finalidad de este apartado es obtener algo más de información acerca de los

perfiles de las personas usuarias del Servicio Multicanal, con el propósito de adaptar lo más posible nuestra intervención a sus necesidades y sin afán de clasificar ni encasillar a nadie.

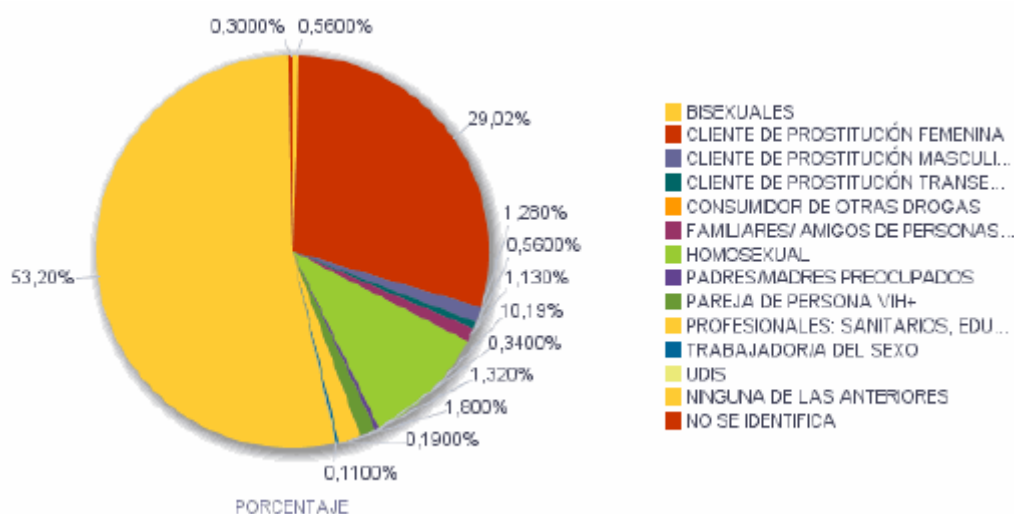
Se identifica como...



TELÉFONO

Como hemos señalado, al igual que en el informe anterior las categorías más señaladas han sido: **“No se identifica con ninguna de las anteriores”**, **“Cliente de prostitución femenina”** y **“Homosexual”**.

LLAMADA REALIZADA POR	LLAMADAS	PORCENTAJE
BISEXUALES	15	0,56%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN FEMENINA	772	29,02%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN MASCULINA	34	1,28%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN TRANSEXUAL	15	0,56%
CONSUMIDOR DE OTRAS DROGAS	0	0,00%
FAMILIARES/ AMIGOS DE PERSONAS VIH+	30	1,13%
HOMOSEXUAL	271	10,19%
PADRES/MADRES PREOCUPADOS	9	0,34%
PAREJA DE PERSONA VIH+	35	1,32%
PROFESIONALES: SANITARIOS, EDUCADORES...	48	1,80%
TRABAJADOR/A DEL SEXO	5	0,19%
UDIS	3	0,11%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	1415	53,20%
NO SE IDENTIFICA	8	0,30%
TOTAL	2660	100%



Como veíamos en un apartado anterior, la distribución, durante este trimestre, de las personas usuarias por **sexo**, en la Atención Telefónica, ha sido la siguiente: **82,48% de hombres** y **17,52% de mujeres**.

Si consideramos la categoría "sexo", observamos que **tanto en mujeres como en hombres se mantiene en primer lugar la categoría "Ninguna de las anteriores"**, representando el 47,40% de las consultas de los hombres y el 80,47% de las consultas de las mujeres.

Con respecto a la identificación de hombres y mujeres en las distintas categorías, podemos observar la siguiente tabla:

LLAMADA REALIZADA POR...	HOMBRES	%	MUJERES	%
BISEXUALES	12	0,55%	3	0,64%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN FEMENINA	746	34,00%	26	5,58%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN MASCULINA	32	1,46%	2	0,43%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN TRANSEXUAL	15	0,68%	0	0,00%
CONSUMIDOR DE OTRAS DROGAS	0	0,00%	0	0,00%
FAMILIARES/ AMIGOS DE PERSONAS VIH+	16	0,73%	14	3,00%
HOMOSEXUAL	264	12,03%	7	1,50%
PADRES/MADRES PREOCUPADOS	3	0,14%	6	1,29%
PAREJA DE PERSONA VIH+	29	1,32%	6	1,29%
PROFESIONALES: SANITARIOS, EDUCADORES...	26	1,19%	22	4,72%
TRABAJADOR/A DEL SEXO	1	0,05%	4	0,86%
UDIS	3	0,14%	0	0,00%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	1040	47,40%	375	80,47%
NO SE IDENTIFICA	7	0,32%	1	0,21%
TOTAL	2194	100%	466	100%

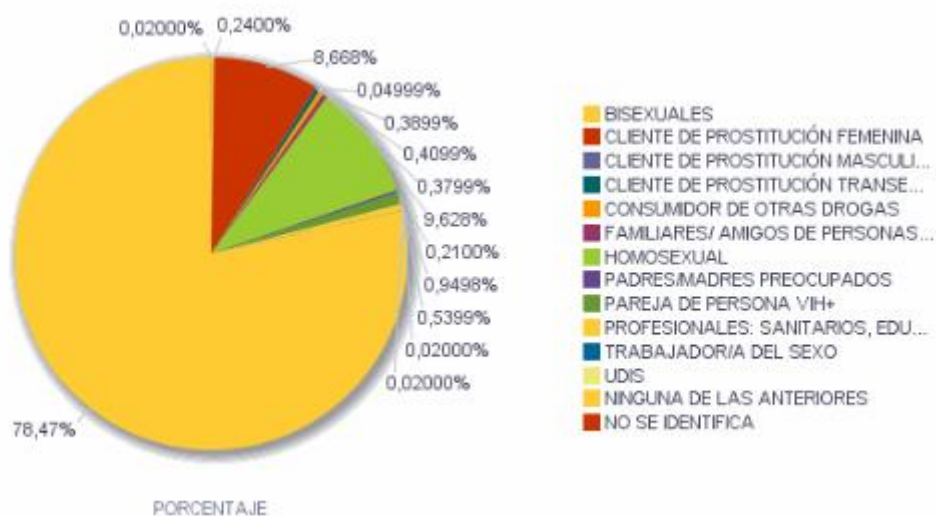
WEB CONFERENCE

Como explicamos en el caso de las llamadas, el objetivo de identificar las características de las personas que acceden al servicio de Web Conference es el de poder identificar a diferentes grupos de población que recurren al chat del Servicio Multicanal.

Siguiendo la tendencia de los anteriores trimestres, la categoría más frecuente ha sido **“Ninguna de las anteriores”**, seguida de **“Cliente de prostitución femenina”** y **“Homosexual”**, al igual que se viene repitiendo en las llamadas.

Como comentamos en el caso de las llamadas, la categoría **“Ninguna de las anteriores”** recoge las consultas realizadas por personas que no nos describen ninguna práctica ni otros datos que nos permita identificar a la persona en alguna de las demás categorías establecidas, por ejemplo cuando describen prácticas sexuales entre personas de distinto sexo.

SESIÓN REALIZADA POR	SESIONES	PORCENTAJE
BISEXUALES	15	0,24%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN FEMENINA	549	8,67%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN MASCULINA	3	0,05%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN TRANSEXUAL	25	0,39%
CONSUMIDOR DE OTRAS DROGAS	26	0,41%
FAMILIARES/ AMIGOS DE PERSONAS VIH+	24	0,38%
HOMOSEXUAL	610	9,63%
PADRES/MADRES PREOCUPADOS	13	0,21%
PAREJA DE PERSONA VIH+	60	0,95%
PROFESIONALES: SANITARIOS, EDUCADORES...	34	0,54%
TRABAJADOR/A DEL SEXO	1	0,02%
UDIS	1	0,02%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	4970	78,49%
NO SE IDENTIFICA	1	0,02%
TOTAL	6332	100%



La distribución de las personas usuarias de las que podemos saber el sexo, en la Web Conference, ha sido la siguiente: 65,98% de hombres y 33,70% de mujeres.

Si consideramos la categoría "sexo", observamos que **tanto en mujeres como en hombres se mantiene en primer lugar la categoría "Ninguna de las anteriores"**, representando el **70,18%** de las consultas de los hombres y el **94,85%** de las consultas de las mujeres.

SESIÓN REALIZADA POR...	HOMBRES	%	MUJERES	%
BISEXUALES	12	0,29%	3	0,14%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN FEMENINA	538	12,88%	9	0,42%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN MASCULINA	3	0,07%	0	0,00%
CLIENTE DE PROSTITUCIÓN TRANSEXUAL	25	0,60%	0	0,00%
CONSUMIDOR DE OTRAS DROGAS	11	0,26%	15	0,70%
FAMILIARES/ AMIGOS DE PERSONAS VIH+	17	0,41%	7	0,33%
HOMOSEXUAL	576	13,79%	31	1,45%
PADRES/MADRES PREOCUPADOS	5	0,12%	8	0,37%
PAREJA DE PERSONA VIH+	43	1,03%	16	0,75%
PROFESIONALES: SANITARIOS, EDUCADORES...	13	0,31%	21	0,98%
TRABAJADOR/A DEL SEXO	1	0,02%	0	0,00%
UDIS	1	0,02%	0	0,00%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	2932	70,18%	2024	94,85%
NO SE IDENTIFICA	1	0,02%	0	0,00%
TOTAL	4178	100%	2134	100%

* El cruce de las variables de sexo y edad en cuanto a "Identificación de la persona que consulta", se puede ver en el Anexo IV.

SE IDENTIFICA COMO VIH+

Debemos recordar que este dato no se pide explícitamente a ninguna persona que nos consulta a través del Servicio Multicanal, registrándose únicamente en el caso de que la persona que consulta lo manifieste explícitamente.

Es interesante recalcar el tipo de respuesta que damos a estas personas, orientando nuestro Servicio al **counselling y al apoyo psicosocial, muy especialmente en aquellas personas con un diagnóstico reciente**, ya que entendemos que en este momento inicial puede haber más dudas sobre la infección al mismo tiempo que un mayor malestar o sufrimiento.

Además, contamos con un **Protocolo de intervención en casos de diagnóstico positivo** así como una agenda de derivación y seguimiento de los casos que nos llegan. En la medida de lo posible tratamos de derivar a las personas que nos consultan a las **Unidades de Apoyo psicosocial especializadas en VIH de la propia red territorial de Cruz Roja Española**, lo que nos garantiza la buena acogida y facilita el seguimiento de los casos.

SI SE IDENTIFICA COMO VIH+	SÍ
TELÉFONO	1,39%
CHAT	1,42%

TELÉFONO

Al igual que sucede en la Web Conference, este dato no se pregunta explícitamente a la persona usuaria, sino que se recoge en función de la información que nos facilita voluntariamente. Por ello, es posible que nos consulten un mayor número de personas que viven con el VIH del que queda reflejado.

Como se puede observar en la tabla que sigue, en este último trimestre se han recogido un total de 37 consultas de personas que viven con el VIH, lo que representa el **1,39%** del total de las consultas atendidas.

¿SE IDENTIFICA COMO VIH?	LLAMADAS	PORCENTAJE
NO SE IDENTIFICA	2623	98,61%
SI	37	1,39%
TOTAL	2660	100%

WEB CONFERENCE

Al igual que sucede en la línea telefónica, este dato no se pregunta explícitamente a la persona usuaria, sino que se recoge en función de la información que nos facilita voluntariamente. Por ello, es posible que más personas que viven con el VIH nos hayan consultado.

Como se puede observar en la tabla que sigue, en este último trimestre se han recogido un total de 90 consultas de personas que viven con el VIH, lo que representa el **1,42%** del total de las consultas atendidas.

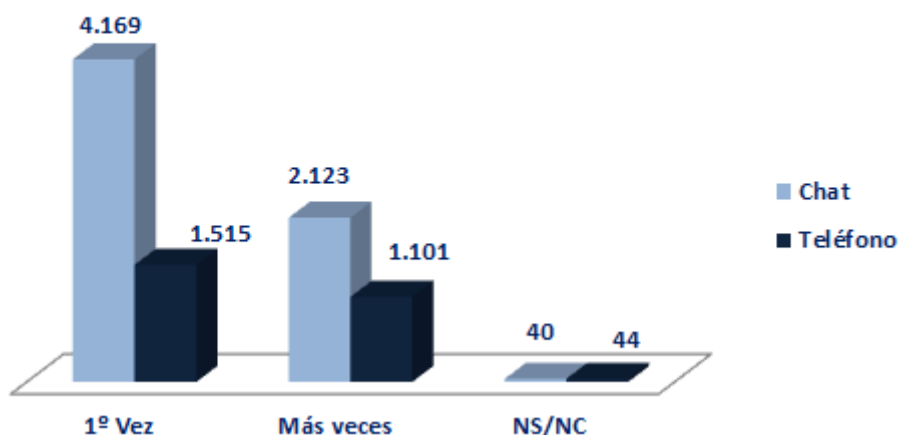
¿SE IDENTIFICA COMO VIH?	SESIONES	PORCENTAJE
NO SE IDENTIFICA	6242	98,58%
SI	90	1,42%
TOTAL	6332	100%

9. ANÁLISIS DE LAS CONSULTAS DEL SERVICIO MULTICANAL

FRECUENCIA EN LA UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

En cuanto a si es la primera vez o no que utilizan estos canales para realizar alguna consulta, los valores están bastante igualados, si bien en el chat hay mayor número de personas que lo han utilizado más de una vez, a pesar de que hay personas que no responden a la pregunta sobre la frecuencia de sus consultas

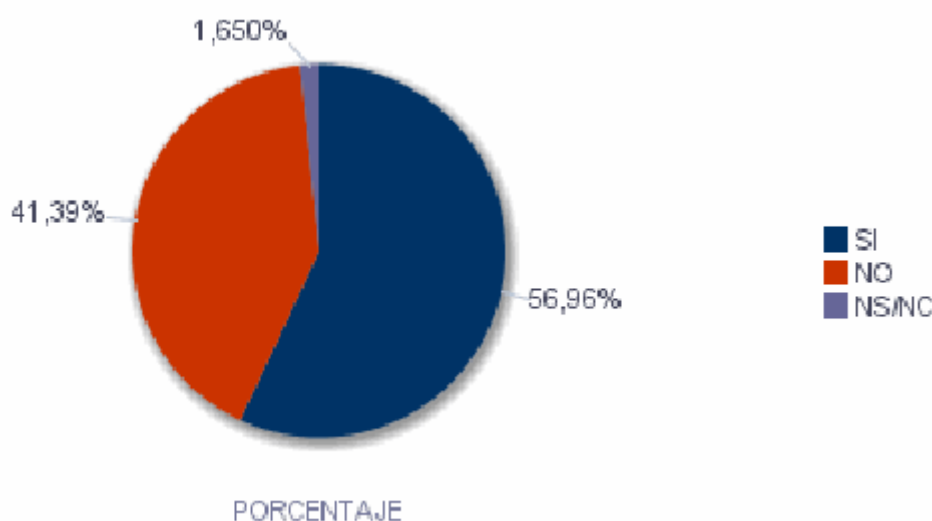
Frecuencia de utilización del servicio



TELÉFONO

Este trimestre, el **56,95%** de las personas que llamaron, manifestaron que utilizaban por primera vez el Servicio de Información Telefónica.

PRIMERA VEZ QUE LLAMA	LLAMADAS	PORCENTAJE
SI	1515	56,95%
NO	1101	41,39%
NS/NC	44	1,65%
TOTAL	2660	100%



Las explicaciones a esta reiteración en las llamadas podrían ser las siguientes:

- En primer lugar, somos conscientes de que en ocasiones la línea 900 (anónima, confidencial y gratuita) se utiliza para desahogarse (por ejemplo en periodos de incertidumbre como la espera a recibir los resultados de la prueba).
- El temor y la preocupación pueden llevar a determinadas personas a querer confirmar la información recibida (que una práctica no es de riesgo, que un resultado negativo en la prueba es definitivo, etc.).
- Por último, también hay casos de personas, preocupadas en mayor o menor grado o incluso obsesionadas con la transmisión del VIH y con la fiabilidad de la prueba, que una vez conocida la línea, llaman recurrentemente ante cualquier nueva situación que se plantean, o para contrastar las informaciones que leen a través de Internet y que desean verificar.

Recordamos que 2.660 es el número de consultas y no de usuarios/as. No obstante, a partir de los datos que las personas nos aportan, podemos afirmar que al menos 1.515 personas que nos llamaron, han manifestado haber utilizado por primera vez el Servicio Telefónico Multicanal durante el trimestre

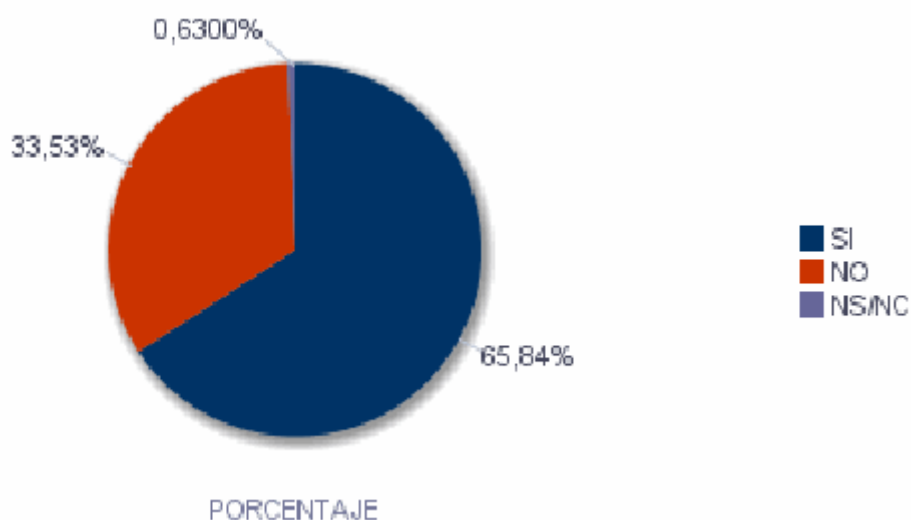
evaluado en este informe (hay que recordar que 44 no se expresaron en ningún sentido).

WEB CONFERENCE

Durante este periodo, las personas que manifestaron no ser la primera vez que utiliza nuestro Servicio de Chat, representan el 33,53%. A su vez, en el 65,84% de las consultas, declararon que era la primera vez que contactaban con el Servicio. Podemos afirmar, por tanto, que al menos 4.169 personas que han consultado a través de la Web Conference durante este trimestre nos dijeron que lo hacían por primera vez (hay que recordar que 40 no se expresaron en ningún sentido).

PRIMERA VEZ QUE CHATEA	SESIONES	PORCENTAJE
SI	4169	65,84%
NO	2123	33,53%
NS/NC	40	0,63%
TOTAL	6332	100%

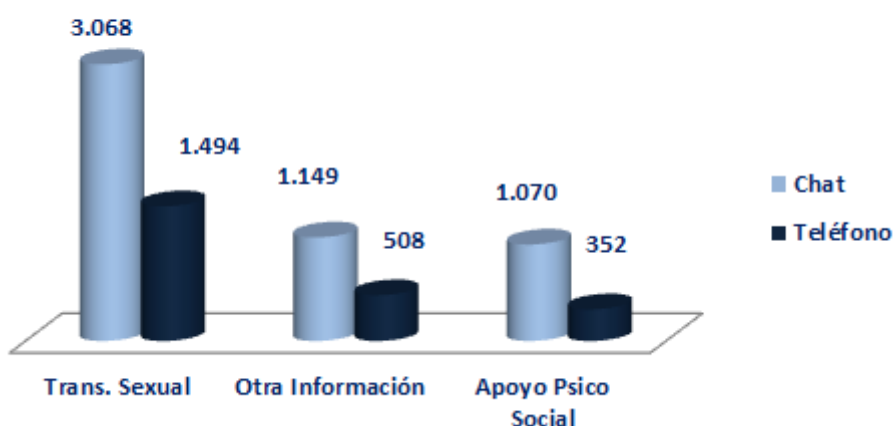
Se pueden observar los datos anteriores en el siguiente gráfico circular.



MOTIVO DE LA CONSULTA

Si nos centramos en los motivos de la consulta, la gran mayoría es la **“Transmisión sexual”** en los dos canales. A continuación se presenta una tabla detallada de tres de los motivos más usuales por los que los diferentes usuarios y usuarias han llamado o chateado con el Servicio Multicanal.

Principales motivos de consulta



TELÉFONO

La transmisión sexual sigue siendo el motivo principal por el que se produce la llamada, alcanzando algo más de la mitad del total de las consultas realizadas (56,24%).

Siguiendo también la línea de los anteriores trimestres, el 81,75% de las consultas sobre la transmisión sexual del VIH se refirieron a prácticas heterosexuales y dentro de ellas, las más frecuentes han sido, la felación, la penetración anal/vaginal y la masturbación.

Por su parte, las prácticas sexuales homosexuales han constituido el 18,25% del total de las consultas sobre la transmisión sexual del VIH. Las categorías más frecuentes han sido, durante este trimestre, la felación, la masturbación y la penetración anal.

Los porcentajes de los subapartados de Transmisión Sexual, se hacen en base a la totalidad de las consultas sobre Transmisión sexual, que este trimestre fueron **1.496**

El total del apartado de Transmisión Sexual se hace, como todos los demás, en relación a la totalidad de las consultas recibidas: **2.660**

LLAMADAS Y % DEL TOTAL	%	MOTIVO CONSULTA	PRÁCTICA
5	1,83%	Anilingus	Transmision Sexual Homosexual
13	4,76%	Besos	
9	3,30%	Cunnilingus	
88	32,23%	Fellatio	
78	28,57%	Masturbación	
10	3,66%	Otros transmisión Sexual Homosexual	
43	15,75%	Penetración anal	
27	9,89%	Rotura de preservativo	
273 (18,25%)	TOTAL	Transmision Sexual Homosexual	
5	0,41%	Anilingus	Transmision Sexual Heterosexual
38	3,11%	Besos	
94	7,69%	Cunnilingus	
544	44,48%	Fellatio	
126	10,30%	Masturbación	
15	1,23%	Otros transmisión Sexual Heterosexual	
330	26,98%	Penetración anal-vaginal	
71	5,81%	Rotura de preservativo	
1223 (81,75%)	TOTAL	Transmision Sexual Heterosexual	
TOTAL TRANSMISIÓN SEXUAL 1496 (56,24%)			

4	3,15%	Animales (picaduras, mordeduras ...)	Transmisión Sanguínea
14	11,02%	Compartir otro material de consumo de drogas	
2	1,57%	Donaciones o transfusiones de sangre	
89	70,08%	Exposición casual	
15	11,81%	Material de inyección	
3	2,36%	Tatuajes, piercing, etc.	
TOTAL TRANSMISIÓN SANGUÍNEA 127 (4,77%)			

9	5,14%	Analíticas rutinarias	Vida Cotidiana
21	12,00%	Bares	
35	20,00%	Besos sociales / apretón de manos ...	
5	2,86%	Intervenciones médicas	
13	7,43%	Peluquerías / Centros de Estética	
25	14,29%	WC públicos	
67	38,29%	Otros vida cotidiana	
TOTAL VIDA COTIDIANA 175 (6,58%)			

1	100,00%	Otros transmisión vertical	Transmisión Vertical
TOTAL TRANSMISIÓN VERTICAL 1 (0,04%)			
1	100,00%	En Centros Sanitarios	Denuncia Discriminación
TOTAL DENUNCIA DISCRIMINACIÓN 1 (0,04%)			
109	30,97%	Persona con necesidad de apoyo crónico	Necesidad Apoyo Psicosocial
164	46,59%	Persona con necesidad de apoyo puntual	
79	22,44%	Persona con posibles trastornos psicológicos	
TOTAL NECESIDAD APOYO PSICOSOCIAL 352 (13,23%)			

1	0,20%	Datos estadísticos	Otra Información
35	6,89%	Fiabilidad del preservativo	
312	61,42%	Verificar informaciones obtenidas por otros medios	
1	0,20%	Viajes con VIH+	
159	31,30%	Otros otra información	
TOTAL OTRA INFORMACIÓN 508 (19,10%)			
TOTAL DE LLAMADAS 2660 (100%)			

El **segundo motivo más consultado** ha sido el de **“Otra información”** obteniendo un porcentaje del **19,10%**, del total de las consultas. En concreto **“Verificar informaciones obtenidas por otros medios”** y **“Otros otra información”**.

El **tercer motivo de consulta este trimestre** ha sido **“Necesidad de apoyo psico social”** (13,23% del total de las consultas). Los datos que se desprenden en este periodo son que dentro de esta categoría, las consultas que corresponden a personas con demandas de apoyo crónico, son el 30,97% de las consultas que demandan apoyo psicosocial. Este perfil hace referencia a personas que necesitan el apoyo de profesionales en salud mental, asociándose muchas veces con trastornos de estrés leve o moderado, de trastornos obsesivos compulsivos, hipocondrías, etc. Vinculamos este tipo de consultas a aquellas personas que necesitan confirmar varias veces, en periodos recurrentes, información ya recibida. El resto de las consultas de este tipo responden a **necesidades tales como recibir un counselling pre-post prueba, ayuda para descartar que la situación que han vivido haya conllevado algún riesgo de infección o, puntualmente, porque acaban de diagnosticarle la infección del VIH** y necesitan informarse: en qué consiste la infección, el tratamiento, la esperanza de vida, etc.

WEB CONFERENCE

Este apartado pretende identificar con el mayor detalle posible cual es el principal motivo de la consulta de las personas que acceden al Servicio Multicanal a través del Chat.

La transmisión sexual sigue siendo el motivo principal por el que se produce la llamada, alcanzando casi la mitad del total de las consultas realizadas (48,45).

Siguiendo también la línea de los anteriores trimestres, el 81,06% de las consultas sobre la transmisión sexual del VIH se refirieron a prácticas heterosexuales y dentro de ellas, las más frecuentes han sido, la penetración anal/vaginal, la masturbación y la felación.

Por su parte, las prácticas sexuales homosexuales han constituido el 18,90% del total de las consultas sobre la transmisión sexual del VIH. Las categorías más frecuentes han sido, durante este trimestre, la masturbación, la felación y la penetración anal.

Los porcentajes de los subapartados de Transmisión Sexual, se hacen en base a la totalidad de las consultas sobre Transmisión sexual, que este trimestre fueron **3.068**.

El total del apartado de Transmisión Sexual se hace, como todos los demás, en relación a la totalidad de las sesiones de chat: **6.332**.

SESIONES Y % DEL TOTAL	%	MOTIVO CONSULTA	PRÁCTICA
15	2,59%	Anilingus	Transmisión Sexual Homosexual
32	5,52%	Besos	
28	4,83%	Cunnilingus	
175	30,17%	Fellatio	
186	32,07%	Masturbación	
44	7,59%	Otros transmisión Sexual Homosexual	
83	14,31%	Penetración anal	
16	2,76%	Rotura de preservativo	
1	0,17%	Transmisión Sexual Homosexual	
580 (18,90%)	TOTAL	Transmisión Sexual Homosexual	
11	0,44%	Anilingus	Transmisión Sexual Heterosexual
95	3,82%	Besos	
91	3,86%	Cunnilingus	
338	13,59%	Fellatio	
432	17,37%	Masturbación	
65	2,81%	Otros transmisión Sexual Heterosexual	
1404	56,45%	Penetración anal-vaginal	
45	1,81%	Rotura de preservativo	
6	0,24%	Transmisión Sexual Heterosexual	
2487 (81,06%)	TOTAL	Transmisión Sexual Heterosexual	
1 (0,03%)		GENERAL	Transmisión Sexual Bisexual
TOTAL TRANSMISIÓN SEXUAL 3068 (48,45%)			

15	6,12%	Animales (picaduras, mordeduras ...)	Transmisión Sanguínea
6	2,45%	Compartir otro material de consumo de drogas	
3	1,22%	Donaciones o transfusiones de sangre	
174	71,02%	Exposición casual	
37	15,10%	Material de inyección	
8	3,27%	Tatuajes, piercing, etc.	
2	0,82%	Transmisión Sanguínea	
TOTAL TRANSMISION SANGUÍNEA 245 (3,87%)			

41	5,16%	Analíticas rutinarias	Vida Cotidiana
60	7,55%	Bares	
106	13,33%	Besos sociales / apretón de manos ...	
14	1,76%	Intervenciones médicas	
37	4,65%	Peluquerías / Centros de Estética	
44	5,53%	Vida Cotidiana	
64	8,05%	WC públicos	
429	53,96%	Otros vida cotidiana	
TOTAL VIDA COTIDIANA 795 (12,56%)			

2	66,67%	Transmisión vertical	Transmisión Vertical
1	33,33%	Otros transmisión vertical	
TOTAL TRANSMISIÓN VERTICAL 3 (0,05%)			

TOTAL DENUNCIA DISCRIMINACIÓN 2 (0,03%)			
12	1,12%	Necesidad de apoyo psicosocial	Necesidad Apoyo Psicosocial
209	19,53%	Persona con necesidad de apoyo crónico	
581	54,30%	Persona con necesidad de apoyo puntual	
268	25,05%	Persona con posibles trastornos psicológicos	
TOTAL NECESIDAD APOYO PSICOSOCIAL 1070 (16,90%)			
1	0,09%	Datos estadísticos	Otra Información
180	15,67%	Fiabilidad del preservativo	
3	0,26%	Reinfección/coinfección	
734	63,88%	Verificar informaciones obtenidas por otros medios	
3	0,26%	Viajes con VIH+	
27	2,35%	Otra información	
201	17,49%	Otros otra información	
TOTAL OTRA INFORMACIÓN 1149 (18,15%)			
TOTAL DE SESIONES 6332 (100%)			

Teniendo en cuenta las categorías generales de los motivos de consulta, podemos señalar que este trimestre, las consultas más frecuentes en el Chat, se han referido por orden de frecuencia a:

- **“Transmisión Sexual”**, representando un **48,45%** del total de consultas atendidas.
- **“Necesidad de Apoyo Psicosocial”** que representa un **16,90%** del total.
- **“Otra Información”** con un **18,15%** del total de las consultas.
- **“Vida Cotidiana”** con un **12,56%** del total de las consultas.

MOTIVO DE LA CONSULTA SEGÚN LA PRÁCTICA

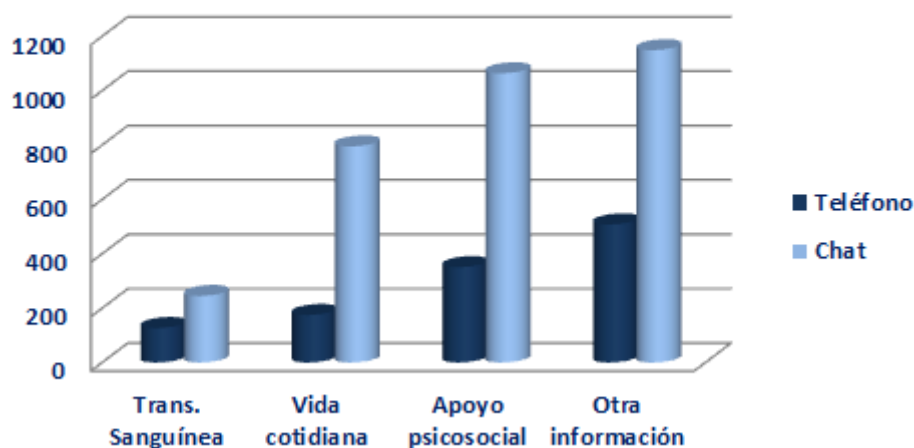
Como hemos visto, la **“Transmisión sexual”** es el motivo principal de consulta tanto en la Web Conference como en el teléfono.

Si desglosamos los datos en ambos canales, atendiendo a las principales categorías que conforman la transmisión sexual, obtenemos la siguiente gráfica:



Y si consideramos las categorías no sexuales más representadas:

Motivos no sexuales



Teléfono

Los porcentajes de las llamadas referidas a temas sexuales en cada subapartado, se hacen en base al total de las llamadas sobre Transmisión Sexual recibidas, que este trimestre ha sido de **1.496**.

Los porcentajes totales de cada apartado se calculan respecto al total de llamadas de consulta, que este trimestre han sido **2.660**.

a) SEXO ORAL

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
5	50,00%	Transmisión Sexual Homosexual	Anilingus
5	50,00%	Transmisión Sexual Heterosexual	
0	0,00%	Transmisión Sexual Bisexual	
10	1,34%		
9	8,74%	Transmisión Sexual Homosexual	Cunnilingus
94	91,26%	Transmisión Sexual Heterosexual	
0	0,00%	Transmisión Sexual Bisexual	
103	13,83%		
88	13,92%	Transmisión Sexual Homosexual	Fellatio
544	86,08%	Transmisión Sexual Heterosexual	
0	0,00%	Transmisión Sexual Bisexual	
632	84,83%		
745	49,80%	Total Sexo Oral	

b) MASTURBACIÓN

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
126	61,76%	Transmisión Sexual Heterosexual	Masturbación
78	38,24%	Transmisión Sexual Homosexual	
204	7,67%	Total Masturbación	

c) PENETRACIÓN

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
330	88,47%	Transmisión Sexual Heterosexual	Penetración
43	11,53%	Transmisión Sexual Homosexual	
373	14,02%	Total Penetración	

d) ROTURA DE PRESERVATIVO

LLAMADAS		%	PRÁCTICA	
71	72,45%	Transmisión Sexual Heterosexual	Rotura de preservativo	
27	27,55%	Transmisión Sexual Homosexual		
98	3,68%	Total Rotura de Preservativo		

e) OTRAS CONDUCTAS SEXUALES

LLAMADAS		PRÁCTICA	
13	25,49%	Transmisión Sexual Homosexual	Besos
38	74,51%	Transmisión Sexual Heterosexual	
51	67,11%		
15		Transmisión Sexual Heterosexual	Otros transmisión Sexual Heterosexual
15	19,74%		
10		Transmisión Sexual Homosexual	Otros transmisión Sexual Homosexual
10	13,16%		
76	5,08%	Total Otras Conductas Sexuales	

TRANSMISIÓN SANGUÍNEA

LLAMADAS		%	PRÁCTICA	
0	0,00%	Transmisión Sanguínea		Transmisión Sanguínea
15	11,81%	Material de inyección		
3	2,36%	Tatuajes, piercing, etc.		
2	1,57%	Donaciones o transfusiones de sangre		
89	70,08%	Exposición casual		
14	11,02%	Compartir otro material de consumo de drogas		
4	3,15%	Animales (picaduras, mordeduras ...)		
127	4,77%	Total Transmisión Sanguínea		

VIDA COTIDIANA

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
9	5,14%	Analíticas rutinarias	Vida Cotidiana
21	12,00%	Bares	
35	20,00%	Besos sociales / apretón de manos ...	
5	2,86%	Intervenciones médicas	
13	7,43%	Peluquerías / Centros de Estética	
25	14,29%	WC públicos	
67	38,29%	Otros vida cotidiana	
175	6,58%	Total Vida Cotidiana	

TRANSMISIÓN VERTICAL

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
1	100,00%	Otros transmisión vertical	Transmisión vertical
1	0,04%	Total Transmisión Vertical	

DENUNCIA DISCRIMINACIÓN

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
1	100,00%	En Centros Sanitarios	Denuncia discriminación
1	0,04%	Total Denuncia Discriminación	

NECESIDAD APOYO PSICOSOCIAL

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
109	31,05%	Persona con necesidad de apoyo crónico	Necesidad de apoyo psicosocial
78	22,22%	Persona con posibles trastornos psicológicos	
164	46,72%	Persona con necesidad de apoyo puntual	
351	13,20%	Total Necesidad Apoyo Psicosocial	

OTRA INFORMACIÓN

LLAMADAS	%	PRÁCTICA	
1	0,20%	Datos estadísticos	Otra información
35	6,89%	Fiabilidad del preservativo	
312	61,42%	Verificar informaciones obtenidas por otros medios	
1	0,20%	Viajes con VIH+	
159	31,30%	Otros otra información	
508	19,10%	Total Otra Información	

SIN CODIFICAR

LLAMADAS	%	PRÁCTICA
	0,00%	Total Otros

WEB CONFERENCE

Los porcentajes de las sesiones referidas a temas sexuales en cada subapartado, se hacen en base al total de las sesiones sobre Transmisión Sexual, que este trimestre ha sido de **3.068**.

Los porcentajes totales de cada apartado se calculan respecto al total de sesiones de consulta, que este trimestre han sido **6.332**.

a) SEXO ORAL

SESIONES	%	PRÁCTICA	
11	42,31%	Transmisión Sexual Heterosexual	Anilingus
15	57,69%	Transmisión Sexual Homosexual	
26	3,95%		
28	23,53%	Transmisión Sexual Homosexual	Cunnilingus
91	76,47%	Transmisión Sexual Heterosexual	
119	18,09%		
175	34,11%	Transmisión Sexual Homosexual	Fellatio
338	65,89%	Transmisión Sexual Heterosexual	
513	77,96%		
658	21,45%	Total Sexo Oral	

b) MASTURBACIÓN

SESIONES		%	PRÁCTICA	
432	69,90%	Transmisión Sexual Heterosexual	Masturbación	
186	30,10%	Transmisión Sexual Homosexual		
618	20,14%	Total Masturbación		

c) PENETRACIÓN

SESIONES		%	PRÁCTICA	
1404	94,42%	Transmisión Sexual Heterosexual	Penetración	
83	5,58%	Transmisión Sexual Homosexual		
1487	48,47%	Total Penetración		

d) ROTURA DE PRESERVATIVO

SESIONES		%	PRÁCTICA	
45	73,77%	Transmisión Sexual Heterosexual	Rotura de preservativo	
16	26,23%	Transmisión Sexual Homosexual		
61	1,99%	Total Rotura de Preservativo		

e) OTRAS CONDUCTAS SEXUALES

SESIONES		%	PRÁCTICA	
32	25,20%	Transmisión Sexual Homosexual	Besos	
95	74,80%	Transmisión Sexual Heterosexual		
127	53,81%			
65		Transmisión Sexual Heterosexual	Otros transmisión Sexual Heterosexual	
65	27,54%			
44		Transmisión Sexual Homosexual	Otros transmisión Sexual Homosexual	
44	18,64%			
236	7,69%	Total Otras Conductas Sexuales		

TRANSMISIÓN SANGUÍNEA

SESIONES		%	PRÁCTICA	
2	0,82%	Transmisión Sanguínea	Transmisión Sanguínea	
37	15,10%	Material de inyección		
8	3,27%	Tatuajes, piercing, etc.		
3	1,22%	Donaciones o transfusiones de sangre		
174	71,02%	Exposición casual		
6	2,45%	Compartir otro material de consumo de drogas		
15	6,12%	Animales (picaduras, mordeduras ...)		
245	3,87%	Total Transmisión Sanguínea		

VIDA COTIDIANA

SESIONES		%	PRÁCTICA
41	5,16%	Analíticas rutinarias	Vida Cotidiana
60	7,55%	Bares	
106	13,33%	Besos sociales / apretón de manos ...	
14	1,76%	Intervenciones médicas	
37	4,65%	Peluquerías / Centros de Estética	
5	0,63%	Vida Cotidiana	
39	4,91%	Vida Cotidiana	
64	8,05%	WC públicos	
429	53,96%	Otros vida cotidiana	
795	12,56%	Total Vida Cotidiana	

TRANSMISIÓN VERTICAL

SESIONES	%	PRÁCTICA	
1	33,33%	Otros transmisión vertical	Transmisión vertical
2	66,67%	Transmisión vertical	
3	0,05%	Total Transmisión Vertical	

DENUNCIA DISCRIMINACIÓN

SESIONES	%	PRÁCTICA
1	50,00%	Acceso al Empleo
1	50,00%	En el trabajo
2	0,03%	Total Denuncia Discriminación

NECESIDAD APOYO PSICOSOCIAL

SESIONES	%	PRÁCTICA
207	19,45%	Persona con necesidad de apoyo crónico
11	1,03%	Necesidad de apoyo psicosocial
266	25,00%	Persona con posibles trastornos psicológicos
579	54,42%	Persona con necesidad de apoyo puntual
1	0,09%	Necesidad de apoyo psicosocial
1064	16,80%	Total Necesidad Apoyo Psicosocial

OTRA INFORMACIÓN

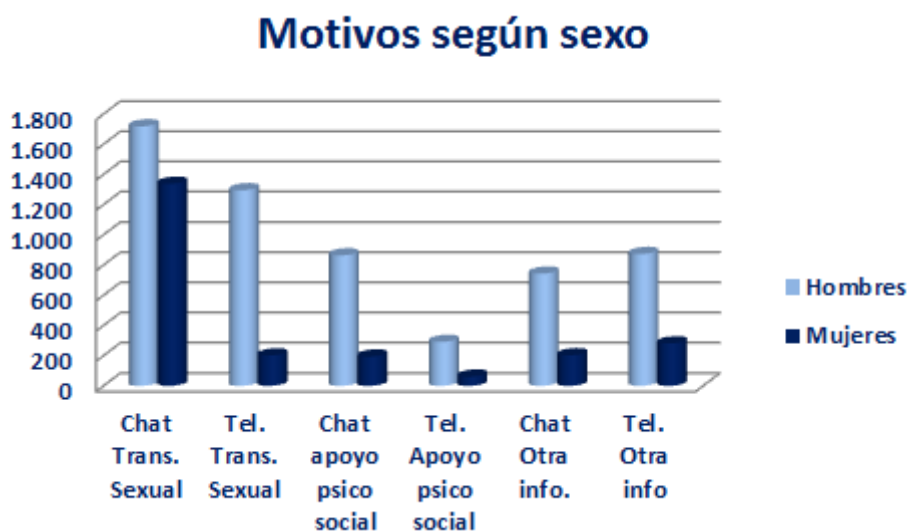
SESIONES	%	PRÁCTICA
1	0,09%	Datos estadísticos
180	15,67%	Fiabilidad del preservativo
3	0,26%	Reinfección/coinfección
734	63,88%	Verificar informaciones obtenidas por otros medios
3	0,26%	Viajes con VIH+
3	0,26%	Otra información
24	2,09%	Otra información
201	17,49%	Otros otra información
1149	18,15%	Total Otra Información

SIN CODIFICAR

SESIONES	%	PRÁCTICA
	0,00%	Total Otros

MOTIVO DE LA CONSULTA SEGÚN SEXO

Según el motivo de la consulta, mostramos la siguiente gráfica atendiendo al sexo de la persona que la hace y eligiendo los temas más representativos:



TELÉFONO

La mayoría de las llamadas al Servicio Multicanal, fueron hechas por hombres, 2.194 consultas (en las que conocemos el sexo) que representan el 82,48% del total (2.660).

Debemos tener en cuenta que no siempre podemos conocer el sexo de la persona que nos consulta.

En la siguiente tabla, se detallan los motivos de las llamadas hechas por hombres, con sus porcentajes correspondientes.

HOMBRES

MOTIVO	LLAMADAS	%
Anilingus	10	0,77%
Besos	43	3,32%
Cunnilingus	84	6,49%
Fellatio	575	44,40%
General	23	1,78%
Masturbación	186	14,36%
Penetración anal/vaginal	288	22,24%
Rotura de preservativo	86	6,64%
Transmisión Sexual	1295	59,02%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	3	3,06%
Compartir otro material de consumo de drogas	12	12,24%
Donaciones o transfusiones de sangre	2	2,04%
Exposición casual	71	72,45%
Material de inyección	8	8,16%
Tatuajes, piercing, etc.	2	2,04%
Transmisión Sanguínea	98	4,47%
Persona con necesidad de apoyo crónico	94	32,30%
Persona con necesidad de apoyo puntual	137	47,08%
Persona con posibles trastornos psicológicos	60	20,62%
Necesidad de apoyo psicosocial	291	13,26%
Analíticas rutinarias	5	3,91%
Bares	13	10,16%
Besos sociales / apretón de manos ...	30	23,44%
Intervenciones médicas	1	0,78%
Peluquerías / Centros de Estética	9	7,03%
WC públicos	14	10,94%
Otros Vida Cotidiana	56	43,75%
Vida Cotidiana	128	5,83%
Otros transmisión vertical	1	100,00%
Transmisión vertical	1	0,05%
En Centros Sanitarios	1	100,00%
Denuncia discriminación	1	0,05%
Datos estadísticos	1	0,26%
Fiabilidad del preservativo	30	7,89%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	228	60,00%
Otros otra información	121	31,84%
Otra información	380	17,32%
TOTAL	2194	100%

Las mujeres han representado este trimestre sólo el **17,52%** del total de las llamadas (2.660), habiendo realizado **466 consultas**.

Los motivos de las llamadas se detallan en la tabla siguiente:

MUJERES

MOTIVO	LLAMADAS	%
Besos	8	3,98%
Cunnilingus	19	9,45%
Fellatio	57	28,36%
General	2	1,00%
Masturbación	18	8,96%
Penetración anal/vaginal	85	42,29%
Rotura de preservativo	12	5,97%
Transmisión Sexual	201	43,13%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	3,45%
Compartir otro material de consumo de drogas	2	6,90%
Exposición casual	18	62,07%
Material de inyección	7	24,14%
Tatuajes, piercing, etc.	1	3,45%
Transmisión Sanguínea	29	6,22%
Persona con necesidad de apoyo crónico	15	24,59%
Persona con necesidad de apoyo puntual	27	44,26%
Persona con posibles trastornos psicológicos	19	31,15%
Necesidad de apoyo psicosocial	61	13,09%
Analíticas rutinarias	4	8,51%
Bares	8	17,02%
Besos sociales / apretón de manos ...	5	10,64%
Intervenciones médicas	4	8,51%
Peluquerías / Centros de Estética	4	8,51%
WC públicos	11	23,40%
Otros Vida Cotidiana	11	23,40%
Vida Cotidiana	47	10,09%
Fiabilidad del preservativo	5	3,91%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	84	65,63%
Viajes con VIH+	1	0,78%
Otros otra información	38	29,69%
Otra información	128	27,47%
Sin codificar	0	0,00%
Sin codificar	0	0,00%
TOTAL	466	100%

Web Conference

Al igual que en el Servicio Telefónico, la mayoría de las consultas las realizaron **hombres**, representando el **65,98% del total consultas de las que conocemos el sexo (6.312). Los hombres han realizado 4.178 sesiones.**

Debemos tener en cuenta que no siempre podemos conocer el sexo de la persona que nos consulta, este trimestre 20 sesiones han sido de sexo desconocido.

HOMBRES

MOTIVO	SESIONES	%
Anilingus	19	1,11%
Besos	107	6,23%
Cunnilingus	55	3,20%
Fellatio	380	22,12%
General	91	5,30%
Masturbación	504	29,34%
Penetración anal/vaginal	504	29,34%
Rotura de preservativo	56	3,26%
Transmisión Sexual	2	0,12%
Transmisión Sexual	1718	41,12%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	6	3,97%
Compartir otro material de consumo de drogas	2	1,32%
Donaciones o transfusiones de sangre	2	1,32%
Exposición casual	112	74,17%
Material de inyección	22	14,57%
Tatuajes, piercing, etc.	6	3,97%
Transmisión Sanguínea	1	0,66%
Transmisión Sanguínea	151	3,61%
Necesidad de apoyo psicosocial	1	0,12%
Persona con necesidad de apoyo crónico	176	20,37%
Persona con necesidad de apoyo puntual	458	53,01%
Persona con posibles trastornos psicológicos	229	26,50%
Necesidad de apoyo psicosocial	864	20,68%
Analíticas rutinarias	25	4,39%
Bares	39	6,84%
Besos sociales / apretón de manos ...	67	11,75%
Intervenciones médicas	7	1,23%
Peluquerías / Centros de Estética	25	4,39%
Vida Cotidiana	33	5,79%
WC públicos	41	7,19%
Otros Vida Cotidiana	333	58,42%
Vida Cotidiana	570	13,64%
Acceso al Empleo	1	50,00%
En el trabajo	1	50,00%
Denuncia discriminación	2	0,05%
Datos estadísticos	1	0,11%
Fiabilidad del preservativo	165	18,90%
Reinfección/coinfección	3	0,34%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	506	57,96%
Viajes con VIH+	3	0,34%
Otra información	29	3,32%
Otros otra información	166	19,01%
Otra información	873	20,90%
TOTAL	4178	100%

En la Web Conference, la presencia de **mujeres** es mucho más alta que en la atención telefónica (**2.134 consultas**) el **33,70%** del total de las consultas de las que conocemos el sexo (**6.312**).

MUJERES

MOTIVO	SESIONES	%
Anilingus	7	0,52%
Besos	20	1,49%
Cunnilingus	64	4,78%
Fellatio	131	9,79%
General	18	1,35%
Masturbación	109	8,15%
Penetración anal/vaginal	979	73,17%
Rotura de preservativo	5	0,37%
Transmisión Sexual	5	0,37%
Transmisión Sexual	1338	62,70%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	9	9,57%
Compartir otro material de consumo de drogas	4	4,26%
Donaciones o transfusiones de sangre	1	1,06%
Exposición casual	62	65,96%
Material de inyección	15	15,96%
Tatuajes, piercing, etc.	2	2,13%
Transmisión Sanguínea	1	1,06%
Transmisión Sanguínea	94	4,40%
Persona con necesidad de apoyo crónico	32	16,49%
Persona con necesidad de apoyo puntual	123	63,40%
Persona con posibles trastornos psicológicos	39	20,10%
Necesidad de apoyo psicosocial	194	9,09%
Análíticas rutinarias	16	7,14%
Bares	21	9,38%
Besos sociales / apretón de manos ...	39	17,41%
Intervenciones médicas	7	3,13%
Peluquerías / Centros de Estética	12	5,36%
Vida Cotidiana	11	4,91%
WC públicos	23	10,27%
Otros Vida Cotidiana	95	42,41%
Vida Cotidiana	224	10,50%
Transmisión vertical	2	66,67%
Otros transmisión vertical	1	33,33%
Transmisión vertical	3	0,14%
Fiabilidad del preservativo	15	5,34%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	222	79,00%
Otra información	9	3,20%
Otros otra información	35	12,46%
Otra información	281	13,17%
TOTAL	2134	100%

MOTIVO DE LA CONSULTA SEGÚN FRANJA DE EDAD Y SEXO

TELÉFONO

	entre 17 y 18		entre 19 y 22		entre 23 y 25		entre 26 y 30		entre 31 y 35		entre 36 y 45		mayores de 45		menores de 16		SIN EDAD		
Motivo	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL
Transmisión Sexual Homosexual	6	0	12	1	23	2	75	0	53	3	73	1	21	2	1	0	0	0	273
Transmisión Sexual Heterosexual	9	4	35	12	64	18	242	41	148	37	430	64	99	11	2	4	2	1	1223
Transmisión Sanguínea	0	0	3	1	7	3	22	8	23	9	28	5	15	3	0	0	0	0	127
Vida Cotidiana	1	1	9	4	11	2	27	14	30	6	37	13	13	3	0	4	0	0	175
Transmisión Vertical	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Denuncia Discriminación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Necesidad de Apoyo Psicosocial	4	0	13	4	9	3	63	7	57	15	116	24	27	8	1	0	1	0	352
Otra Información	2	2	11	6	28	11	75	28	96	30	131	36	33	12	3	2	1	1	508
	22	7	83	28	142	39	504	98	408	100	815	143	209	39	7	10	4	2	2660

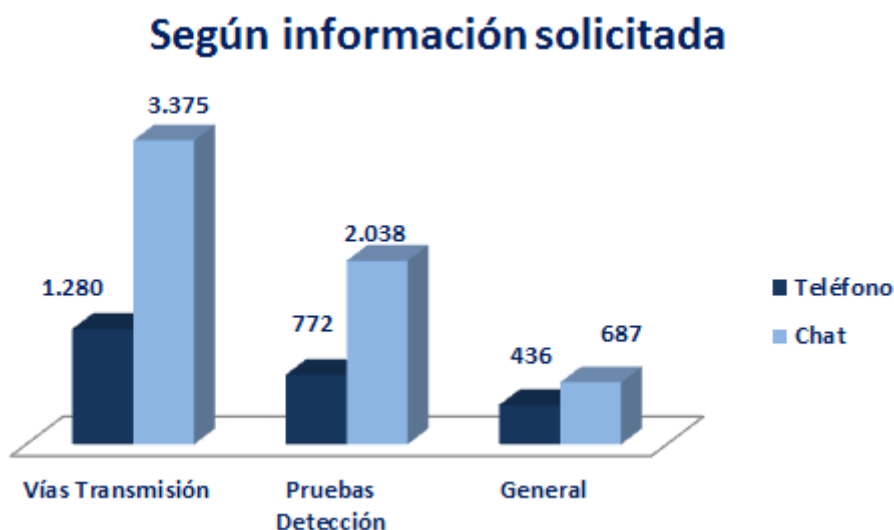
WEB CONFERENCE

	entre 17 y 18		entre 19 y 22		entre 23 y 25		entre 26 y 30		entre 31 y 35		entre 36 y 45		mayores de 45		menores de 16		SIN EDAD		
Motivo	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL
Transmisión Sexual Homosexual	23	3	92	11	75	8	197	10	85	1	58	5	5	1	5	0	0	0	577
Transmisión Sexual Heterosexual	39	9	144	104	143	108	333	272	156	143	274	481	78	170	12	11	0	1	2478
Transmisión Sanguínea	8	1	24	9	16	13	45	26	25	16	27	25	6	4	0	0	0	0	245
Vida Cotidiana	20	6	85	39	79	36	156	54	76	36	119	45	28	7	7	1	0	0	794
Transmisión Vertical	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Denuncia Discriminación	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Necesidad de Apoyo Psicosocial	22	1	137	32	108	29	279	63	132	38	183	28	12	2	0	2	0	1	1089
Otra Información	13	5	103	27	134	51	307	114	150	41	133	28	14	8	10	5	0	0	1143
	125	25	585	222	555	245	1318	541	624	276	792	612	144	192	34	19	0	2	6311

*El cruce de variables por franja de edad y sexo, podemos verlo detalladamente en el punto 9 del Anexo IV, donde presentamos las tablas y porcentajes.

INFORMACIÓN SOLICITADA/FACILITADA

Según la "Información Solicitada/Facilitada", en la Web Conference y en el teléfono:

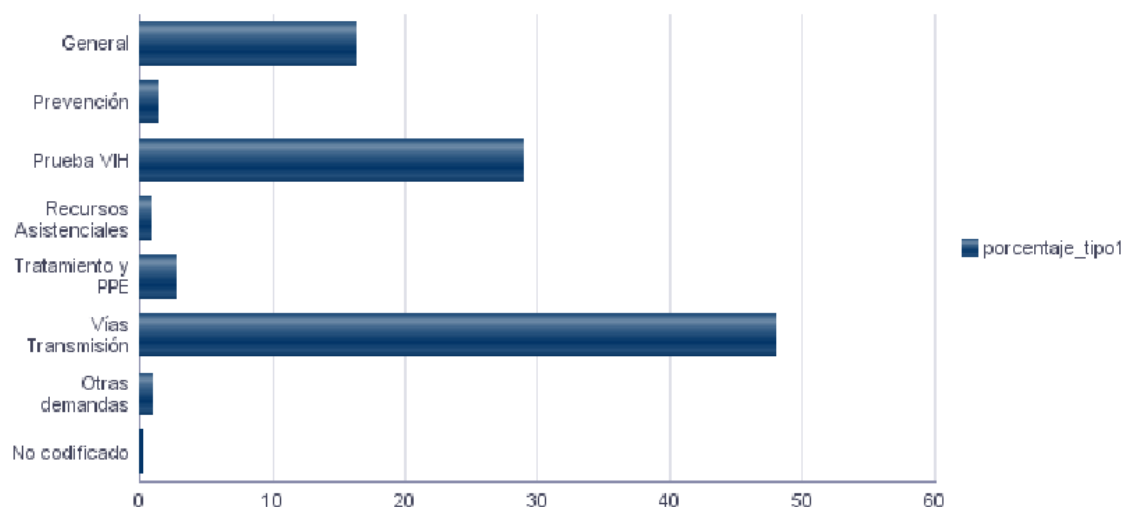


TELÉFONO

- **Vías de transmisión (48,12%)**
- **Pruebas de detección del VIH (29,02%)**

Ambos tipos de consultas son las más demandadas, siguiendo la misma línea que en los trimestres anteriores, al igual que el resto de categorías.

TIPO INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
General	436	16,39%
Prevención	39	1,47%
Prueba VIH	772	29,02%
Recursos Asistenciales	26	0,98%
Tratamiento y PPE	74	2,78%
Vías Transmisión	1280	48,12%
Otras demandas	27	1,02%
No codificado	6	0,23%
TOTAL	2660	100%

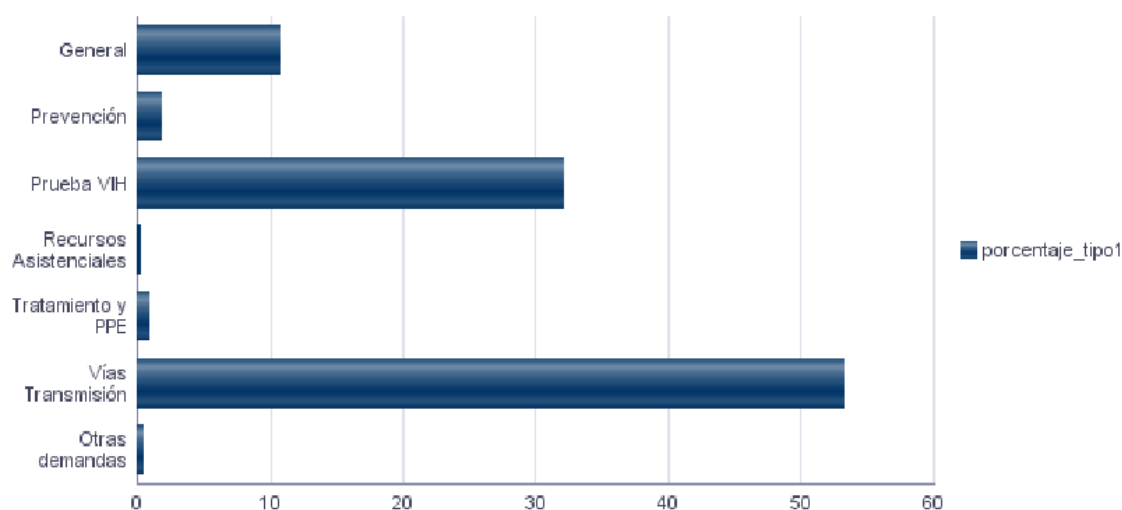


WEB CONFERENCE

- **Vías de transmisión (53,30%)**
- **Pruebas de detección del VIH (32,19%)**

Los tipos de consulta, siguen la misma línea que en los trimestres anteriores.

TIPO INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
General	687	10,85%
Prevención	122	1,93%
Prueba VIH	2038	32,19%
Recursos Asistenciales	15	0,24%
Tratamiento y PPE	62	0,98%
Vías Transmisión	3375	53,30%
Otras demandas	33	0,52%
No codificado	0	0,00%
TOTAL	6332	100%



A continuación, se analizan más detalladamente las categorías principales y su desglose en las subcategorías.

TELÉFONO

GENERAL: las consultas sobre temas generales representan este trimestre un **16,39% del total de las llamadas (2.660)**. Dentro de esta categoría se ha demandado fundamentalmente información sobre **Otras ITS (60,09%)** y **“Síntomas” (33,49%)**. Hemos observado que cada vez se demanda más información sobre otras ITS. Consciente de ello, los/as agentes del Servicio Multicanal se documentan debidamente sobre el tema y se actualizan para poder ofrecer una información rigurosa y fiable.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
General	Carga Viral	6	1,38%
	Información sexual	1	0,23%
	Qué es el VIH y el sida	14	3,21%
	Síntomas	146	33,49%
	Supervivencia del virus	7	1,61%
	Otras ITS	262	60,09%
TOTAL		436	16,39%

PREVENCIÓN: las consultas relacionadas con la prevención se sitúan en el **1,47% del total de llamadas (2.660)**. La mayoría de las consultas dentro de este apartado han estado relacionadas con la prevención por vía sexual (84,62%).

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
Prevención	Solicitud Material prevención	4	10,26%
	Vía Materno-infantil	0	0,00%
	Vía Sanguínea	1	2,56%
	Vía Sexual	33	84,62%
	Otros prevención	1	2,56%
TOTAL		39	1,47%

PRUEBA DEL VIH: En el trimestre actual, este tema de consulta ha alcanzado un **29,02% del total de las consultas (2.660)**.

Dentro de esta categoría destaca en primer lugar el tema relativo a: **“Dónde hacer la prueba” (40,41%)**, en segunda posición: **“Fiabilidad de las pruebas combinadas” (15,67%)** y en tercera posición **“Resultados” (12,69%)**

Desde el 2º trimestre de 2014, la subcategoría referida a la “Fiabilidad de las pruebas combinadas”, viene situándose entre las tres primeras. Esto se podría explicar, por el hecho de que este Servicio en todos sus canales de comunicación, ha actualizado el protocolo para dicha prueba. A raíz de este hecho, estamos observando que hay un desajuste en la información que llega a las personas por los distintos ámbitos de intervención. Como ya hemos comentado en otras ocasiones, la mayoría de las consultas relacionadas con los resultados de la prueba, las realizan personas que ya han tenido contacto con personal sanitario, incluso cuando se han hecho los análisis y obtenido un resultado negativo, pero que aun así necesitan cerciorarse de que el resultado es concluyente y de que no hace falta repetir la prueba.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
Prueba VIH	Cuándo hacer la prueba	102	13,21%
	Dónde hacer la prueba	312	40,41%
	En qué consiste...	13	1,68%
	Fiabilidad PCR	3	0,39%
	Fiabilidad pruebas combinadas	121	15,67%
	Fiabilidad pruebas rápidas	42	5,44%
	Fiabilidad pruebas 3ª Generación	62	8,03%
	Interacción medic/alim pruebas	9	1,17%
	Por qué la prueba	5	0,65%
	Pruebas rápidas	5	0,65%
	Resultados	98	12,69%
TOTAL		772	29,02%

RECURSOS ASISTENCIALES: Durante este trimestre las informaciones solicitadas sobre recursos asistenciales alcanzan un porcentaje de **0.98%** del total.

De los recursos facilitados, destacamos los de " **Asistencial de Cruz Roja**" y "**Asistencial de otras ONG**" con un **42,31 %** cada uno.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
Recursos Asistenciales	Asesoría Jurídica	0	0,00%
	Asistencial Ctros. ITS	0	0,00%
	Asistencial de Cruz Roja	11	42,31%
	Asistencial de otras ONG	11	42,31%
	Asistencial Públicos	1	3,85%
	Centros de documentación	0	0,00%
	Recursos para inmigrantes	1	3,85%
	Servicios de Salud	2	7,69%
TOTAL		26	0,98%

TRATAMIENTO Y PPE: Las consultas relativas a este tema han representado durante este trimestre el **2,78% del total de las consultas recibidas (2.660)**.

Durante este trimestre, igual que en el anterior, la demanda de información en esta categoría se ha centrado en el tema de la "**Profilaxis Post Exposición**" siendo la mayoría de las consultas de personas que desconocen realmente el nivel de riesgo al que han estado expuestas (**81,08%**), aunque una pequeña cantidad, sí se refieren a prácticas de alto riesgo. Por otra parte, las consultas sobre la Terapia Antirretroviral han supuesto el 12,16%.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
Tratamiento y PPE	Acceso al tratamiento	4	5,41%
	Efectos secundarios tratam/PPE	1	1,35%
	Profilaxis PostExposicion	60	81,08%
	Terapia Antirretroviral	9	12,16%
	Vacuna	0	0,00%
TOTAL		74	2,78%

VÍAS DE TRANSMISIÓN: En este trimestre, las consultas sobre las Vías de Transmisión, han supuesto el **48,12% de las totales (2.660)**. Dentro de este

grupo, la información sobre la **Transmisión Sanguínea** ha sido la más demandada con un **49,22%** seguida por la **Vía Sexual con un 46,02%**.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
Vías Transmisión	Fluidos no infecciosos	46	3,59%
	Leche materna en adultos	2	0,16%
	Vía Materno-infantil	4	0,31%
	Vía Sanguínea	630	49,22%
	Vía sexual	589	46,02%
	Otros vías de transmisión sexual	9	0,70%
TOTAL		1280	48,12%

OTRAS DEMANDAS

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
Otras demandas	Actualización datos otras ONG	6	22,22%
	Lipodistrofia	0	0,00%
	Petición documentac./material	2	7,41%
	Revisión médica empresa y VIH	0	0,00%
	Otros, otras demandas	19	70,37%
TOTAL		27	1,02%

SIN CODIFICAR

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	LLAMADAS PORCENTAJE	
No codificado	--	6	100,00%
TOTAL		6	0,23%

WEB CONFERENCE

GENERAL: Esta categoría alcanza el **10,85%** del total de las consultas (6.332). Dentro de este epígrafe se ha demandado fundamentalmente información sobre "Síntomas" y "Otras ITS".

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
General	Carga Viral	9	1,31%
	Información General	4	0,58%
	Información sexual	9	1,31%
	Qué es el VIH y el sida	21	3,06%
	Síntomas	388	56,48%
	Supervivencia del virus	29	4,22%
	Otras ITS	227	33,04%
TOTAL		687	10,85%

PREVENCIÓN: Este trimestre, la información solicitada sobre “Prevención”, ha representado un **1,93%** de las totales (6.332). Y dentro de ella, las demandas de información sobre la prevención específica por **“Vía Sexual”** (94,26%).

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
Prevención	General	0	0,00%
	Prevención	1	0,82%
	Solicitud Material prevención	0	0,00%
	Vía Materno-infantil	0	0,00%
	Vía Sanguínea	5	4,10%
	Vía Sexual	115	94,26%
	Otros prevención	1	0,82%
TOTAL		122	1,93%

PRUEBA VIH: Este trimestre, ha alcanzado un **32,19% del total de las sesiones** (6.332).

Dentro de esta categoría destacan los temas relativos a la **“Fiabilidad de las pruebas combinadas”**, la “Fiabilidad de las pruebas de 3ª generación” y los “Resultados”.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
Prueba VIH	Cuándo hacer la prueba	197	9,67%
	Dónde hacer la prueba	106	5,20%
	En qué consiste...	38	1,86%
	Fiabilidad	0	0,00%
	Fiabilidad PCR	36	1,77%
	Fiabilidad pruebas combinadas	772	37,88%
	Fiabilidad pruebas rápidas	149	7,31%
	Fiabilidad pruebas 3ª Generación	398	19,53%
	Interaccion medic/alim pruebas	53	2,60%
	Por qué la prueba	7	0,34%
	Prueba VIH	7	0,34%
	Pruebas directas	0	0,00%
	Pruebas indirectas	0	0,00%
	Pruebas rápidas	12	0,59%
	Resultados	263	12,90%
	Tipos de prueba	0	0,00%
TOTAL		2038	32,19%

RECURSOS ASISTENCIALES: Este trimestre se ha registrado **15 sesiones** (0,24%) del total de las sesiones, con demanda de información sobre recursos asistenciales. Siendo la más frecuentemente solicitada, dentro de esta categoría, la información sobre “Asistencial de otras ONG”.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
Recursos Asistenciales	Asesoría Jurídica	2	13,33%
	Asistencial Ctros. ITS	0	0,00%
	Asistencial de Cruz Roja	2	13,33%
	Asistencial de otras ONG	9	60,00%
	Asistencial Públicos	0	0,00%
	Centros de documentación	0	0,00%
	ONG, afectados, ...	0	0,00%
	Recursos Asistenciales	0	0,00%
	Recursos para inmigrantes	0	0,00%
	Servicios de Salud	2	13,33%
TOTAL		15	0,24%

TRATAMIENTO Y PPE: las consultas relativas a este tema han ocupado 62 sesiones de chat (**0,98% del total de las sesiones**). Siendo el tema de la **“Profilaxis Post exposición”** el más demandado con un **53,23%** de esta categoría).

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
Tratamiento y PPE	Acceso al tratamiento	9	14,52%
	Efectos secundarios tratam/PPE	0	0,00%
	General	0	0,00%
	Profilaxis PostExposicion	33	53,23%
	Realidad Internacional	0	0,00%
	Realidad nacional	0	0,00%
	Terapia Antirretroviral	20	32,26%
	Tratamiento y PPE	0	0,00%
	Vacuna	0	0,00%
TOTAL		62	0,98%

VÍAS DE TRANSMISIÓN: La preocupación sobre las Vías de Transmisión ha representado el **53,30% del total de sesiones (6.332)**. La **“Vía Sexual”** ha supuesto el **69,16%** de esta categoría.

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
Vías Transmisión	Cómo se transmite	0	0,00%
	Fluidos no infecciosos	200	5,93%
	Leche materna en adultos	17	0,50%
	Vía Materno-infantil	4	0,12%
	Vía Sanguínea	773	22,90%
	Vía sexual	2334	69,16%
	Vías Transmisión	36	1,07%
	VIH se transmite ...	0	0,00%
	Otros vías de transmisión sexual	11	0,33%
TOTAL		3375	53,30%

OTRAS DEMANDAS: De esta categoría han tratado **27** sesiones (**0,52%** del total de sesiones).

TIPO	INFORMACIÓN SOLICITADA	SESIONES	PORCENTAJE
Vías Transmisión	Cómo se transmite	0	0,00%
	Fluidos no infecciosos	200	5,93%
	Leche materna en adultos	17	0,50%
	Vía Materno-infantil	4	0,12%
	Vía Sanguínea	773	22,90%
	Vía sexual	2334	69,16%
	Vías Transmisión	36	1,07%
	VIH se transmite ...	0	0,00%
	Otros vías de transmisión sexual	11	0,33%
TOTAL		3375	53,30%

SIN CODIFICAR: Este trimestre, todas las sesiones de estos apartados han podido ser codificadas.

10. CÓMO SE HA CONOCIDO EL SERVICIO MULTICANAL

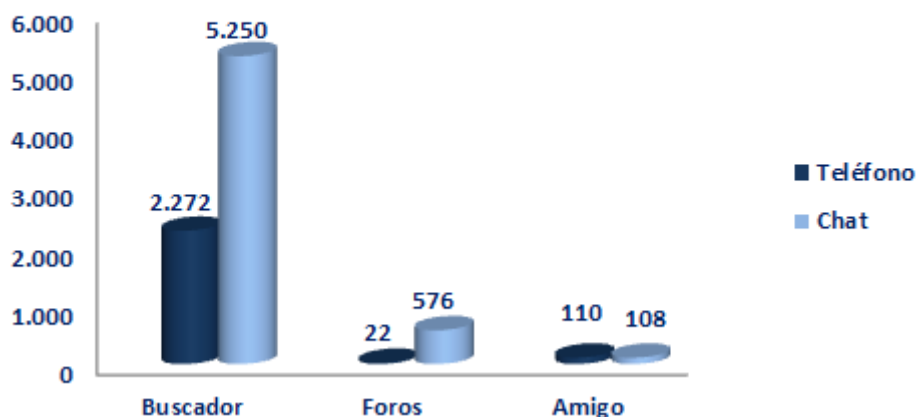
Las personas que consultan, han conocido el Servicio, de forma muy mayoritaria, a través de un buscador de Internet.

Destaca también que el conocimiento a través de los Foros es marcadamente superior en la Web Conference que en la Atención Telefónica.

La Web de Cruz Roja es otro de los caminos para llegar al Servicio Multicanal.

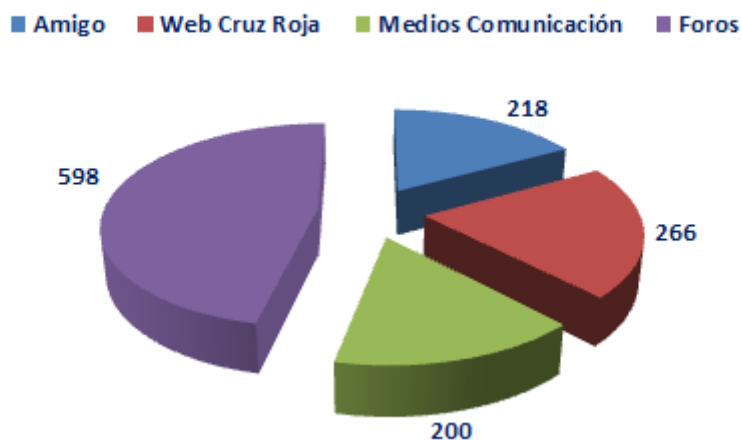
La recomendación de un amigo, es cada vez una forma más significativa de conocer nuestro servicio, lo que nos indica que las personas consideran al Servicio Multicanal como un medio serio, actualizado y fiable para demandar información.

Cómo conoció el servicio



Si excluimos el buscador de Internet, que como hemos visto es mayoritario y sumamos algunos datos similares en ambos canales, obtenemos el siguiente gráfico:

Teléfono + chat (sin internet)



La recomendación de un amigo o persona cercana, así como los foros en los que colaboramos, son también un potente motor para acercarse a nuestro Servicio. Esto lógicamente se produce porque las personas han quedado satisfechas con la información y el trato recibido. No obstante, el buscador de Internet sigue siendo el medio que utilizan las personas que acceden a nuestro Servicio Multicanal, tanto a través del teléfono como a través de la Web Conference.

TELÉFONO:

CONOCIÓ LA EXISTENCIA DEL SERVICIO A TRAVÉS DE:	LLAMADAS	PORCENTAJE
AMIGO/A	110	4,14%
CENTRO / RECURSO CRUZ ROJA	45	1,69%
CENTROS DE SALUD	20	0,75%
FOLLETOS/ PÓSTERS	12	0,45%
GUÍAS TELÉFONO/COMERCIALES	5	0,19%
MATERIAL DIFUSIÓN/PREVENCIÓN	7	0,26%
OTRAS ONG'S, FUNDACIONES, ASOCIACIONES ...	12	0,45%
TELÉFONOS DE INFORMACIÓN	2	0,08%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	10	0,38%
BUSCADOR INTERNET	2272	85,41%
FOROS INTERNET	22	0,83%
WEB DE CRUZ ROJA	137	5,15%
WEB DEL MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES	0	0,00%
REDES SOCIALES: FACEBOOK,TWITTER	3	0,11%
NO CODIFICADO	3	0,11%
TOTAL	2660	100%

WEB CONFERENCE:

CONOCIÓ LA EXISTENCIA DEL SERVICIO A TRAVÉS DE:	SESIONES	PORCENTAJE
AMIGO/A	108	1,71%
CENTRO / RECURSO CRUZ ROJA	11	0,17%
CENTROS DE SALUD	4	0,06%
FOLLETOS/ PÓSTERS	7	0,11%
GUÍAS TELÉFONO/COMERCIALES	1	0,02%
MATERIAL DIFUSIÓN/PREVENCIÓN	3	0,05%
OTRAS ONG'S, FUNDACIONES, ASOCIACIONES ...	5	0,08%
TELÉFONOS DE INFORMACIÓN	8	0,13%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	190	3,00%
BUSCADOR INTERNET	5250	82,91%
FOROS INTERNET	576	9,10%
WEB DE CRUZ ROJA	129	2,04%
WEB DEL MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD	7	0,11%
REDES SOCIALES: FACEBOOK,TWITTER	33	0,52%
NO CODIFICADO	0	0,00%
TOTAL	6332	100%

11. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN REALIZADAS

A lo largo de este trimestre las acciones que hemos llevado a cabo para dar difusión al Servicio de Información y Prevención del VIH y otras ITS son las siguientes:

1. Campañas en redes sociales

- a. Prueba del VIH: es parte de nuestro programa de campañas anuales. Ésta actividad la llevamos realizando desde el año 2012 con interés muy centrado y es el de promocionar la realización de la prueba. Adjuntamos el Informe de Evaluación para su análisis y, en caso oportuno, reporte de sugerencias para su mejora.
- b. Día Mundial de la Respuesta al VIH y el sida que, como en la anterior campaña, la llevamos a cabo en coordinación con Cruz Roja Juventud de Oficina Central y la Red Territorial. De igual modo anexamos la evaluación del impacto en redes. En este caso, dicho informe no está pormenorizado por estar más centrado en competencia de distintos departamentos (Cruz Roja Juventud, Salud y Socorros y Comunicación). No obstante, si se requiriese completaríamos la información solicitada. Incluir que, como otros años, estuvimos en la Escuela de Enfermería que linda con la Oficina Central haciendo una exposición de los distintos programas que desarrolla Cruz Roja en el ámbito del VIH y el sida. Posteriormente, los alumnos y alumnas del primer curso de grado nos acompañaron a conocer de primera mano la Unidad Móvil de Cruz Roja Madrid que realiza la prueba y el Centro de Coordinación para descubrir el Servicio.

2. Reparto de material de Prevención

- a. Fundación Etorkintza: solicita y enviamos preservativos femeninos (10), masculinos (750) y masculinos sin látex (10).
- b. Universidad de Alcalá, Escuela de Enfermería: le hacemos llegar el siguiente material
 - i. Preservativos:
 1. Femeninos: 50
 2. Masculinos: 750
 3. Masculinos sin látex: 30
 4. Condoneras: 350
 5. Díptico informativo y promocional del Servicio: 200
 6. Cartel del Servicio
 7. Bloc de notas del Servicio: 100
- c. Colega Madrid obtiene 400 condoneras para el CAID de Getafe en el que informan sobre el vih y facilita material preventivo del Servicio.

3. Consulta Personal Sanitario:

- a. nos llaman al 900 de una farmacia de El Vendrell (Tarragona) para solventar una duda de un cliente que se estaba haciendo la prueba in situ
- b. nos derivan una consulta del Teléfono de Información de Cataluña

4. Agradecimientos

a. Tfno

Nos acaba de llamar un hombre de 37 años de Granada que le habían hecho una felación sin condón y andaba apurado con el vih. Por fin, tras una prueba que se ha realizado, ha podido constatar que no se podía contraer el vih. Como ha llamado muchos veces, palabras textuales, quería agradecerles de todo corazón la paciencia y el trato recibido por nuestro Servicio.

¡Ole el Multicanal VIH y todo su equipazo!!!!

b. Chat

Especialista VIH (12:44:21): *Hola, acabas de contactar con la persona responsable del Chat sobre VIH y sida de Cruz Roja Española*

Especialista VIH (12:44:31):
Hola ¿En qué puedo ayudarle?

David (12:46:31):

Hola, buenos días,

Sólo quería agradecerles vuestra amabilidad, comprensión y consejos. Sin vosotros todo este tiempo hubiera sido mucho más difícil. Gracias por vuestro trabajo.

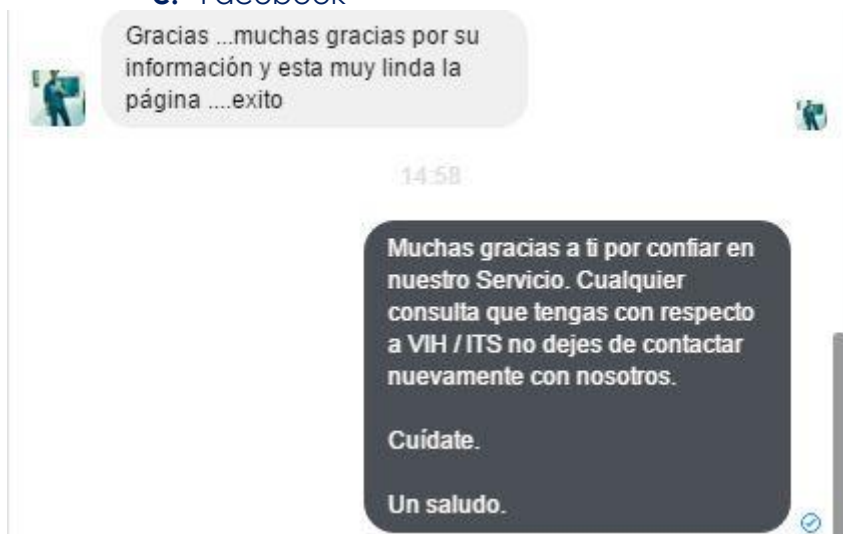
Un saludo,

David

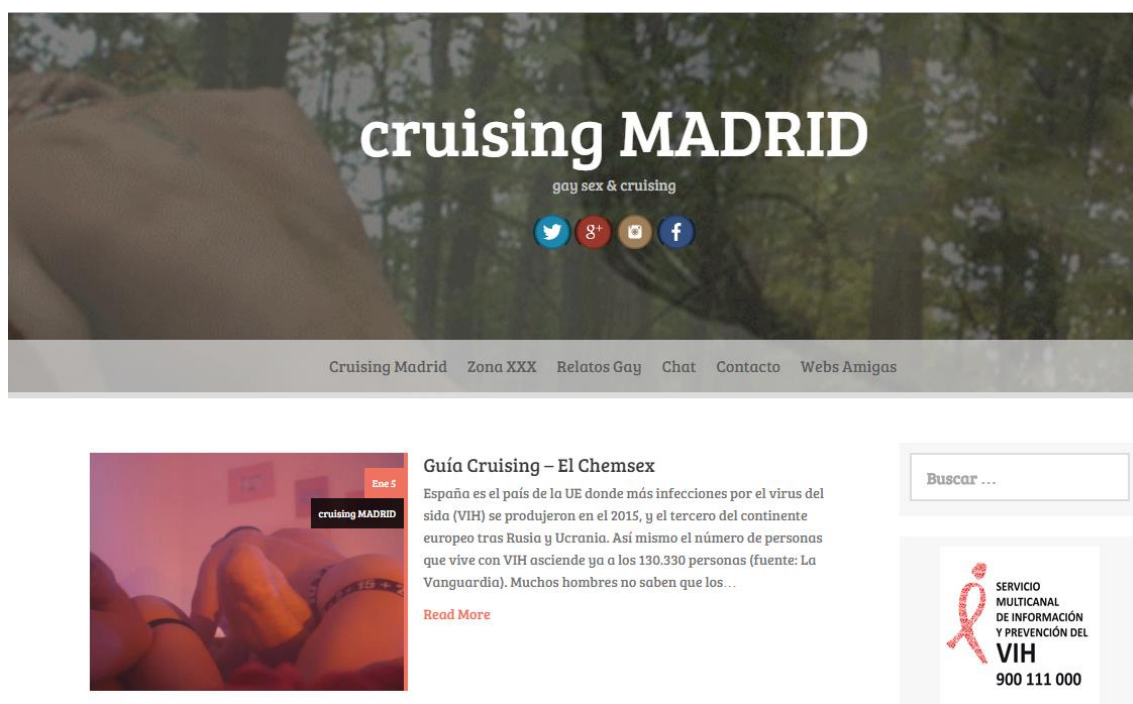
Especialista VIH (12:47:18):

Muchas gracias por sus palabras, no anima mucho :)

c. Facebook



5. Colaboración en el blog CruisingMad



A través del widget del logo del Servicio que conecta directamente con nuestro chat se han clicado desde la página de cruisingmad 77 clics.

12. ANEXOS

Anexo I: Hoja de Registro de Llamadas.

Anexo II: Flujo de llamadas y nivel de servicio.

Anexo III: Resumen de llamadas: consulta, molestar y confusión.

Anexo IV: Tablas, porcentajes y estadística.

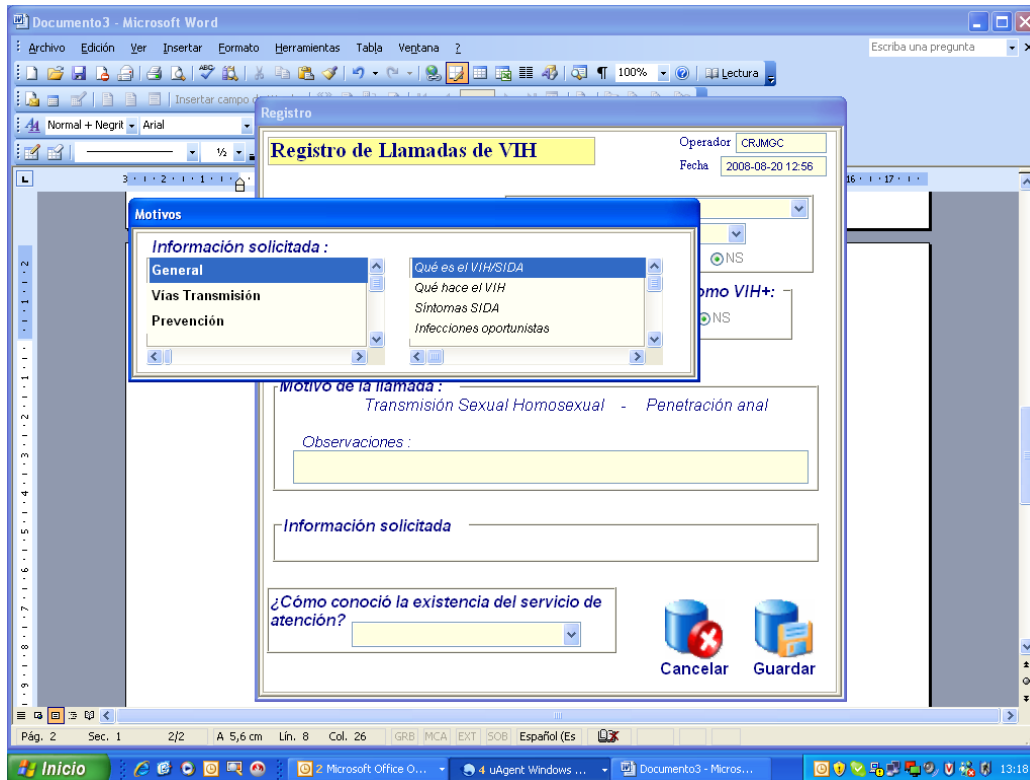
Anexo V: Campaña Prueba del VIH

Anexo VI: Campaña 1º de diciembre “Día Mundial de la Respuesta al VIH y el sida”

Anexo I

Hoja de Registro de Llamadas

REGISTRO DE LLAMADAS



A continuación indicamos los diferentes ítems que se recogen en cada llamada, con las nuevas categorías incorporadas a partir del informe anterior:

- ▶ **SEXO:** Hombre-Mujer- Transexual
- ▶ **EDAD:**
- ▶ **PAÍS DE NATAL:**
- ▶ **PROVINCIA:**
- ▶ **PRIMERA VEZ QUE LLAMA:** Si-No-NS
- ▶ **SE IDENTIFICA COMO VIH+:** Si-NS
- ▶ **LLAMADA REALIZADA POR:** (seleccionar uno)
 - Bisexuales
 - Cliente de prostitución femenina
 - Cliente de prostitución masculina
 - Cliente de prostitución transexual
 - Consumidor de otras drogas
 - Familiares / Amigos de personas VIH+

- Homosexual
- Ninguno de los anteriores
- Padres / madres preocupados
- Pareja de persona VIH+
- Profesionales: sanitarios, educadores...
- Trabajador / trabajadora del sexo
- UDIS

► **MOTIVO DE LA LLAMADA: (seleccionar uno)**

■ Transmisión Sexual **(seleccionar uno):**

● Práctica homosexual – Práctica heterosexual: **(seleccionar uno):**

- Penetración anal/vaginal
- Fellatio
- Cunnilingus
- Anilingus
- Masturbación
- Besos
- General
- Rotura de preservativo

■ Transmisión sanguínea **(seleccionar uno):**

- Material de inyección
- Tatuajes, piercing, etc.
- Exposición casual
- Donaciones o transfusiones de sangre
- Compartir otro material de consumo de drogas
- Animales (picaduras, mordeduras...)

■ Necesidad de apoyo psicosocial

- Necesidad de apoyo psicosocial
- Persona con necesidad de apoyo puntual
- Persona con necesidad de apoyo crónico
- Personas con posibles trastornos psicológicos

■ Vida Cotidiana

- Besos sociales / apretón de manos...
- WC públicos
- Bares
- Análíticas rutinarias
- Peluquerías / Centros de estética
- Intervenciones médicas
- Otros vida cotidiana

■ Transmisión vertical

- Otros Transmisión vertical
- Embarazo con VIH+

- Técnicas de reproducción asistida
- Padre / madre VIH+

■ Denuncia discriminación

- Otros Denuncia de discriminación
- En el trabajo
- En los centros sanitarios
- En seguros
- En hipotecas
- En colegios
- Academias / Centros de Estudios
- Acceso al empleo
- Otros

■ Otra información

- Otros otra información
- Fiabilidad del preservativo
- Verificar informaciones obtenidas por otros medios
- Datos estadísticos
- Viajes con VIH+
- Reinfeción / coinfección
- Otros

► INFORMACIÓN SOLICITADA (*seleccionar uno*):

■ Información general (*seleccionar uno*):

- ¿Qué es el VIH y sida?
- Síntomas
- Carga viral
- Otras ITS
- Información sexual
- Supervivencia del virus

■ Vías de Transmisión (*seleccionar uno*):

- Vía sexual
- Vía sanguínea
- Vía materno-infantil
- Otros
- Fluidos no infecciosos
- Leche materna en adultos

■ Prevención (*seleccionar uno*):

- Vía sexual
- Vía sanguínea
- Vía materno-infantil
- Otros
- Solicitud material prevención

■ Prueba VIH (*seleccionar uno*):

- En qué consiste
- Cuándo hacer la prueba
- Resultados

- Por qué la prueba
- Dónde hacer la prueba
- Interacción medic / alim pruebas
- Pruebas rápidas
- Fiabilidad pruebas rápidas
- Fiabilidad pruebas combinadas
- Fiabilidad PCR

■ Tratamiento y PPE (**seleccionar uno**):

- Terapia Antirretroviral
- Profilaxis postExposición
- Vacuna
- Acceso al tratamiento
- Efectos secundarios tratam / PPE

■ Recursos Asistenciales (**seleccionar uno**):

- Servicios de salud
- Asistencial de Cruz Roja
- Asistencial de otras ONG
- Asistencial públicos
- Centros de documentación
- Asesoría jurídica
- Recursos para inmigrantes
- Asistencial Ctros. ITS

■ Otras demandas

- Otras demandas
- Lipodistrofia
- Actualización datos otras ONG
- Revisión médica empresa y VIH
- Petición documentac / material

► **CÓMO CONOCIÓ LA EXISTENCIA DEL SERVICIO:**

- Amigo / a
- Buscador internet
- Centro/ Recursos Cruz Roja
- Centros de Salud
- Folletos / posters
- Foros internet
- Guías de teléfono/ comerciales
- Material difusión / prevención (condoneras)
- Medios comunicación
- Otras ONG, fundaciones, asociaciones...
- Redes sociales
- Teléfonos información
- Página Web Cruz Roja Española
- Página Web Ministerio de Sanidad

Anexo II

Flujo de llamadas y Nivel del Servicio

Anexo III

Resumen de llamadas Consulta, Molestar, Confusión

Anexo IV

Tablas, porcentajes y estadísticas

“Se identifica como...” Por franja de edad

“Motivo de la consulta” Según sexo

Cruce de variables del “Motivo de la consulta” con la franja de edad y sexo

“SE IDENTIFICA COMO...” POR FRANJA DE EDAD

TELÉFONO

LLAMADA REALIZADA POR	RANGOS EDAD	LLAMADAS	%
Bisexuales 15	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	3	20,00%
	entre 22 y 25	1	6,67%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	2	13,33%
	entre 35 y 45	6	40,00%
	mayores de 45	3	20,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Cliente de prostitución femenina 772	menores de 16	1	0,13%
	entre 16 y 18	4	0,52%
	entre 18 y 22	20	2,59%
	entre 22 y 25	36	4,66%
	entre 25 y 30	157	20,34%
	entre 30 y 35	105	13,60%
	entre 35 y 45	330	42,75%
	mayores de 45	117	15,16%
	Sin cod.	2	0,26%

Cliente de prostitución masculina 34	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	7	20,59%
	entre 30 y 35	1	2,94%
	entre 35 y 45	20	58,82%
	mayores de 45	6	17,65%
	Sin cod.	0	0,00%

Cliente de prostitución transexual 15	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	1	6,67%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	2	13,33%
	entre 30 y 35	5	33,33%
	entre 35 y 45	4	26,67%
	mayores de 45	3	20,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Consumidor de otras drogas 0	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	0	0,00%
	entre 35 y 45	0	0,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Familiares/ Amigos de personas VIH+ 30	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	1	3,33%
	entre 22 y 25	5	16,67%
	entre 25 y 30	5	16,67%
	entre 30 y 35	8	26,67%
	entre 35 y 45	6	20,00%
	mayores de 45	5	16,67%
	Sin cod.	0	0,00%

Homosexual 271	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	5	1,85%
	entre 18 y 22	10	3,69%
	entre 22 y 25	20	7,38%
	entre 25 y 30	64	23,62%
	entre 30 y 35	72	26,57%
	entre 35 y 45	71	26,20%
	mayores de 45	29	10,70%
	Sin cod.	0	0,00%
Ninguna de las anteriores 1415	menores de 16	7	0,49%
	entre 16 y 18	11	0,78%
	entre 18 y 22	60	4,24%
	entre 22 y 25	72	5,09%
	entre 25 y 30	286	20,21%
	entre 30 y 35	312	22,05%
	entre 35 y 45	528	37,31%
	mayores de 45	135	9,54%
	Sin cod.	4	0,28%

Padres/madres preocupados 9	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	1	11,11%
	entre 30 y 35	1	11,11%
	entre 35 y 45	3	33,33%
	mayores de 45	4	44,44%
	Sin cod.	0	0,00%
Pareja de persona VIH+ 35	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	4	11,43%
	entre 25 y 30	9	25,71%
	entre 30 y 35	11	31,43%
	entre 35 y 45	6	17,14%
	mayores de 45	5	14,29%
	Sin cod.	0	0,00%

Profesionales: sanitarios, educadores... 48	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	4	8,33%
	entre 25 y 30	9	18,75%
	entre 30 y 35	15	31,25%
	entre 35 y 45	17	35,42%
	mayores de 45	3	6,25%
	Sin cod.	0	0,00%

Trabajador/a del Sexo 5	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	3	60,00%
	entre 35 y 45	2	40,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

UDIS 3	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	0	0,00%
	entre 35 y 45	0	0,00%
	mayores de 45	3	100,00%
	Sin cod.	0	0,00%

No se identifica 8	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	1	12,50%
	entre 30 y 35	5	62,50%
	entre 35 y 45	1	12,50%
	mayores de 45	1	12,50%
	Sin cod.	0	0,00%
TOTAL		2.660	100%

WEB CONFERENCE

SESIÓN REALIZADA POR	RANGOS EDAD	SESIONES	%
Bisexuales 15	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	6	40,00%
	entre 22 y 25	3	20,00%
	entre 25 y 30	1	6,67%
	entre 30 y 35	2	13,33%
	entre 35 y 45	3	20,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Cliente de prostitución femenina 549	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	8	1,46%
	entre 18 y 22	62	11,29%
	entre 22 y 25	80	14,57%
	entre 25 y 30	148	26,96%
	entre 30 y 35	115	20,95%
	entre 35 y 45	112	20,40%
	mayores de 45	24	4,37%
	Sin cod.	0	0,00%

Cliente de prostitución masculina 3	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	2	66,67%
	entre 22 y 25	1	33,33%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	0	0,00%
	entre 35 y 45	0	0,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Cliente de prostitución transexual 25	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	2	8,00%
	entre 22 y 25	2	8,00%
	entre 25 y 30	12	48,00%
	entre 30 y 35	3	12,00%
	entre 35 y 45	6	24,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Consumidor de otras drogas 26	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	4	15,38%
	entre 22 y 25	3	11,54%
	entre 25 y 30	3	11,54%
	entre 30 y 35	5	19,23%
	entre 35 y 45	10	38,46%
	mayores de 45	1	3,85%
	Sin cod.	0	0,00%

Familiares/ Amigos de personas VIH+ 24	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	3	12,50%
	entre 18 y 22	6	25,00%
	entre 22 y 25	6	25,00%
	entre 25 y 30	2	8,33%
	entre 30 y 35	3	12,50%
	entre 35 y 45	4	16,67%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

Homosexual 610	menores de 16	1	0,16%
	entre 16 y 18	12	1,97%
	entre 18 y 22	90	14,75%
	entre 22 y 25	101	16,56%
	entre 25 y 30	214	35,08%
	entre 30 y 35	122	20,00%
	entre 35 y 45	60	9,84%
	mayores de 45	10	1,64%
	Sin cod.	0	0,00%

Ninguna de las anteriores 4970	menores de 16	18	0,36%
	entre 16 y 18	53	1,07%
	entre 18 y 22	429	8,63%
	entre 22 y 25	648	13,04%
	entre 25 y 30	1378	27,73%
	entre 30 y 35	888	17,87%
	entre 35 y 45	1168	23,50%
	mayores de 45	386	7,77%
	Sin cod.	2	0,04%

Padres/madres preocupados 13	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	2	15,38%
	entre 25 y 30	2	15,38%
	entre 30 y 35	3	23,08%
	entre 35 y 45	3	23,08%
	mayores de 45	3	23,08%
	Sin cod.	0	0,00%

Pareja de persona VIH+ 60	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	1	1,67%
	entre 22 y 25	4	6,67%
	entre 25 y 30	13	21,67%
	entre 30 y 35	25	41,67%
	entre 35 y 45	15	25,00%
	mayores de 45	2	3,33%
	Sin cod.	0	0,00%

Profesionales: sanitarios, educadores... 34	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	3	8,82%
	entre 22 y 25	1	2,94%
	entre 25 y 30	8	23,53%
	entre 30 y 35	12	35,29%
	entre 35 y 45	5	14,71%
	mayores de 45	5	14,71%
	Sin cod.	0	0,00%

Trabajador/a del Sexo 1	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	1	100,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	0	0,00%
	entre 35 y 45	0	0,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%

UDIS 1	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	0	0,00%
	entre 30 y 35	0	0,00%
	entre 35 y 45	0	0,00%
	mayores de 45	1	100,00%
	Sin cod.	0	0,00%

No se identifica 1	menores de 16	0	0,00%
	entre 16 y 18	0	0,00%
	entre 18 y 22	0	0,00%
	entre 22 y 25	0	0,00%
	entre 25 y 30	1	100,00%
	entre 30 y 35	0	0,00%
	entre 35 y 45	0	0,00%
	mayores de 45	0	0,00%
	Sin cod.	0	0,00%
TOTAL		6.332	100%

“MOTIVO DE LA CONSULTA” SEGÚN EL SEXO.

TELÉFONO

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Anilingus	5	0	0	5	1,83%
Besos	13	0	0	13	4,76%
Cunnilingus	2	7	0	9	3,30%
Fellatio	88	0	0	88	32,23%
Masturbación	76	2	0	78	28,57%
Otros transmisión Sexual Homosexual	10	0	0	10	3,66%
Penetración anal	43	0	0	43	15,75%
Rotura de preservativo	27	0	0	27	9,89%
Transmisión Sexual Homosexual	264	9	0	273	10,26%

Anilingus	5	0	0	5	0,41%
Besos	30	8	0	38	3,11%
Cunnilingus	82	12	0	94	7,69%
Fellatio	487	57	0	544	44,48%
Masturbación	110	16	0	126	10,30%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	13	2	0	15	1,23%
Penetración anal-vaginal	245	85	0	330	26,98%
Rotura de preservativo	59	12	0	71	5,81%
Transmisión Sexual Heterosexual	1.031	192	0	1.223	45,98%

Animales (picaduras, mordeduras ...)	3	1	0	4	3,15%
Compartir otro material de consumo de drogas	12	2	0	14	11,02%
Donaciones o transfusiones de sangre	2	0	0	2	1,57%
Exposición casual	71	18	0	89	70,08%
Material de inyección	8	7	0	15	11,81%
Tatuajes, piercing, etc.	2	1	0	3	2,36%
Transmisión Sanguínea	98	29	0	127	4,77%

Persona con necesidad de apoyo crónico	94	15	0	109	30,97%
Persona con necesidad de apoyo puntual	137	27	0	164	46,59%
Persona con posibles trastornos psicológicos	60	19	0	79	22,44%
Necesidad de apoyo psicosocial	291	61	0	352	13,23%

Analíticas rutinarias	5	4	0	9	5,14%
Bares	13	8	0	21	12,00%
Besos sociales / apretón de manos ...	30	5	0	35	20,00%
Intervenciones médicas	1	4	0	5	2,86%
Otros vida cotidiana	56	11	0	67	38,29%
Peluquerías / Centros de Estética	9	4	0	13	7,43%
WC públicos	14	11	0	25	14,29%
Vida Cotidiana	128	47	0	175	6,58%
Otros transmisión vertical	1	0	0	1	100,00%
Transmisión vertical	1	0	0	1	0,04%
En Centros Sanitarios	1	0	0	1	100,00%
Denuncia discriminación	1	0	0	1	0,04%
Datos estadísticos	1	0	0	1	0,20%
Fiabilidad del preservativo	30	5	0	35	6,89%
Otros otra información	121	38	0	159	31,30%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	228	84	0	312	61,42%
Viajes con VIH+	0	1	0	1	0,20%
Otra información	380	128	0	508	19,10%
TOTAL TRIMESTRE	2.194	466	0	2.660	100%

WEB CONFERENCE

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Anilingus	15	0	0	15	2,59%
Besos	32	0	0	32	5,52%
Cunnilingus	4	24	0	28	4,83%
Fellatio	174	1	0	175	30,17%
Masturbación	173	10	3	186	32,07%
Penetración anal	82	1	0	83	14,31%
Rotura de preservativo	16	0	0	16	2,76%
Transmisión Sexual Homosexual	1	0	0	1	0,17%
Otros transmisión Sexual Homosexual	41	3	0	44	7,59%
Transmisión Sexual Homosexual	538	39	3	580	9,16%
Anilingus	4	7	0	11	0,44%
Besos	75	20	0	95	3,82%
Cunnilingus	51	40	0	91	3,66%
Fellatio	206	130	2	338	13,59%
Masturbación	331	99	2	432	17,37%
Penetración anal-vaginal	422	978	4	1.404	56,45%
Rotura de preservativo	40	5	0	45	1,81%
Transmisión Sexual Heterosexual	1	5	0	6	0,24%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	49	15	1	65	2,61%
Transmisión Sexual Heterosexual	1.179	1.299	9	2.487	39,28%

Animales (picaduras, mordeduras ...)	6	9	0	15	6,12%
Compartir otro material de consumo de drogas	2	4	0	6	2,45%
Donaciones o transfusiones de sangre	2	1	0	3	1,22%
Exposición casual	112	62	0	174	71,02%
Material de inyección	22	15	0	37	15,10%
Tatuajes, piercing, etc.	6	2	0	8	3,27%
Transmisión Sanguínea	1	1	0	2	0,82%
Transmisión Sanguínea	151	94	0	245	3,87%
Necesidad de apoyo psicosocial	10	2	0	12	1,12%
Persona con necesidad de apoyo crónico	176	32	1	209	19,53%
Persona con necesidad de apoyo puntual	458	123	0	581	54,30%
Persona con posibles trastornos psicológicos	229	39	0	268	25,05%
Necesidad de apoyo psicosocial	873	196	1	1.070	16,90%
Analíticas rutinarias	25	16	0	41	5,16%
Bares	39	21	0	60	7,55%
Besos sociales / apretón de manos ...	67	39	0	106	13,33%
Intervenciones médicas	7	7	0	14	1,76%
Peluquerías / Centros de Estética	25	12	0	37	4,65%
Vida Cotidiana	33	11	0	44	5,53%
WC públicos	41	23	0	64	8,05%
Otros vida cotidiana	333	95	1	429	53,96%
Vida Cotidiana	570	224	1	795	12,56%
Transmisión vertical	0	2	0	2	66,67%
Otros transmisión vertical	0	1	0	1	33,33%
Transmisión vertical	0	3	0	3	0,05%

Acceso al Empleo	1	0	0	1	50,00%
En el trabajo	1	0	0	1	50,00%
Denuncia discriminación	2	0	0	2	0,03%
Datos estadísticos	1	0	0	1	0,09%
Fiabilidad del preservativo	165	15	0	180	15,67%
Reinfección/coinfección	3	0	0	3	0,26%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	506	222	6	734	63,88%
Viajes con VIH+	3	0	0	3	0,26%
Otra información	20	7	0	27	2,35%
Otros otra información	166	35	0	201	17,49%
Otra información	864	279	6	1.149	18,15%
Sin codificar					0,00%

General	1	0	0	1	100,00%
Transmisión Sexual Bisexual	1	0	0	1	0,02%
TOTAL TRIMESTRE	4.178	2.134	20	6.332	100%

CRUCE DE VARIABLES DEL “MOTIVO DE LA CONSULTA” CON LA FRANJA DE EDAD Y EL SEXO.

MOTIVO DE LA LLAMADA SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y SEXO

TELÉFONO

menores de 16

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Bares	0	1	0	1	5,88%
Besos	1	0	0	1	5,88%
Besos sociales / apretón de manos ...	0	1	0	1	5,88%
Cunnilingus	0	1	0	1	5,88%
Fellatio	1	0	0	1	5,88%
Intervenciones médicas	0	1	0	1	5,88%
Masturbación	1	0	0	1	5,88%
Otros otra información	0	1	0	1	5,88%
Otros vida cotidiana	0	1	0	1	5,88%
Penetración anal-vaginal	0	3	0	3	17,65%
Persona con necesidad de apoyo puntual	1	0	0	1	5,88%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	3	1	0	4	23,53%
TOTAL	7	10	0	17	100%

entre 17 y 18

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Besos	2	0	0	2	6,90%
Cunnilingus	0	1	0	1	3,45%
Fellatio	2	1	0	3	10,34%
Masturbación	6	0	0	6	20,69%
Otros otra información	1	0	0	1	3,45%
Otros vida cotidiana	1	1	0	2	6,90%
Penetración anal	1	0	0	1	3,45%
Penetración anal-vaginal	3	2	0	5	17,24%
Persona con necesidad de apoyo puntual	2	0	0	2	6,90%
Persona con posibles trastornos psicológicos	2	0	0	2	6,90%
Rotura de preservativo	1	0	0	1	3,45%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	1	2	0	3	10,34%
TOTAL	22	7	0	29	100%

entre 19 y 22

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Anilingus	1	0	0	1	0,90%
Bares	1	0	0	1	0,90%
Besos	5	0	0	5	4,50%
Besos sociales / apretón de manos ...	2	0	0	2	1,80%
Cunnilingus	1	1	0	2	1,80%
Exposición casual	3	0	0	3	2,70%
Fellatio	18	3	0	21	18,92%
Fiabilidad del preservativo	3	0	0	3	2,70%
Masturbación	8	4	0	12	10,81%
Material de inyección	0	1	0	1	0,90%
Otros otra información	6	2	0	8	7,21%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	2	1	0	3	2,70%
Otros vida cotidiana	5	2	0	7	6,31%
Peluquerías / Centros de Estética	1	0	0	1	0,90%
Penetración anal	1	0	0	1	0,90%
Penetración anal-vaginal	10	3	0	13	11,71%
Persona con necesidad de apoyo crónico	6	1	0	7	6,31%
Persona con necesidad de apoyo puntual	6	3	0	9	8,11%
Persona con posibles trastornos psicológicos	1	0	0	1	0,90%
Rotura de preservativo	1	1	0	2	1,80%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	2	3	0	5	4,50%
Viajes con VIH+	0	1	0	1	0,90%
WC públicos	0	2	0	2	1,80%
TOTAL	83	28	0	111	100%

entre 23 y 25

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Analíticas rutinarias	2	0	0	2	1,10%
Bares	1	1	0	2	1,10%
Besos	2	0	0	2	1,10%
Besos sociales / apretón de manos ...	3	0	0	3	1,66%
Compartir otro material de consumo de drogas	1	1	0	2	1,10%
Cunnilingus	4	1	0	5	2,76%
Exposición casual	4	2	0	6	3,31%
Fellatio	41	8	0	49	27,07%
Masturbación	17	2	0	19	10,50%
Material de inyección	2	0	0	2	1,10%
Otros otra información	11	2	0	13	7,18%
Otros transmisión Sexual Homosexual	1	0	0	1	0,55%
Otros vida cotidiana	4	0	0	4	2,21%
Peluquerías / Centros de Estética	1	1	0	2	1,10%
Penetración anal	4	0	0	4	2,21%
Penetración anal-vaginal	11	8	0	19	10,50%
Persona con necesidad de apoyo crónico	1	0	0	1	0,55%
Persona con necesidad de apoyo puntual	7	3	0	10	5,52%
Persona con posibles trastornos psicológicos	1	0	0	1	0,55%
Rotura de preservativo	7	1	0	8	4,42%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	17	9	0	26	14,36%
TOTAL	142	39	0	181	100%

entre 26 y 30

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Analíticas rutinarias	1	1	0	2	0,33%
Anilingus	3	0	0	3	0,50%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	0	0	1	0,17%
Bares	2	2	0	4	0,66%
Besos	13	2	0	15	2,49%
Besos sociales / apretón de manos ...	7	1	0	8	1,33%
Compartir otro material de consumo de drogas	3	0	0	3	0,50%
Cunnilingus	20	1	0	21	3,49%
Donaciones o transfusiones de sangre	1	0	0	1	0,17%
Exposición casual	16	5	0	21	3,49%
Fellatio	122	14	0	136	22,59%
Fiabilidad del preservativo	5	3	0	8	1,33%
Intervenciones médicas	0	1	0	1	0,17%
Masturbación	44	5	0	49	8,14%
Material de inyección	0	2	0	2	0,33%
Otros otra información	30	13	0	43	7,14%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	1	0	0	1	0,17%
Otros transmisión Sexual Homosexual	4	0	0	4	0,66%
Otros vida cotidiana	14	4	0	18	2,99%
Peluquerías / Centros de Estética	2	1	0	3	0,50%
Penetración anal	11	0	0	11	1,83%
Penetración anal-vaginal	76	17	0	93	15,45%
Persona con necesidad de apoyo crónico	28	1	0	29	4,82%
Persona con necesidad de apoyo puntual	27	4	0	31	5,15%
Persona con posibles trastornos psicológicos	8	2	0	10	1,66%
Rotura de preservativo	23	2	0	25	4,15%
Tatuajes, piercing, etc.	1	1	0	2	0,33%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	40	12	0	52	8,64%
WC públicos	1	4	0	5	0,83%
TOTAL	504	98	0	602	100%

entre 31 y 35

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Analíticas rutinarias	0	2	0	2	0,39%
Anilingus	3	0	0	3	0,59%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	1	0	2	0,39%
Bares	2	2	0	4	0,79%
Besos	8	1	0	9	1,77%
Besos sociales / apretón de manos ...	6	0	0	6	1,18%
Compartir otro material de consumo de drogas	6	1	0	7	1,38%
Cunnilingus	19	6	0	25	4,92%
Datos estadísticos	1	0	0	1	0,20%
Exposición casual	14	7	0	21	4,13%
Fellatio	69	8	0	77	15,16%
Fiabilidad del preservativo	5	0	0	5	0,98%
Masturbación	32	3	0	35	6,89%
Material de inyección	2	0	0	2	0,39%
Otros otra información	29	7	0	36	7,09%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	1	0	0	1	0,20%
Otros transmisión Sexual Homosexual	2	0	0	2	0,39%
Otros transmisión vertical	1	0	0	1	0,20%
Otros vida cotidiana	15	0	0	15	2,95%
Peluquerías / Centros de Estética	4	0	0	4	0,79%
Penetración anal	13	0	0	13	2,56%
Penetración anal-vaginal	42	19	0	61	12,01%
Persona con necesidad de apoyo crónico	15	3	0	18	3,54%
Persona con necesidad de apoyo puntual	28	8	0	36	7,09%
Persona con posibles trastornos psicológicos	14	4	0	18	3,54%
Rotura de preservativo	12	3	0	15	2,95%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	61	23	0	84	16,54%
WC públicos	3	2	0	5	0,98%
TOTAL	408	100	0	508	100%

entre 36 y 45

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Analíticas rutinarias	1	1	0	2	0,21%
Anilingus	2	0	0	2	0,21%
Bares	6	2	0	8	0,84%
Besos	10	5	0	15	1,57%
Besos sociales / apretón de manos ...	10	2	0	12	1,25%
Compartir otro material de consumo de drogas	2	0	0	2	0,21%
Cunnilingus	32	5	0	37	3,86%
Donaciones o transfusiones de sangre	1	0	0	1	0,10%
Exposición casual	22	3	0	25	2,61%
Fellatio	255	20	0	275	28,71%
Fiabilidad del preservativo	13	1	0	14	1,46%
Intervenciones médicas	1	2	0	3	0,31%
Masturbación	61	4	0	65	6,78%
Material de inyección	2	2	0	4	0,42%
Otros otra información	31	6	0	37	3,86%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	7	1	0	8	0,84%
Otros transmisión Sexual Homosexual	2	0	0	2	0,21%
Otros vida cotidiana	11	2	0	13	1,36%
Peluquerías / Centros de Estética	0	2	0	2	0,21%
Penetración anal	10	0	0	10	1,04%
Penetración anal-vaginal	90	25	0	115	12,00%
Persona con necesidad de apoyo crónico	42	10	0	52	5,43%
Persona con necesidad de apoyo puntual	53	4	0	57	5,95%
Persona con posibles trastornos psicológicos	21	10	0	31	3,24%
Rotura de preservativo	34	5	0	39	4,07%
Tatuajes, piercing, etc.	1	0	0	1	0,10%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	87	29	0	116	12,11%
WC públicos	8	2	0	10	1,04%
TOTAL	815	143	0	958	100%

mayores de 45

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Analíticas rutinarias	1	0	0	1	0,40%
Anilingus	1	0	0	1	0,40%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	0	0	1	0,40%
Bares	1	0	0	1	0,40%
Besos	2	0	0	2	0,81%
Besos sociales / apretón de manos ...	2	1	0	3	1,21%
Cunnilingus	8	3	0	11	4,44%
En Centros Sanitarios	1	0	0	1	0,40%
Exposición casual	12	1	0	13	5,24%
Fellatio	65	2	0	67	27,02%
Fiabilidad del preservativo	4	1	0	5	2,02%
Masturbación	17	0	0	17	6,85%
Material de inyección	2	2	0	4	1,61%
Otros otra información	12	7	0	19	7,66%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	2	0	0	2	0,81%
Otros transmisión Sexual Homosexual	1	0	0	1	0,40%
Otros vida cotidiana	6	1	0	7	2,82%
Peluquerías / Centros de Estética	1	0	0	1	0,40%
Penetración anal	3	0	0	3	1,21%
Penetración anal-vaginal	13	8	0	21	8,47%
Persona con necesidad de apoyo crónico	2	0	0	2	0,81%
Persona con necesidad de apoyo puntual	13	5	0	18	7,26%
Persona con posibles trastornos psicológicos	12	3	0	15	6,05%
Rotura de preservativo	8	0	0	8	3,23%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	17	4	0	21	8,47%
WC públicos	2	1	0	3	1,21%
TOTAL	209	39	0	248	100%

Sin edad

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL LLAMADAS	%
Fellatio	2	1	0	3	50,00%
Otros otra información	1	0	0	1	16,67%
Persona con posibles trastornos psicológicos	1	0	0	1	16,67%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	0	1	0	1	16,67%
TOTAL	4	2	0	6	100%

MOTIVO DE LA SESIÓN DE CHAT SEGÚN GRUPOS DE EDAD Y SEXO

WEB CONFERENCE

menores de 16

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Anilingus	1	0	0	1	1,85%
Bares	1	0	0	1	1,85%
Besos	0	2	0	2	3,70%
Besos sociales / apretón de manos ...	3	0	0	3	5,56%
Cunnilingus	2	0	0	2	3,70%
Fellatio	3	1	0	4	7,41%
Fiabilidad del preservativo	3	0	0	3	5,56%
Masturbación	7	7	0	14	25,93%
Penetración anal	1	0	0	1	1,85%
Penetración anal-vaginal	3	1	1	5	9,26%
Persona con necesidad de apoyo puntual	0	2	0	2	3,70%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	6	5	0	11	20,37%
WC públicos	1	0	0	1	1,85%
Otra información	1	0	0	1	1,85%
Otros vida cotidiana	2	1	0	3	5,56%
TOTAL	34	19	1	54	100%

entre 17 y 18

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	0	0	1	0,67%
Bares	1	1	0	2	1,33%
Besos	5	3	0	8	5,33%
Besos sociales / apretón de manos ...	4	1	0	5	3,33%
Cunnilingus	1	1	0	2	1,33%
Exposición casual	5	1	0	6	4,00%
Fellatio	14	0	0	14	9,33%
Fiabilidad del preservativo	4	0	0	4	2,67%
Masturbación	26	5	0	31	20,67%
Material de inyección	2	0	0	2	1,33%
Peluquerías / Centros de Estética	1	1	0	2	1,33%
Penetración anal	5	0	0	5	3,33%
Penetración anal-vaginal	8	2	0	10	6,67%
Persona con necesidad de apoyo puntual	18	0	0	18	12,00%
Persona con posibles trastornos psicológicos	4	1	0	5	3,33%
Rotura de preservativo	0	1	0	1	0,67%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	6	4	0	10	6,67%
WC públicos	3	0	0	3	2,00%
Otra información	0	1	0	1	0,67%
Otros otra información	3	0	0	3	2,00%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	3	0	0	3	2,00%
Otros vida cotidiana	11	3	0	14	9,33%
TOTAL	125	25	0	150	100%

entre 19 y 22

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Analíticas rutinarias	2	1	0	3	0,37%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	3	2	0	5	0,62%
Bares	7	2	0	9	1,11%
Besos	25	4	0	29	3,59%
Besos sociales / apretón de manos ...	14	5	0	19	2,35%
Compartir otro material de consumo de drogas	2	0	0	2	0,25%
Cunnilingus	11	13	0	24	2,97%
Datos estadísticos	1	0	0	1	0,12%
Exposición casual	17	7	0	24	2,97%
Fellatio	57	11	0	68	8,42%
Fiabilidad del preservativo	22	2	0	24	2,97%
Intervenciones médicas	0	2	0	2	0,25%
Masturbación	82	35	1	118	14,60%
Necesidad de apoyo psicosocial	1	1	0	2	0,25%
Peluquerías / Centros de Estética	4	2	0	6	0,74%
Penetración anal	6	0	0	6	0,74%
Penetración anal-vaginal	31	48	0	79	9,78%
Persona con necesidad de apoyo crónico	23	3	0	26	3,22%
Persona con necesidad de apoyo puntual	78	26	0	104	12,87%
Persona con posibles trastornos psicológicos	35	2	0	37	4,58%
Rotura de preservativo	4	2	0	6	0,74%
Tatuajes, piercing, etc.	2	0	0	2	0,25%
Transmisión Sexual Heterosexual	1	1	0	2	0,25%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	51	21	0	72	8,91%
Vida Cotidiana	10	3	0	13	1,61%
WC públicos	7	5	0	12	1,49%
Otra información	2	0	0	2	0,25%
Otros otra información	27	4	0	31	3,84%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	7	1	0	8	0,99%
Otros transmisión Sexual Homosexual	12	0	0	12	1,49%
Otros vida cotidiana	41	19	0	60	7,43%
TOTAL	585	222	1	808	100%

entre 23 y 25

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Análíticas rutinarias	1	3	0	4	0,50%
Anilingus	4	1	0	5	0,62%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	0	1	0	1	0,12%
Bares	6	2	0	8	1,00%
Besos	13	3	0	16	1,99%
Besos sociales / apretón de manos ...	10	9	0	19	2,37%
Compartir otro material de consumo de drogas	0	1	0	1	0,12%
Cunnilingus	9	15	0	24	2,99%
Donaciones o transfusiones de sangre	0	1	0	1	0,12%
Exposición casual	13	8	0	21	2,62%
Fellatio	76	15	1	92	11,46%
Fiabilidad del preservativo	27	4	0	31	3,86%
Intervenciones médicas	1	1	0	2	0,25%
Masturbación	42	17	0	59	7,35%
Material de inyección	3	2	0	5	0,62%
Necesidad de apoyo psicosocial	1	0	0	1	0,12%
Peluquerías / Centros de Estética	3	1	0	4	0,50%
Penetración anal	9	0	0	9	1,12%
Penetración anal-vaginal	51	60	0	111	13,82%
Persona con necesidad de apoyo crónico	3	1	0	4	0,50%
Persona con necesidad de apoyo puntual	74	20	0	94	11,71%
Persona con posibles trastornos psicológicos	30	8	0	38	4,73%
Reinfección/coinfección	1	0	0	1	0,12%
Rotura de preservativo	6	0	0	6	0,75%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	85	43	1	129	16,06%
Viajes con VIH+	2	0	0	2	0,25%
Vida Cotidiana	2	2	0	4	0,50%
WC públicos	2	3	0	5	0,62%
Otra información	5	1	0	6	0,75%
Otros otra información	14	3	0	17	2,12%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	3	4	0	7	0,87%
Otros transmisión Sexual Homosexual	5	1	0	6	0,75%
Otros vida cotidiana	54	15	1	70	8,72%
TOTAL	555	245	3	803	100%

entre 26 y 30

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Acceso al Empleo	1	0	0	1	0,05%
Análíticas rutinarias	15	4	0	19	1,02%
Anilingus	9	1	0	10	0,54%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	4	0	5	0,27%
Bares	10	8	0	18	0,96%
Besos	31	2	0	33	1,77%
Besos sociales / apretón de manos ...	18	11	0	29	1,55%
Compartir otro material de consumo de drogas	0	2	0	2	0,11%
Cunnilingus	15	20	0	35	1,87%
Donaciones o transfusiones de sangre	2	0	0	2	0,11%
Exposición casual	34	15	0	49	2,62%
Fellatio	126	35	0	161	8,62%
Fiabilidad del preservativo	54	4	0	58	3,11%
General	1	0	0	1	0,05%
Intervenciones médicas	3	1	0	4	0,21%
Masturbación	165	21	3	189	10,12%
Material de inyección	7	5	0	12	0,64%
Necesidad de apoyo psicosocial	3	0	0	3	0,16%
Peluquerías / Centros de Estética	4	5	0	9	0,48%
Penetración anal	27	1	0	28	1,50%
Penetración anal-vaginal	98	192	0	290	15,53%
Persona con necesidad de apoyo crónico	45	12	1	58	3,11%
Persona con necesidad de apoyo puntual	150	37	0	187	10,02%
Persona con posibles trastornos psicológicos	81	14	0	95	5,09%
Reinfección/coinfección	2	0	0	2	0,11%
Rotura de preservativo	23	1	0	24	1,29%
Tatuajes, piercing, etc.	1	0	0	1	0,05%
Transmisión Sexual Homosexual	1	0	0	1	0,05%
Transmisión vertical	0	2	0	2	0,11%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	182	92	3	277	14,84%
Vida Cotidiana	6	2	0	8	0,43%
WC públicos	12	4	0	16	0,86%
Otra información	7	4	0	11	0,59%
Otros otra información	62	14	0	76	4,07%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	22	7	0	29	1,55%
Otros transmisión Sexual Homosexual	13	2	0	15	0,80%
Otros vida cotidiana	88	19	0	107	5,73%
TOTAL	1319	541	7	1867	100%

entre 31 y 35

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Análíticas rutinarias	3	4	0	7	0,78%
Anilingus	1	1	0	2	0,22%
Bares	6	2	0	8	0,89%
Besos	12	0	0	12	1,33%
Besos sociales / apretón de manos ...	8	3	0	11	1,22%
Compartir otro material de consumo de drogas	0	1	0	1	0,11%
Cunnilingus	8	1	0	9	1,00%
Exposición casual	19	10	0	29	3,21%
Fellatio	47	11	1	59	6,53%
Fiabilidad del preservativo	27	3	0	30	3,32%
Intervenciones médicas	1	1	0	2	0,22%
Masturbación	84	11	1	96	10,63%
Material de inyección	3	4	0	7	0,78%
Necesidad de apoyo psicosocial	2	0	0	2	0,22%
Peluquerías / Centros de Estética	4	2	0	6	0,66%
Penetración anal	16	0	0	16	1,77%
Penetración anal-vaginal	52	118	0	170	18,83%
Persona con necesidad de apoyo crónico	23	9	0	32	3,54%
Persona con necesidad de apoyo puntual	71	21	0	92	10,19%
Persona con posibles trastornos psicológicos	36	8	0	44	4,87%
Rotura de preservativo	9	0	0	9	1,00%
Tatuajes, piercing, etc.	3	0	0	3	0,33%
Transmisión Sanguínea	0	1	0	1	0,11%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	91	31	1	123	13,62%
Vida Cotidiana	7	1	0	8	0,89%
WC públicos	7	9	0	16	1,77%
Otros otra información	32	7	0	39	4,32%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	5	2	0	7	0,78%
Otros transmisión Sexual Homosexual	7	0	0	7	0,78%
Otros transmisión vertical	0	1	0	1	0,11%
Otros vida cotidiana	40	14	0	54	5,98%
TOTAL	624	276	3	903	100%

entre 36 y 45

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Analíticas rutinarias	3	4	0	7	0,50%
Anilingus	3	2	0	5	0,36%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	1	1	0	2	0,14%
Bares	6	5	0	11	0,78%
Besos	20	5	0	25	1,78%
Besos sociales / apretón de manos ...	5	8	0	13	0,92%
Cunnilingus	9	9	0	18	1,28%
Exposición casual	20	18	0	38	2,70%
Fellatio	43	41	0	84	5,97%
Fiabilidad del preservativo	26	2	0	28	1,99%
Intervenciones médicas	2	1	0	3	0,21%
Masturbación	92	9	0	101	7,17%
Material de inyección	5	4	0	9	0,64%
Necesidad de apoyo psicosocial	3	1	0	4	0,28%
Peluquerías / Centros de Estética	6	1	0	7	0,50%
Penetración anal	18	0	0	18	1,28%
Penetración anal-vaginal	120	418	2	540	38,35%
Persona con necesidad de apoyo crónico	80	7	0	87	6,18%
Persona con necesidad de apoyo puntual	62	15	0	77	5,47%
Persona con posibles trastornos psicológicos	38	5	0	43	3,05%
Rotura de preservativo	12	1	0	13	0,92%
Tatuajes, piercing, etc.	0	2	0	2	0,14%
Transmisión Sanguínea	1	0	0	1	0,07%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	76	19	1	96	6,82%
Viajes con VIH+	1	0	0	1	0,07%
Vida Cotidiana	7	2	0	9	0,64%
WC públicos	8	1	0	9	0,64%
Otra información	5	0	0	5	0,36%
Otros otra información	25	7	0	32	2,27%
Otros transmisión Sexual Heterosexual	9	1	1	11	0,78%
Otros transmisión Sexual Homosexual	4	0	0	4	0,28%
Otros vida cotidiana	82	23	0	105	7,46%
TOTAL	792	612	4	1408	100%

mayores de 45

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Analíticas rutinarias	1	0	0	1	0,30%
Anilingus	1	2	0	3	0,89%
Animales (picaduras, mordeduras ...)	0	1	0	1	0,30%
Bares	2	1	0	3	0,89%
Besos	1	1	0	2	0,59%
Besos sociales / apretón de manos ...	5	2	0	7	2,08%
Cunnilingus	0	5	0	5	1,48%
En el trabajo	1	0	0	1	0,30%
Exposición casual	4	3	0	7	2,08%
Fellatio	14	17	0	31	9,20%
Fiabilidad del preservativo	2	0	0	2	0,59%
Intervenciones médicas	0	1	0	1	0,30%
Masturbación	6	4	0	10	2,97%
Material de inyección	2	0	0	2	0,59%
Peluquerías / Centros de Estética	3	0	0	3	0,89%
Penetración anal-vaginal	59	138	1	198	58,75%
Persona con necesidad de apoyo crónico	2	0	0	2	0,59%
Persona con necesidad de apoyo puntual	5	2	0	7	2,08%
Persona con posibles trastornos psicológicos	5	0	0	5	1,48%
Rotura de preservativo	2	0	0	2	0,59%
Transmisión Sexual Heterosexual	0	4	0	4	1,19%
Verificar informaciones obtenidas por otros medios	9	7	0	16	4,75%
Vida Cotidiana	1	1	0	2	0,59%
WC públicos	1	1	0	2	0,59%
Otra información	0	1	0	1	0,30%
Otros otra información	3	0	0	3	0,89%
Otros vida cotidiana	15	1	0	16	4,75%
TOTAL	144	192	1	337	100%

Sin edad

MOTIVO	HOMBRES	MUJERES	NS/NC	TOTAL SESIONES	%
Penetración anal-vaginal	0	1	0	1	50,00%
Persona con posibles trastornos psicológicos	0	1	0	1	50,00%
TOTAL	0	2	0	2	100%

Anexo V

Campaña “Día de la prueba de VIH”

Proyecto Marco Campaña Prueba del VIH



Campaña Prueba VIH

17 al 23 de octubre

Índice

1	Fundamentación.....	2/3
2	Objetivos	4
2.1	General.....	4
2.2	Específicos.....	4
2.3	Operativos.....	4
3	Población destinataria.....	4
4	Metodología.....	5
5	Acciones.....	6
5.1	En redes sociales.....	6
5.2	En el Territorio	6
6	Contenidos.....	7
7	Localización. Ámbito de desarrollo del Proyecto.....	7
8	Estructura organizativa.....	8
9	Marco Relacional. Coordinación.....	8
9.1	Coordinación Interna.....	8
9.2	Coordinación Externa.....	8
10	Cronograma.....	9
11	Recursos.....	9
11.1	Recursos materiales.....	9
11.2	Recursos humanos.....	10
12	Evaluación.....	10
12.1	Evaluación del proceso.....	10
12.2	Evaluación en Redes Sociales	11
13	Conclusiones y Propuestas de Mejora.....	12

CAMPAÑA PROMOCIÓN PRUEBA VIH 2016

“DE TI DEPENDE #PRUEBAVIH”

1. Fundamentación

El 20 de octubre está declarado el Día Mundial de la Prueba de VIH con el fin de animar a la sociedad a prevenir nuevas infecciones mediante la prueba. A esto tenemos que sumarle la importancia de un diagnóstico precoz para obtener el tratamiento necesario para el control de la infección.

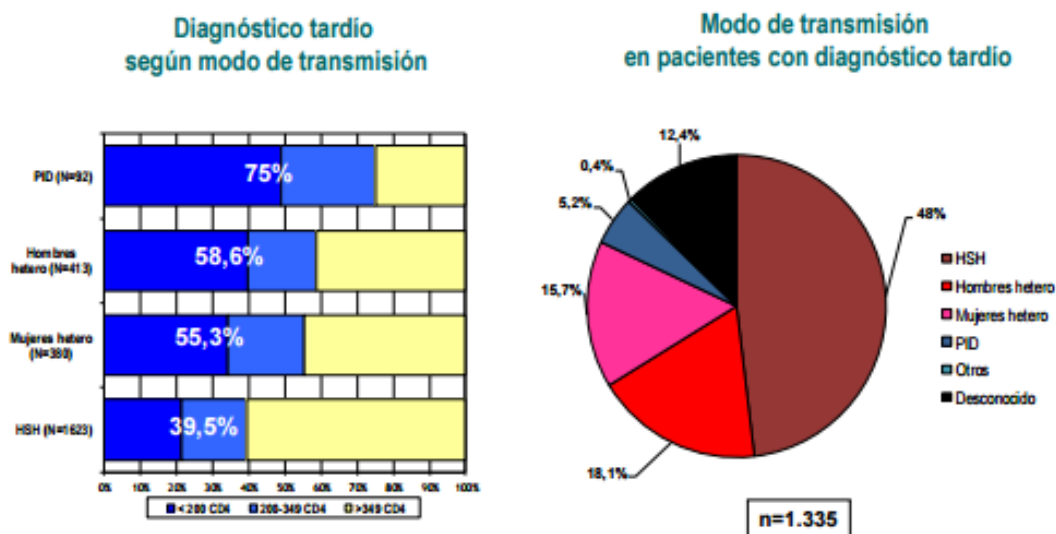
Basándonos en el último informe del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad “Vigilancia Epidemiológica del VIH y sida en España” actualizado el 30 de junio 2015.

En él se reflejan unas conclusiones que nos ayudan a entender la situación actual de esta infección:

- ® Las tasas de nuevos diagnósticos de VIH son similares a las de otros países de la región Europea de la OMS, aunque superiores a la media de los países de Europa Occidental y de la Unión Europea.
- ® La vía sexual es el modo de transmisión de los nuevos diagnósticos de VIH y la transmisión entre HSH es la mayoritaria.
- ® Las personas de otros países suponen una parte relevante de los nuevos diagnósticos, aunque su peso desciende a partir del año 2011.
- ® El diagnóstico tardío disminuye levemente, pero continúa siendo elevado suponiendo una tasa del 9,34 por 100.000 habitantes.
- ® Aunque ralentizada en los últimos años, continúa la tendencia descendente de los nuevos casos de sida iniciada tras la introducción de los tratamientos antirretrovirales de gran actividad a mediados de la década de 1990.

Figura 10

Nuevos diagnósticos de VIH. Diagnóstico tardío
España, año 2013. Datos no corregidos por retraso de notificación.



PID: Personas que se inyectan drogas; HSH: Hombres que tienen relaciones sexuales con hombres; N.C.: No consta información

Al ser analizado según el sexo y modo de transmisión, el DT es máximo en el grupo de PID (75%), seguido por casos de transmisión heterosexual en hombres (58,6%) y en mujeres (55,3%). Los HSH, con un 39,5%, son los que presentan menor DT; sin embargo, dado el peso que tienen en las cifras globales, son el grupo más numeroso entre los casos de VIH con diagnóstico tardío (48% del total) (Figura 10). El DT aumenta también con la edad, pasando de un 30,5% en los casos de 20 a 24 años, hasta un 66,1% en los mayores de 49 años.

Atendiendo a estos datos, damos respuesta a uno de nuestros objetivos siendo éste el diagnóstico precoz.

Para ello configuramos una **campaña** de promoción de la prueba que durará del **17 al 20 de octubre de 2016**.

2. Objetivos

2.1. General

Promocionar la prueba como medida de prevención para dar respuesta a la infección por VIH.

2.2. Específicos

2.2.1. Informar de la importancia del diagnóstico precoz de la infección por VIH.

2.2.2. Acercar los recursos sociosanitarios sobre VIH a la población.

2.2.3. Disponer de los resultados de la prueba a partir de la muestra recogida en las oficinas territoriales de Cruz Roja donde las realizan.

2.3. Operativos

2.3.1. Proporcionar información concreta sobre la prueba del VIH (tipos, características, etc.).

2.3.2. Difundir los recursos sociosanitarios entre la población.

2.3.3. Dar mayor visibilidad a la actividad que desarrolla Cruz Roja en materia de Salud/VIH utilizando para ello las redes sociales.

2.3.4. Desarrollar una campaña conjunta con Cruz Roja Juventud y la Red Territorial, que desarrolle proyectos de VIH y otras ITS, propiciando la participación y coordinación.

3. Población destinataria

La población diana del proyecto comprende tanto:

- Población general, a la que llegaremos a través de los diferentes canales de comunicación que tengamos a nuestro alcance.
- Colectivos de mayor tasa de infección de VIH y colectivos que usan nuestro Servicio, referido al colectivo LGTBI (el 50% de las nuevas infecciones según el MSPSI) y las personas que consumen sexo (tal y como reflejan nuestra práctica cotidiana y los informes trimestrales). En la Evaluación del Servicio que hicimos en 2013 detectamos esta necesidad y recomendamos abordarla.
- Profesionales sociosanitarios que estén implicados en la realización de la prueba de manera habitual.
- Profesionales de comunicación que lleven redes sociales y estén interesados en participar en la campaña.

4. Metodología

Con el fin de aunar fuerzas y disponer de los recursos que Cruz Roja a nivel nacional, se plantea esta campaña para promocionar la realización de la Prueba de VIH como medida de prevención en la proliferación de la infección por el VIH. Para ello, desde el Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS, hemos querido contar también con la colaboración de Cruz Roja Juventud. Así como el proyecto “Formación y Sensibilización ante la Discriminación por VIH” de donde parte el slogan de “De ti depende #PruebaVIH”

La metodología que se llevará a cabo se divide en dos enfoques atendiendo a los diferentes ámbitos actuación. Por una parte se centra en la actividad online, en la que directamente está implicada el Servicio Multicanal, y por otra en la offline, a desarrollar por las diferentes oficinas territoriales.

Hasta el momento, sólo se ha comunicado de manera directa la existencia de la Campaña, desde el Servicio de Información y Prevención del VIH y otras ITS, a las Oficinas Territoriales que nos constan están haciendo las pruebas. Se les invitó participar en la campaña y se les pidió sugerencias para la mejora de la misma. Y esta es la información que hemos recogido:

Persona	Of. Provincial	Contacto	Sugerencia
Araceli	Tarragona	arotsa@creuroja.org	Apoyar y facilitar lo que se consensúe
Soledad	Granada	sgarcia@cruzroja.es	“De ti dependeCuida tu salud, Pide tu prueba de VIH!! Telf. 900 111000 (algo activo, depende de la voluntad individual, pero personaliza que hay una prueba para cada persona) Se podría emplear los mismos dibujos de la campaña “De ti depende Lo que si veo interesante es que figure como parte central la palabra “ pruebaVIH” y alrededor , las palabras: Rápida Segura Anónima Gratuita Confidencial
Natalia	Cádiz	natalia.jurado@cruzroja.es	A través de la utilización de las nuevas TICs podemos llegar a más personas jóvenes y acercar la información sobre VIH. ¿Cómo podemos lograrlo? Pues apostamos por el reparto de unas tarjetas, como las de visita, con el siguiente eslogan “Tú también puedes ser...” y un código QR.
Laura	Cádiz	laura.alfaro@cruzroja.es	En relación al correo anterior, informarte que ya hemos hablado con el compañero de comunicación para que le de difusión a la campaña llevada a cabo por CRJ “De ti Depende....” En cuanto a nuevas propuestas, informarte que desde la Asamblea Provincial de Cruz Roja Cádiz continuamos con el servicio de realización de prueba rápida de VIH, trabajando en coordinación con la Delegación Provincial de Salud de Cádiz, que es la encargada de llevar a cabo la difusión de dicho servicio, así como de suministrarlos los test. El pasado 17 de Junio, concretamente, tuvimos una reunión para tratar dicho asunto, con la idea de establecer nuevos mecanismos de difusión con la idea de que llegue a más personas. Pongo en copia a la compañera Sonia Pinteño, que es quien nos ha hecho llegar el correo al resto del equipo. Para cualquier otro asunto, no dudes en ponerte en contacto nuevamente con nosotras.
Ander	Álava	01saludsocorros@cruzroja.es	Si estamos interesados. Cualquier información al respecto me envías a mi por favor y a mi compañera voluntaria que coordina el tema con los/as voluntarios/as. Ander 01saludsocorros@cruzroja.es Sorkunde 01salud1@cruzroja.es

5. Acciones

5.1. En redes sociales

Actualmente en el Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS tenemos abiertas dos cuentas en las redes sociales más populares siendo éstas **Facebook y Twitter**.

Lo que se propone en esta campaña es utilizar hilos conductores donde la red territorial pueda participar a través de estos soportes informáticos. Y que además, nos den la cobertura para entrar en el trending topics (tema de tendencia) de cuentas de otras organizaciones con los mismos intereses. Para ello hemos determinado dos hashtags (etiquetas) que facilitarán la búsqueda en el entorno social siendo éstas: **#PruebaVIH** para entrar en red externa y **#VIHCruzRoja** que vertebrará también a la red territorial de Cruz Roja. Con lo que toda publicación deberá tener las dos etiquetas de cara a potenciar la presencia en redes y analizar el alcance.

El **slogan** de la campaña es **“De ti depende #PruebaVIH”**

Aunque se facilitará todo tipo de material para el desarrollo de la campaña, sugerimos la implicación de las personas responsables de las redes sociales de cada asamblea territorial así como el/la técnico de VIH.

Facebook

Cambiar foto de portada

Segmentar publicaciones por ciudad

Diseño de Canvas donde incluir el banner

Crear evento el 13 de octubre y mantenerlo hasta el 20 de invitar a todos nuestros seguidores/as en el que se refleje el día conmemorativo indicando las ubicaciones donde Cruz Roja estará realizando las pruebas de VIH.

Menciones a cuentas:

- Red Territorial+CRJ
- Cruz Roja y Comité Internacional de la Cruz Roja
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, IrsiCaixa, ONUSIDA, etc.
- Ong's: CESIDA, GeSida, Imagina más, GTt, etc.

Estructura de la publicación: imagen+hashtags (**#PruebaVIH+VIHCruzRoja**)+texto que no supere los 200 caracteres y, en algunas ocasiones, emoticono y enlazar a urls ya acortados mediante bitly

Twitter

Cambio imagen de portada con la temática

El mismo 20 de octubre a través de [Storify](#) haremos una historia recogiendo y organizando los tuits lanzados dentro de la campaña con el fin de recopilar la información, completar los datos que faltaran de tratar y tener una publicación como resumen de la campaña.

Encuesta sobre la prueba del VIH. Evaluar inmediatamente antes de que pasen 24 horas.

Menciones a cuentas:

- Red Territorial+CRJ
- Cruz Roja y Comité Internacional de la Cruz Roja
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, IrsiCaixa, ONUSIDA, etc.
- Ong's: CESIDA, GeSida, Imagina más, GTt, etc.

Estructura de la publicación:* imagen+hashtags (#PruebaVIH+VIHCruzRoja)+texto que no supere más de los 144 caracteres y, en ocasiones, algún emoticono y enlazar a a urls ya acortados mediante bitly

Incluir la campaña en el boletín electrónico de CRJ.

*Bilty:

Video unidad móvil <http://bit.ly/1K8E0si>

WEB <http://bit.ly/1AAcl8j> <http://bit.ly/1ulqCK5>

WEB PREVENCIÓN <http://bit.ly/1uXX1tA>

WEB PPENO <http://bit.ly/1soLkFB>

WEB DÓNDE HACERSE LA PRUEBA <http://bit.ly/1oYvR2i>

PRE20 ITS <http://bit.ly/1gpK4ry>

Configurar [TitanPad](#) con todo el contenido para remitir a la Red Territorial

5.2. En el territorio

Ubicaciones de los lugares donde se realizarán la prueba así como horarios y requisitos de cita.

En este apartado tendríamos que ir actualizando con las distintas actividades que se vayan a desarrollar: talleres, cine fórum, teatro, concierto, etc.

6. Contenidos

1. Diferencia entre tipos de prueba: generación y método.
2. Recursos Cruz Roja+enlace web de realización de la prueba
3. Beneficios de realizar la prueba
4. Informar de cuándo se debe hacer la prueba
5. Vías de transmisión y cómo prevenir

7. Localización. Ámbito de desarrollo del Proyecto

La campaña se llevará a cabo por los siguientes ámbitos provinciales que, por su interés por el proyecto de la promoción de la prueba del VIH como por haber participado en el Proyecto de “Formación y Sensibilización ante la Discriminación por VIH”, que representan las siguientes zonas:

- Andalucía: Cádiz, Málaga, Sevilla, Córdoba y Granada
- Aragón: Zaragoza
- Castilla y León: Ávila, León, Salamanca y Valladolid
- Comunidad Valenciana: Valencia
- Galicia: Coruña y Orense
- Islas Canarias: Las Palmas y Tenerife
- Madrid
- Murcia
- Cataluña: Barcelona, Tarragona
- Ceuta
- País Vasco: Álava

Así como:

- Programa de Atención y Prevención de VIH
- Asamblea donde se realiza la prueba contemplada en el anterior listado
- Resto de Asambleas Territoriales

8. Estructura organizativa

Este Proyecto contempla en su modelo organizativo la participación de Cruz Roja Juventud, Sala de Redes, Imagen y Comunicación y la Red Territorial con Programa de Atención y Prevención del VIH y sida quedando implicados en la planificación, ejecución y evaluación del mismo por sus equipos.

9. Marco Relacional. Coordinación

La coordinación entre los diferentes agentes territoriales implicados en la campaña se desarrollará a través de reuniones y comunicaciones electrónicas o telefónicas periódicas.

Así mismo, entre CRJ y CRE, se establecerán los mecanismos de información y coordinación oportunos para el adecuado desarrollo de la campaña.

Del mismo modo, el Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS mantendrá comunicación directa con las referentes de VIH en CRE y CRJ en distintas reuniones y mails. A otro nivel se establecerá una comunicación bidireccional entre las personas responsables del Programa de VIH en aquellas oficinas provinciales que están realizando de la prueba.

De manera indirecta, desde el departamento de Salud y Socorros de Oficina Central se mandará la información necesaria a las oficinas territoriales que estén participando en el Proyecto “Formación y Sensibilización ante la Discriminación por VIH”.

10. Cronograma

FECHA	ACTIVIDAD
Abril/Mayo	Correo provinciales para participación
Mayo	Elaboración documento final
Julio	Propuestas de imágenes/votos
Julio	Cierre proyecto: documento y material
Agosto	Solicitud de materiales para difusión
Agosto	Reuniones coordinación y cierre de documento marco
Septiembre	Reuniones coordinación (equipo vih+sala redes)y cierre de documento marco
17, 18, 19 y 20 octubre	Campaña Prueba VIH
20 Octubre	Día Prueba. Cierre de campaña
21-28 Octubre	Recogida de estadísticas
7 Noviembre	Informe de evaluación

11. Recursos

11.1. Recursos materiales

Se propone unas imágenes de campaña editadas para esta ocasión, así como un banner. Estos **recursos gráficos** deberán utilizarse a lo largo el periodo de la campaña (**del 17 al 23 de octubre**) tanto en redes sociales como en la firma de correo electrónico.

Del mismo modo, se podrá hacer uso del **vídeo promocional de la prueba** de VIH propuesto por el Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS. Será alojado en el canal TV de la Cruz Roja, cuenta de You Tube de Oficina Central así como en las cuentas de Facebook+Twitter del Multicanal VIH.

11.2. Recursos humanos

De cara a garantizar el adecuado desarrollo de la campaña, en cada ámbito local tendrá que asumir la publicación del material proporcionado o compartir las nuestras.

El Coordinador General de Cruz Roja-Oficina Central hace llegar el material elaborado para la Campaña a los Coordinadores de Oficinas

12. Evaluación

La evaluación y seguimiento de la Campaña es un proceso continuo, en el que se distingue una evaluación en sus dos estructuras: online y offline.

Cuando hablamos del ámbito online nos referimos todas las acciones dirigidas a las cuentas en redes sociales. Sin embargo, el offline haría referencia a los objetivos establecidos en la propia campaña y coordinación con los agentes implicados de la Red Territorial, CRJ y el departamento de Comunicación.

Objetivos Operativos	Indicadores
2.3.1. Proporcionar información concreta sobre la prueba del VIH	Nº de mensajes sobre la prueba del VIH emitidos en redes sociales Nº de interacciones en cuentas de redes sociales asociadas a la campaña a partir de los mensajes informativos sobre la prueba del VIH Nº de materiales de información y difusión elaborados
2.3.2.1 Difundir los recursos sociosanitarios entre la población.	Nº de recursos publicitados Nº de pruebas de VIH realizadas en las oficinas territoriales de Cruz Roja
2.3.2.2 Dar mayor visibilidad a la actividad que desarrolla Cruz Roja en aspectos fundamentales de Salud/VIH utilizando para ello las redes sociales.	Nº de interacciones en cuentas de redes sociales asociadas a la campaña
2.3.3. Desarrollar una campaña conjunta con Cruz Roja Juventud y la Red Territorial que desarrolle proyectos de VIH y otras ITS, propiciando la participación y coordinación.	Nº de comunicaciones internas (mails, reuniones, etc.).
2.3.4. Desarrollar una campaña conjunta con Cruz Roja Juventud y la Red Territorial que desarrolle proyectos de VIH y otras ITS, propiciando la participación y coordinación.	

Repercusión en Redes Sociales

Objetivo Específico	Objetivo Operativo	Indicadores
Visibilizar el Servicio de Información y Prevención de VIH y otras ITS	.- Popularidad y seguidores .- Actividad	Nº de nuevos seguidores Nº de impresiones Nº alcance (fans/no fans) Nº de fotos vistas Nº de vídeos vistos Nº de páginas vistas Nº de publicaciones
Fidelizar a nuestros y nuestras fans	Tráfico que genera	Visitantes únicos Nº de páginas vistas Nº de clics Nº resultante de “me gusta” y “no me gusta” Nº de publicaciones ocultas
Medir la influencia que ejerce el Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS	Sensación o percepción del valor del Servicio Multicanal	Nº comentarios (+/-) Nº menciones Nº porcentual de participación
Relevancia del Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras	.- Compromiso a partir de la interacción .- Tasa de conversión	Nº de compartir Nº de reacciones (me gusta, me divierte, etc.)

ITS		Nº de comentarios incrustados
		Nº de mensajes (consultas atendidas)
		Nº de mensajes directos-DM (consultas atendidas)
		Nº de clics
		Nº porcentual de participación
		Nº de tasa de interacción
		Nº de participantes en encuestas

Elaboración de documento excel que recoja todo el registro y alinear la información recabada en todos los medios de comunicación.

Una vez realizada la Campaña de Promoción de la Prueba del VIH, se extraen datos tanto de las estadísticas que facilitan las propias redes sociales donde se ha sustentado la campaña, así como desde la herramienta de análisis y rastreo web con la que trabaja los Servicios Digitales de Cruz Roja-Oficina Central. (se adjunta)

Evaluación de los Objetivos Operativos

Proporcionar información concreta sobre la prueba del VIH

- Indicador: Nº de mensajes y de interacciones sobre la prueba del VIH emitidos en redes sociales

Mensajes	Facebook	Twitter
Nº emitidos	14	23
Nº interacciones	1	140
Total	15	163

Consideramos que hemos sido coherentes con el número de mensajes emitidos respondiendo de tal modo a los contenidos que propusimos para abordar la temática debidamente. Quizás no estemos acostumbradas a aumentar el número de interacciones mediante retuit y compartiendo tuits de cuentas asociadas, pero cierto es que es una praxis recomendada y llevada a cabo por varias ong's cuando hacen acciones que quieren que tengan calado.

Indicador: Nº de materiales de información y difusión elaborados:

- ✓ 3 imágenes portada
- ✓ 2 vídeos: exclusivo de la prueba y de difusión del Servicio Multicanal VIH
- ✓ 1 banner
- ✓ 3 infografías
- ✓ 4 imágenes para la prueba + 7 para promocionar las oficinas territoriales que hacen la prueba

En este sentido vemos muy oportuno la calidad y cantidad del material configurado para la campaña así como el vídeo del Servicio Multicanal rescatado para optimizar los recursos multimedia existentes.

Difundir los recursos sociosanitarios entre la población

- Nº de recursos publicitados y nº de pruebas de VIH realizadas en las oficinas territoriales de Cruz Roja

Recursos	Facebook	Twitter
Recursos prueba	1	5
Recursos prueba CRE	7	14
Total	8	19

En este sentido, nuestra prioridad, claramente, era difundir la red territorial de Cruz Roja Española, además de apoyar a aquellas entidades que nos lo solicitaron.

Dar mayor visibilidad a la actividad que desarrolla Cruz Roja en aspectos fundamentales de Salud/VIH utilizando para ello las redes sociales.

- Nº de interacciones en cuentas de redes sociales asociadas a la campaña

Interacciones Territoriales	con Facebook	Twitter
Nº con cuentas asociadas	Menciones 10, Compartir 33	Multimedia 66, RT 450
Total	43	516

Este objetivo lo solapamos con el anterior. En la medida que publicitamos más nuestros recursos que el resto, haciendo publicaciones específicas sobre la información concreta para poder realizarse la prueba en dichos centros.

Además diseñamos desde el Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH, ITS y sida mensajes de texto, material multimedia y la calendarización para su publicación. Con ello conseguimos que las distintas cuentas asociadas fueran partícipes de la campaña fortaleciendo y potenciando el capital humano, material y digital que reúne Cruz Roja Española.

Desarrollar una campaña conjunta con Cruz Roja Juventud y la Red Territorial que desarrolle proyectos de VIH y otras ITS, propiciando la participación y coordinación.

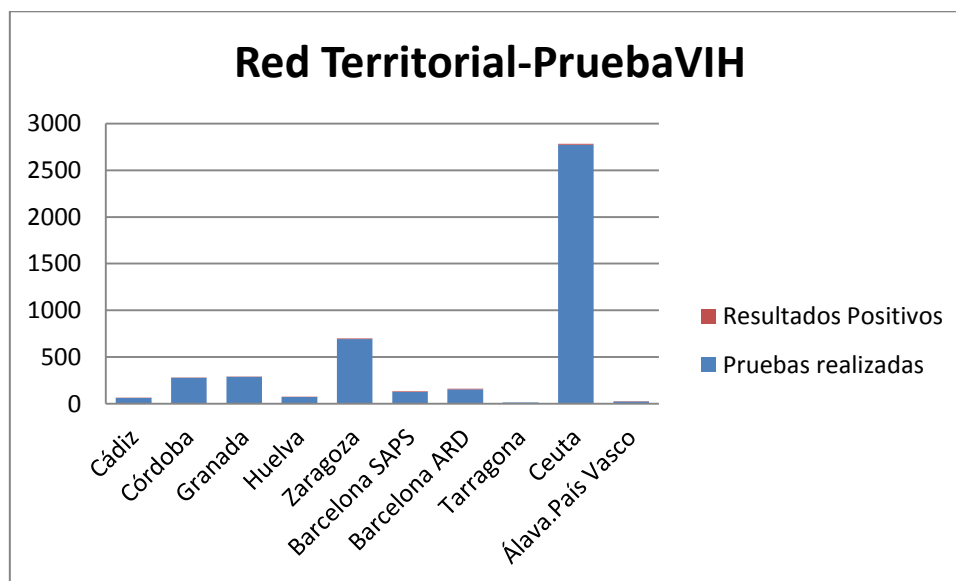
- Nº de comunicaciones internas (mails, reuniones, etc.).

Comunicaciones	Interna Multicanal/SS/CRJ	Interna Territoriales	Sala Digital/RRSS	COI
Mail	59	27	2	1
Reuniones	4	0	1	0

Mails periodo del 16 marzo hasta el 4 noviembre 2016. El número de intercambio de mails (59) se justifica por la diversidad de grupos de trabajo (Multicanal VIH, Salud y Socorros y Cruz Roja Juventud) así como por el número de tareas a ejecutar. No podemos obviar tampoco que se podrían haber reducido el número de correos electrónicos si hubiéramos simplificado y concretado más el trabajo. Con la red territorial viene motivado por el proceso en sí, antes para solicitar su participación, para trasladarles el material elaborado y finalmente para que nos reporten los datos para poder evaluar la campaña.

Con las reuniones podemos decir lo mismo, **cuando se trabaja desde una participación plena con los agentes implicados hace más tediosa la tarea, pero al mismo tiempo se consigue una estrategia más rica y completa.**

Mediante esta comunicación con la Red Territorial de Cruz Roja hemos podido recabar esta información sobre el número de pruebas y sus resultados. Además de ayudarnos a medir en parte el impacto de la campaña.



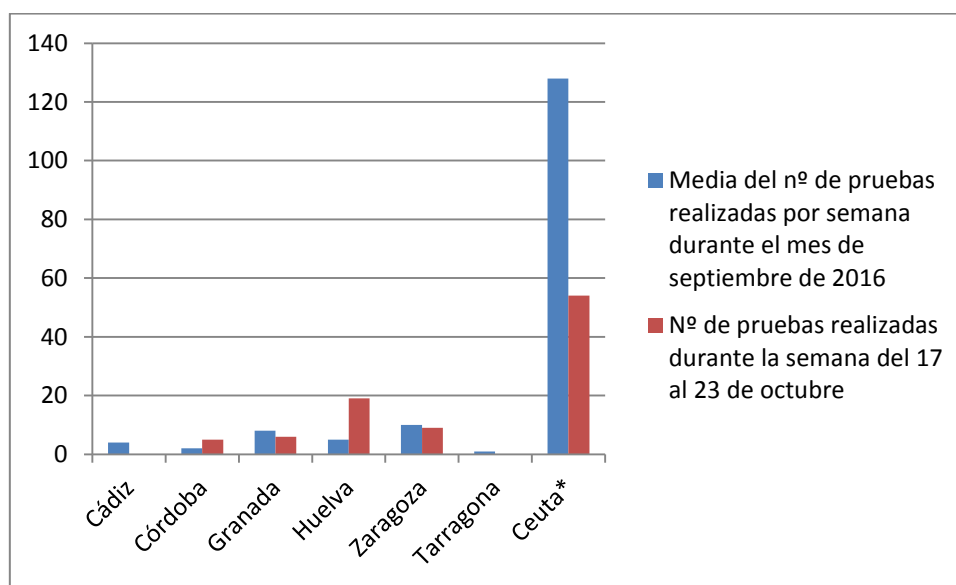
Estos datos han sido recogidos desde el año 2012 hasta el 2014 y de enero de 2016 hasta septiembre del mismo año. En el caso de Ceuta debemos indicar que son todas las pruebas realizadas con independencia de si se han hecho mediante Cruz Roja.

Al haber obtenido un número tan inferior de positivos en relación al número de prueba realizadas, ofrecemos la tabla dónde clarifica la gráfica.

Provincia	Pruebas realizadas	Resultados Positivos
Cádiz	61	2
Córdoba	280	1
Granada	290	3
Huelva	74	2
Zaragoza	694	6
Barcelona SAPS	129	6
Barcelona ARD	156	5
Tarragona	16	0
Ceuta	2773	9
Álava.País Vasco	26	1

En este caso, estamos hablando que el **0,8% de las pruebas realizadas dan positivo**. Por lo tanto, ¿no sería razón suficiente como para animarse a hacer la prueba y seguir confirmando el estado de salud en el que nos encontramos?

También hemos querido recoger el número de pruebas llevadas a cabo en el mes de septiembre y en la semana de la campaña para tener una aproximación de lo que ha podido influir dicha acción en la población. Entendemos que no es concluyente pero sí a tener en cuenta.



En el caso de Ceuta, además recoge las pruebas de sífilis en ambos periodos que se reflejan. Como podemos observar no hay una gran diferencia entre un periodo u otro, además de no haber hecho bien la comparativa.

Evaluación Repercusión en Redes Sociales

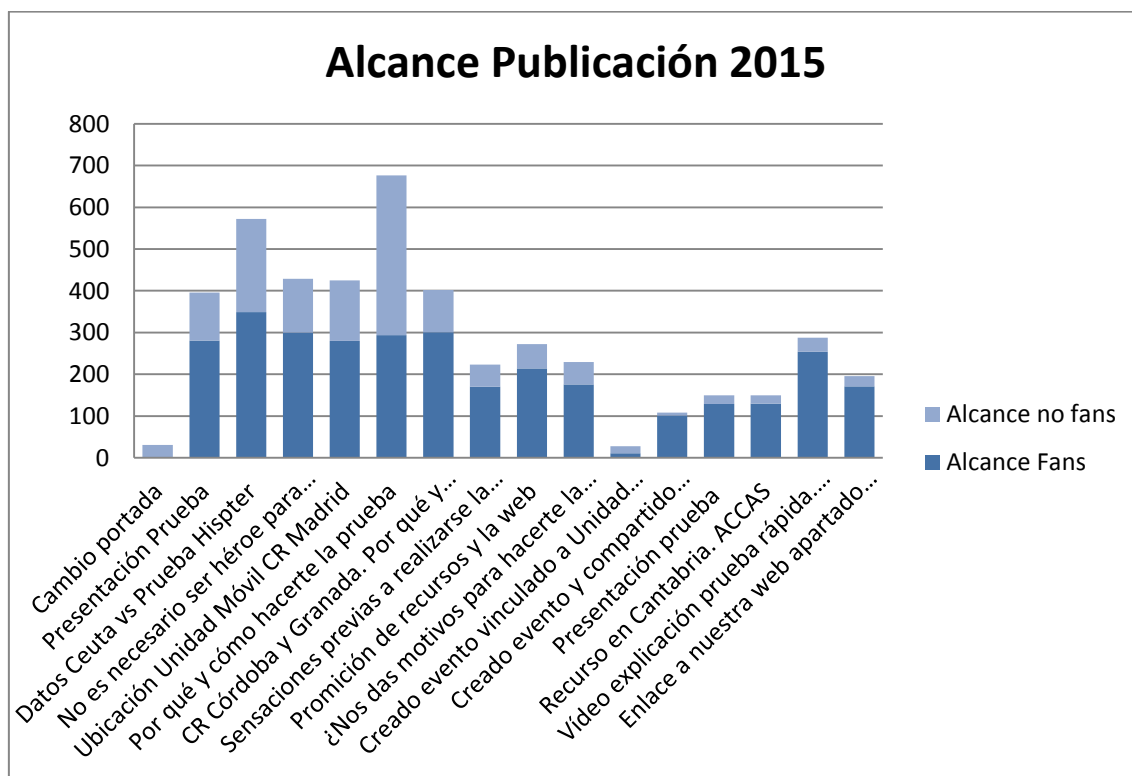
Objetivo Específico	Objetivo Operativo	Indicadores
Visibilizar el Servicio de Información y Prevención de VIH y otras ITS	.- Popularidad y seguidores .- Actividad	Nº de nuevos seguidores
		Nº de impresiones
		Nº alcance (fans/no fans)
		Nº de fotos vistas
		Nº de vídeos vistos
		Nº de páginas vistas
		Nº de publicaciones

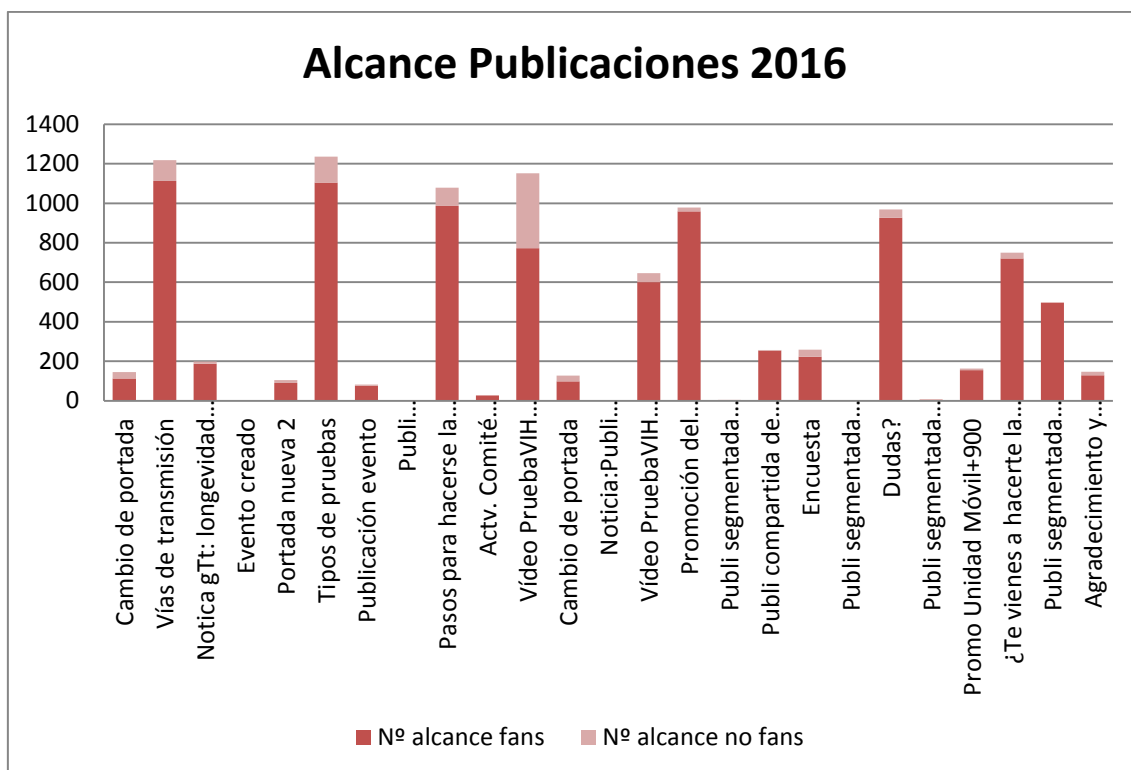
Datos recabados desde el 17 de octubre hasta el 4 de noviembre

Indicador	Facebook	Twitter
Nº Nuevos seguidores	3 (7-4)	18
Nº Impresiones	10.053	17.100
Nº Alcance (fans/no fans)	9.047/1.006	-
Nº Fotos Vistas	122	Nº interacciones multimedia+abrir detalle:
Nº Vídeos Vistos	74	66+29=95
Nº Páginas Vistas	422	22
Nº Publicaciones	24	23

El **número de seguidores/as aumentan en ambas redes sociales** a pesar de la constante fluctuación entre seguidoras perdidas y aumentadas, esta situación se da de manera constante a lo largo del año. Sin embargo, como el incremento de cuentas seguidoras **va siempre va al alza es imposible determinar si el causante es la campaña de la prueba.**

Con respecto al número de alcance, sólo podríamos hacer una comparativa con la campaña del año pasado (2015) en Facebook.





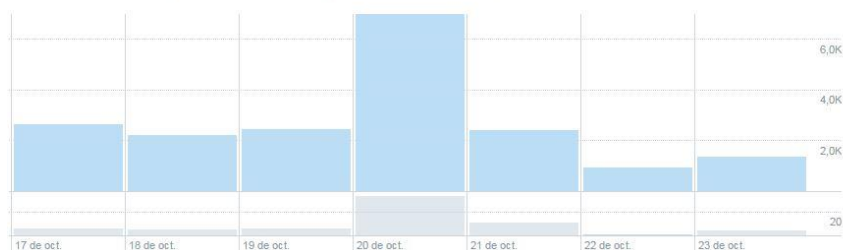
Si atendemos las gráficas, podemos determinar que el **alcance de este año ha sido duplicado al del año que le precede sin haber doblado el número de seguidores/as**. Mantenemos el alcance de no fans siendo el máximo en 2015 de 382 y en 2016 de 380. Ahora bien, la suma de personas alcanzadas sin ser fans de nuestra cuenta es mayor en la anterior campaña.

En Twitter sólo reflejaremos el número de impresiones comparadas con el año anterior:



Del 17 al 23 de octubre de 2016.

Sus Tweets consiguieron **16,9K impresiones** en este período de **7 días**



SUS TWEETS
Durante este período de 7, consiguió **2,4K impresiones** por día.

En estas gráficas detectamos claramente que **el número de veces que se enseñaron nuestros tuits es mucho mayor en este año (16.900 impresiones) aunque incluyamos un día menos en el registro, frente a las 14.100 del año que le precede**, a pesar de que en 2015 se hicieron más publicaciones que en 2016. Además, la media de impresiones por día se ha casi duplicado en 2016.

También recogemos los datos sobre el material multimedia que se ha utilizado en la Campaña donde ha habido mayor repercusión en el siguiente vídeo:



Servicio Multicanal de Información del VIH de Cruz Roja Española

Cruz Roja Española
Suscribirse 2.666

3.282 visualizaciones

+ Añadir a ➔ Compartir + Hootlet ... Más

👍 9 🗨️ 0

Curiosamente no es el vídeo que se montó para la Campaña, sino el del 2012 para dar difusión al propio Multicanal VIH. Quizá el haber finalizado el vídeo para la campaña de 2016 la misma semana que comenzábamos la campaña ha dificultado su difusión. Es por ello que, **sin preverlo hemos alcanzado el objetivo con material audiovisual que ya teníamos**.

Objetivo Específico

Objetivo Operativo

Indicadores

Fidelizar a nuestros y nuestras fans	Tráfico que genera	Visitantes únicos
		Nº de páginas vistas
		Nº de clics
		Nº resultante de "me gusta" y "no me gusta"
		Nº de publicaciones ocultas

Indicadores	Facebook	Twitter
Nº Visitas	422	867*
Nº Compartir/RT	33	450
Nº clics	205	144
Nº Nuevos fans netos	4	18*
Nº publicaciones ocultas	0	-

* Aclaración sobre el número de visitas en nuestra cuenta de twitter. Esta cifra es el promedio obtenido entre el número de visitas del mes de octubre por los días que lo componen. En cuanto al número de fans en la misma red social, entendemos que igualmente el dato que ofrece las analíticas hace ya la conversión de absolutos a netos.

Resumen de 28 días mostrando cambios respecto al periodo anterior



RESUMEN DE SEPTIEMBRE DE 2016

Tweets
148

Impresiones de Tweets
138 K

Visitas al perfil
3.028

Menciones
25

Nuevos seguidores
65

RESUMEN DE OCTUBRE DE 2016

Tweets
143

Impresiones de Tweets
69,4 K

Visitas al perfil
2.922

Menciones
158

Nuevos seguidores
54

La reflexión que nos hacen desde la Sala Digital es "Como puede observarse, los datos de impresiones, visitas al perfil y número de seguidores son menores en octubre respecto al mes de septiembre, a pesar de la publicación masiva que se ha hecho entre el 17 y el 24 de octubre. **Por lo que, desde el equipo de Redes Sociales y Servicios Digitales, nos reiteramos en la idea de que "más no es mejor".** "Esto se ve también en que la cuenta del Servicio Multicanal de VIH en Twitter ha ganado nuevos seguidores, pero también ha perdido algunos que ya poseía, presumiblemente por el volumen de publicaciones realizadas desde la cuenta que ha podido ocasionar cierta molestia."

Sin embargo, el número de tweets publicados en el mes de octubre es menor al del mes de septiembre. Quizás simplemente al no comparar los datos resultados del mes de octubre 2016 con los datos recogidos en 2015, el informe digital extrapola conclusiones que puede que no sean comparables, como ejemplo, **en octubre 2015 también hubo una disminución de las**

impresiones con respecto al mes de septiembre 2015 a pesar de que también se publicaran menos publicaciones en octubre 2015 con respecto a septiembre 2015 y a octubre 2016, repitiéndose el mismo patrón en 2015 en ausencia de la “súper actividad” de 2016.

Por otra parte, al valorar la pérdida de las cuentas seguidoras como consecuencia de una supuesta molestia, nos lleva a plantearnos que tendremos que contextualizar nuestras conclusiones así como incluir un análisis de nuestra audiencia, sopesando si la calidad de fans que tenemos es prioritaria a la cantidad.

Ante dicha conclusión de visitas, ganado o perdido, en el caso de nuestra web se ver reflejado:

Última actualización:

27 Nov 2016 - 23:55

Periodo mostrado:

Oct

2016

Aceptar

Cruz Roja Española

Volver a la página principal

Filtro : /vih/

Excluir Filtro : /vih/chat/controlador/

Aceptar

Páginas-URLs

Filtro /vih/ - Excluye Filtro /vih/chat/controlador/ : 4526 páginas diferentes

Total: 235964 páginas diferentes

	Accesos	Tamaño medio	Página de entrada	Salida	
/vih/chat/login.php	8488	4,64 KB	3125	2122	
/vih/donde-hacerse-prueba-VIH.html	8126	213.13 KB	6865	6800	
/vih/faqs.html	6557	1.07 KB	6090	6115	
/vih/	5469	1015 Bytes	1897	1442	
/vih/Prueba-deteccion-VIH.html	3330	465 Bytes	2738	2839	
/vih/chat/index.php	2767	7.28 KB	19	29	
/vih/Tramision-VIH-via-sexual.html	2676	369 Bytes	2223	2337	

En el caso del número de visitas a nuestra web a lo largo del mes de **octubre** en el apartado de “**dónde hacerte la prueba**” conseguimos **8.126 accesos**.

A diferencia de septiembre que obtuvimos 4.135 visitas. *Este número se ve afectado por problemas técnicos que tuvimos durante unos días que no se pudo contabilizar.

Última actualización:

27 Nov 2016 - 23:55

Periodo mostrado:

Sep

2016

Aceptar



Volver a la página principal

Filtro : /vih/

Excluir Filtro : /vih/chat/controlador/

Aceptar

Páginas-URLs

Filtro /vih/ - Excluye Filtro /vih/chat/controlador/ : 2693 páginas diferentes Total: 105340 páginas diferentes	Accesos	Tamaño medio	Página de entrada	Salida	
/vih/chat/login.php	4725	4.39 KB	1601	1120	
/vih/donde-hacerse-prueba-VIH.html	4135	207.56 KB	3553	3535	
/vih/faqs.html	3237	599 Bytes	3030	3041	
/vih/	1990	527 Bytes	705	473	

Ello sumado al incremento de visitas en nuestro apartado faq (preguntas frecuentes) suponemos que la Campaña de la PruebaVIH ha sido uno de los motivos de haber duplicado en número de acceso a nuestro site.

Objetivo Específico	Objetivo Operativo	Indicadores
Medir la influencia que ejerce el Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS	Sensación o percepción del valor del Servicio Multicanal	Nº comentarios (+/-) Nº menciones Nº porcentual de participación



649
mentions



4
mentions



1
mentions

INDICADOR	FACEBOOK	TWITTER
Nº comentarios (+/-)	3*	-
Nº menciones	12	39*
Nº porcentual de participación/interacción	11%*	2,3%

Este 11%, de facebook, no es del todo realista, ya que al hacer el promedio de todas las publicaciones y dos de ellas eran segmentadas, sube el número porcentual. Los comentarios son todos consultas sin hacer alusión a la opinión que pueda generar el post en sí. El número de menciones en Twitter viene determinado por la media conseguida en el mes de octubre.

Si atendemos a los resultados que nos ofrecen desde la Sala Digital, contabilizamos **654 menciones en distintos entornos online.**

Objetivo Específico	Objetivo Operativo	Indicadores
Relevancia del Servicio Multicanal de Información y Prevención de VIH y otras ITS	- Compromiso a partir de la interacción - Tasa de conversión	Nº de compartir Nº de reacciones (me gusta, me divierte, etc.) Nº de comentarios incrustados Nº de mensajes (consultas atendidas) Nº de mensajes directos-DM (consultas atendidas) Nº de clics Nº porcentual de participación Nº de tasa de interacción Nº de participantes en encuestas

INDICADORES	FACEBOOK	TWITTER
Nº compartir	33	450
Nº reacciones	97	567
Nº comentarios incrustados	3 consultas	-
Nº clics	205	56
Nº porcentual de participación/interacción	11%	2,3%
Nº participantes encuestas	7	8

Si atendemos al **número de clics**, obtenemos en ambas redes un número total de **261**. Consideramos que es muy positivo este dato por el hecho que **todo el material de la Campaña era de elaboración propia**: nuestra web, material multimedia, coordinación entre la Red Territorial de Cruz Roja, etc.

Por influencia:



Información VIH Sida
 @infovihcruzroja
 Servicio Multicanal #VIH y #sida de @CruzRojaEsp y @sanidadgob Telf: 900111000 Chat http://t.co/CGinGIAS
 412 following • 2.5K followers • 65 listed

282 Retweeted
 118 Mentioned
 1 Replied



Cruz Roja Española @cruzrojaesp
 Organización humanitaria presente en más de 189 países con la participación de 100 millones de
 338 following • 87K followers • 1.3K listed

98 Retweeted
 19 Mentioned



Cruz Roja Española
 Página Oficial de Cruz Roja Española. Cada vez más cerca de las personas.
 236.3K fans • 2.2K check-ins

84 Liked



Servicio Multicanal De Información Y Prevención Del Vih 900 111 000
 Página Oficial del Servicio Multicanal de Información y Prevención del VIH de Cruz Roja
 4.3K fans

51 Liked



Cruz Roja Jaén @crejaen
 Cuenta oficial de Cruz Roja Española en #Jaén. Cada vez más cerca de las personas.
 264 following • 2.1K followers • 50 listed

31 Retweeted
 1 Mentioned

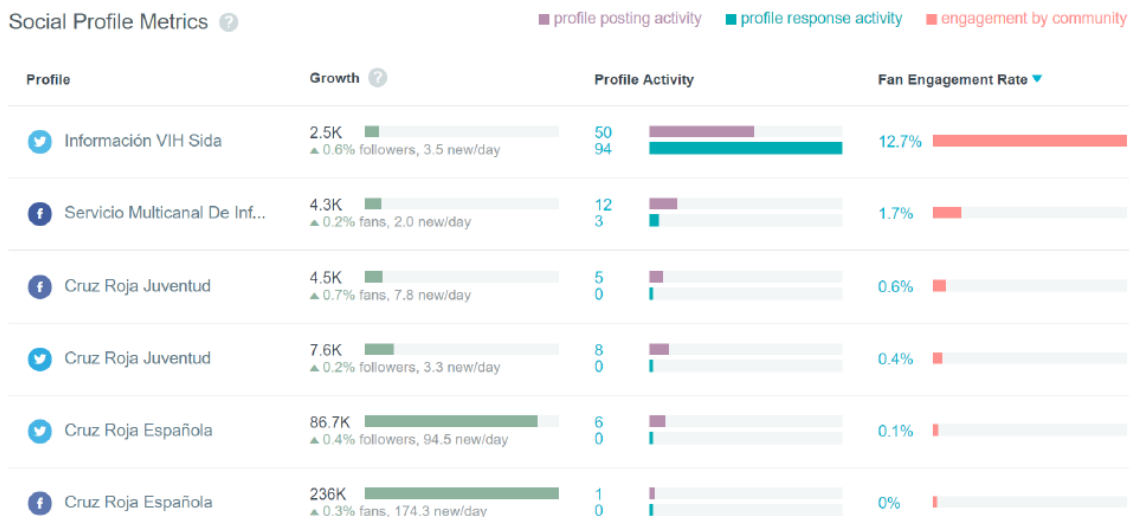


Cruz Roja Juventud @cre_juventud
 Spanish Red Cross Youth. Sección juvenil de @CruzRojaEsp formada por jóvenes que a través de la educación
 561 following • 7.6K followers • 152 listed

27 Retweeted
 1 Mentioned

El apoyo de la Red Territorial así como las cuentas de Oficina Central (CRE y MulticanalVIH) han dado el apoyo que habíamos proyectado.

Y, por ultimo, por ratio de seguidores:

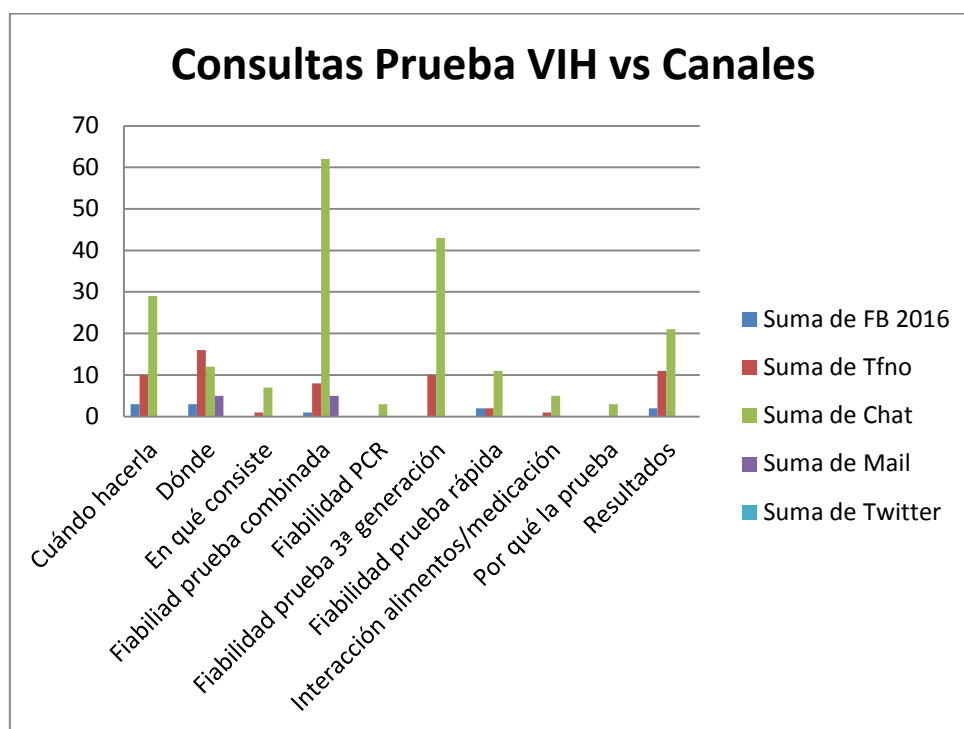


Las cuentas del Multicanal VIH han sido las que más han visibilizado la Campaña en función de número de fans que tienen.

Consultas atendidas referidas a la prueba en todos nuestros canales de comunicación:

MOTIVO	FB 2015	FB 2016	Tfno	Chat	Mail	Twitter	
Cuándo hacerla	8	3	10	29	0	0	
Resultados	12	2	11	21	0	0	
Dónde	3	3	16	12	5	0	
En qué consiste		0	1	7	0	0	
Interacción alimentos/medicación	2	0	1	5	0	0	
Fiabilidad PCR	0	0	0	3	0	0	
Fiabilidad prueba rápida	4	2	2	11	0	0	
Fiabilidad prueba combinada	13	1	8	62	5	0	
Fiabilidad prueba 3ª generación	23	0	10	43	0	0	
Por qué la prueba	0	0	0	3	0	0	Total 2016
Total	65	11	59	196	10	0	276

Es el primer año que recogemos esta información en todos los canales de consulta, por lo que servirá para compararlo para el siguiente año.



También les pedimos a las Oficinas Territoriales que nos reportase la siguiente información:

Provincia/Localidad	Media del nº de pruebas realizadas por semana durante el mes de septiembre de 2016	Nº de pruebas realizadas durante la semana del 17 al 23 de octubre
Cádiz	4	0
Córdoba	2	5
Granada	8	6
Huelva	5	19
Zaragoza	10	9
Tarragona	1	0
Ceuta*	128	54
TOTAL	*158	93

En el caso de Ceuta, está contemplado los distintos recursos donde realizan la prueba, no sólo el de Cruz Roja, así como el dato de 128 hace alusión al mes de septiembre. Si hacemos la media de septiembre obtenemos un número inferior (32 pruebas) al de la semana de la Campaña.

13 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE MEJORA

En primer lugar, debemos señalar el carácter pionero de esta campaña en cuanto a la coordinación inter-departamentos, la elaboración de este documento técnico, así como su exhaustiva evaluación, destacando así mismo la alta implicación de sus agentes, la elaboración de gran cantidad de material propio, así como la respuesta de la Red Territorial de Cruz Roja.

Como ejemplo del potencial digital en comunicación de la Cruz Roja, destacaremos que no se observó ninguna otra entidad en España haciendo una campaña digital en Twitter por el 20 de octubre sobre el Día Mundial de la Prueba Rápida, y sin embargo, a mitad de la mañana del día 20, diferentes entidades coordinadoras estatales de la respuesta al VIH se sumaron al hashtag elegido desde la cuenta del Servicio Multicanal #DíaMundialPruebaVIH, generándose un diálogo digital al que se sumaron cuentas individuales así como de entidades públicas de salud. Se propone como mejora asumir este liderazgo y desarrollarlo en futuras campañas estatales.

Por otra parte, recogiendo algunas conclusiones aportamos propuestas concretas de mejora que pensamos que ayudarán en las futuras convocatorias de campañas.

CONCLUSIONES	PROPUESTAS DE MEJORA
La primera reflexión que debemos tener en cuenta es este propio documento. Consideramos que es demasiado ambicioso y que por ello pierde conexión entre sí.	Así que es importante distinguir el Proyecto Marco como documento técnico de <i>per se</i> del de Estrategia de Redes Sociales.
Excesivas reuniones y orden inoportuno de las mismas. Pensamos que ha sido por inexperiencia en coordinación con tantos agentes/departamentos implicados y no valorar otros canales digitales de comunicación.	1. Reunión inicio donde concretar planteamiento y enfoque (Responsable del Servicio y del Plan de Difusión) 2. Reunión elaboración de estrategia personas Responsables de las cuentas de RRSS en MulticanalVIH, Supervisora y Responsable del Servicio. 3. Reunión de presentación donde exponer la Campaña propuesta por el Equipo MulticanalVIH y perfilar con los departamentos de Redes Sociales, Comunicación y CRJ. 4. Reunión para devolver las recomendaciones e ideas al Equipo Multicanal de VIH y elaborar documento final.
Observamos que utilizar el mail como único medio de comunicación y coordinación no ha dado los resultados esperados.	Crear un grupo de trabajo en Office 365 con los/as referentes del Programa de VIH tanto de las Oficinas Territoriales así como de CRJ.

Por lo que se observa, la difusión ha quedado prácticamente en su totalidad en el entorno de Cruz Roja sin que haya existido un alto nivel de interacción por parte de otras cuentas usuarias, lo cual es normal si no hemos implicado en la campaña a otras entidades.	Los buenos resultados obtenidos nos indican que tenemos la capacidad de liderar campañas sin ser eclipsadas por otras fechas u organizaciones. Debemos ser conscientes del potencial que hemos adquirido. Si lo sumamos a una estrategia de coordinación con otras entidades, por ejemplo las incluidas en el Grupo de Trabajo del Plan Nacional sobre Sida del Ministerio de sanidad, podríamos desarrollar una campaña nacional extraordinaria.
El número de pruebas realizadas en el periodo de la campaña no responde a un dato fehaciente de que haya estado influenciado por la misma.	Es probable que solicitemos esta información para siguientes campañas, aunque vemos complicado que con el volumen de trabajo que tienen en Oficinas Territoriales puedan recabar esta información. Configuraremos documento base y simplificado.
Las visitas al apartado web “dónde hacerte la prueba” se duplican en el mes de octubre respecto al de septiembre.	Consideramos que este dato es muy importante para nuestro Servicio, puesto que somos la única entidad con un directorio tan completo y actualizado.
El vídeo más visto no ha sido el diseñado para la prueba. Es cierto que esto fue iniciativa de las cuentas de la Red Territorial	Aunque consideramos que no es negativo por el hecho de que el material realizado es reutilizable en el transcurso de los años y el contenido que más se ha visibilizado es el de promoción del Multicanal de VIH, pensamos que si se hubiera elaborado el vídeo con mayor antelación se hubiera podido dar una mayor difusión.
Algunas herramientas digitales como Facebook o Twitter han abierto canales de comunicación y coordinación digital más rápidos y directos que no se han aprovechado en esta campaña.	Se propone crear grupos de trabajo cerrados en Facebook y Twitter para agilizar la campaña y compartir los contenidos, de modo que se refuerce el sentimiento de pertenencia a la Cruz Roja y se rentabilicen los esfuerzos.
Se ha puesto de manifiesto la necesidad de realizar un estudio de nuestra audiencia (cantidad y potencialidad de influencia) así como de la “competencia” para aumentar la interacción de nuestros canales digitales	
Todo este trabajo realizado está consolidando los cimientos de calidad del Servicio así como las estrategias de prevención. Sin embargo, no podemos hacer una valoración cualitativa de los objetivos alcanzados al faltarnos estándares de comparación para conocer si alcanzamos o no nuestros objetivos y en qué medida lo hacen.	Pensamos tras la lectura de este documento puede ser un buen momento para seguir dando pasos e incluir en futuras campañas estándares valientes que hagan medibles el logro o no de los objetivos propuestos así como en qué medida lo hacen.

Anexo VI

IMPACTO DE LA CAMPAÑA DEL 1º DE DICIEMBRE



El 1 de Diciembre, Día Mundial de la Respuesta ante el VIH y el sida, figura en el calendario de Cruz Roja como una cita ineludible en la que compartir nuestras inquietudes y expectativas con el resto de población que, día a día, se halla inmersa en una realidad diversa y cambiante de la que somos protagonistas.

Por ello, Cruz Roja y Cruz Roja Juventud ponen en marcha una vez más esta Campaña de Sensibilización, llamada a ser una acción complementaria al resto que se realizan en el marco de la Promoción de la Salud llevada a cabo desde la Institución.

2. Objetivos de la Campaña

2.1. Objetivo General

Minimizado el impacto del VIH y/o sida entre la población a través de la promoción de conductas y actitudes saludables a través del voluntariado como principal agente promotor de salud.

2.2. Objetivo Específico

Sensibilizada la población en materia de prevención y reducción de las conductas de riesgo asociadas a la infección por VIH, así como sobre actitudes y/o comportamientos relacionados con el estigma y la discriminación hacia las personas que viven con VIH y/o sida.

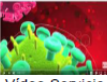
2.3. Objetivos Operativos

- Proporcionada información básica sobre la transmisión y la prevención de la infección por VIH.
- Fomentadas actitudes dirigidas a evitar conductas de riesgo, previniendo la infección.
- Promovida la realización de la prueba de detección del VIH como herramienta fundamental para la detección de la infección y prevención de su transmisión.
- Promovidas actitudes de no discriminación y/o rechazo hacia las personas con VIH y sida.
- Promovidos los derechos fundamentales de las personas que viven con VIH y sida y sensibilizada la población sobre la violación de los mismos.
- Establecido un sistema de gestión y coordinación que nos permite realizar el seguimiento y evaluación del programa, teniendo en cuenta al voluntariado como agente y los recursos que son necesarios.

A continuación se especifican los resultados esperados así como los indicadores y los instrumentos de recogida de información a emplear, de cara valorar el grado de consecución de los objetivos.

Objetivos Operativos	Actividades	Indicadores
- Proporcionada información básica sobre la transmisión y la prevención de la infección por VIH. - Fomentadas actitudes dirigidas a evitar conductas de riesgo, previniendo la infección. - Promovida la realización de la prueba de detección del VIH como herramienta fundamental para la detección de la infección y prevención de su transmisión. - Promovidas actitudes de no discriminación y/o rechazo hacia las personas con VIH y sida. - Promovidos los derechos fundamentales de las personas que viven con VIH y sida y sensibilizada la población sobre la violación de los mismos.	1. Acciones de información y sensibilización a través de plataformas digitales (web, redes sociales, etc.).	Nº de plataformas digitales
		Nº de acciones de información y sensibilización en plataformas digitales
		Nº de visionados (Nº impresiones en Twitter, nº de alcance en Facebook, etc.)
	2. Dinamización de actividades en centros/espacios transitados por población diana.	Nº de seguidores/as de las cuentas oficiales desde las que se difunde los mensajes la campaña (sumatorio de las diferentes cuentas)
		Nº TOTAL de actividades de información y sensibilización con población diana de la campaña
		Nº de actividades de información y sensibilización con población diana dinamizadas por Cruz Roja Juventud
		Nº de actividades de información y sensibilización con población diana dinamizadas por Dto. Salud y Socorros/Programa de VIH
Establecido un sistema de gestión y coordinación que nos permite realizar el seguimiento y evaluación del programa, teniendo en cuenta al voluntariado como agente y los recursos que son necesarios.	3. Gestión de la planificación, ejecución y evaluación de la Campaña.	Nº TOTAL de participantes en las actividades de información y sensibilización de la Campaña (hombres y mujeres)
		Nº de materiales distribuidos entre las y los participantes en las actividades
		Nº de localidades donde se desarrolla la campaña
		Nº de reuniones de coordinación internas para la planificación y organización de la Campaña
		Nº de reuniones de coordinación externas con otras entidades/asociaciones
		Nº de voluntarios/as participantes en la campaña (hombres y mujeres)

En este sentido se consensó un documento de publicaciones para su posterior ejecución en las cuentas de redes sociales que tenemos habilitadas.

DÍAS	TWITTER			FACEBOOK		
	Imagen	Mensaje	Enlace	Imagen	Mensaje	Enlace
Lunes 28 de noviembre	 Imagen 1	#Tendencia 1D (Pendiente) se estima que 4/1.000 personas viven con el VIH en España. Por #PrevenciónVIH , ¡Infórmate y cuídate!	http://bit.ly/1pBW4DP		Actualmente la tasa global de nuevos diagnósticos de VIH en España es similar a la de otros países de la Región Europea, aunque sigue siendo superior a la media. Casi el 50% de los diagnósticos en 2014 fueron tardíos. Es esencial que toda la población sea consciente de que cualquier persona que realice prácticas de riesgo es vulnerable al VIH. La #PrevenciónVIH sigue siendo la mejor protección. No te olvides, #Tendencia 1D (Pendiente)	http://bit.ly/1pBW4DP
	 Video Servicio Multicanal	¿Sabes que el 30% de las personas con VIH no lo saben? ¡No te relajés! #PrevenciónVIH #Tendencia 1D (Pendiente)	http://bit.ly/2ckxUu			
	 Imagen 2	#Tendencia 1D (Pendiente) , casi el 80% de nuevas infecciones VIH son por no usar el preservativo. La #PrevenciónVIH es la clave	No hay enlace			

DÍAS	TWITTER			FACEBOOK		
	Imagen	Mensaje	Enlace	Imagen	Mensaje	Enlace
Martes, 29 de noviembre	 Imagen 3	El VIH no se transmite en la vida cotidiana #PrevenciónVIH #Tendencia 1 (Pendiente)	http://bit.ly/1AR2bpd		Si tienes dudas sobre #PrevenciónVIH , contacta con nuestro Servicio: Chat: http://www.cruzroja.es/vih/chat/ Mail: informacionvih@cruzroja.es Twitter: @InfoVIHCruzRoja #Tendencia 1D (Pendiente)	http://bit.ly/1AAcl8j
	 Video Prueba VIH	¿Prueba VIH? es sencillo, para la #PrevenciónVIH +info en http://bit.ly/2gqblBj #Tendencia 1D (Pendiente)	Enlace ya integrado en el mensaje			
	 Imagen 4	¡Mujer, para conseguir la #Prevención VIH ejerce tus derechos sexuales y reproductivos! #Tendencia 1D (Pendiente)	No hay enlace			

DÍAS	TWITTER			FACEBOOK		
	Imagen	Mensaje	Enlace	Imagen	Mensaje	Enlace
Miércoles, 30 de noviembre	Nuevo Video 1D	#Tendencia 1D (Pendiente) No te relajes, un descuido puede romper tu armonía. Consúltanos #PrevenciónVIH	Enlace al video que para esta fecha aparecerá en Canal TV www.cruzroja.tv/	Nuevo Video 1D	Mañana, 1 de diciembre, es el Día Mundial de la respuesta ante el VIH y el Sida. No te relajes, un descuido puede romper tu armonía. Consúltanos #PrevenciónVIH #Tendencia 1D (Pendiente)	Enlace al video que para esta fecha aparecerá en Canal TV www.cruzroja.tv/
	 Imagen 5	Compartir un espacio de trabajo con una persona con el VIH no es una vía de transmisión del virus #PrevenciónVIH #YoTrabajoPositivo	http://yotrabajopositivo.org/			
	 Imagen 6	No cuesta nada hacerse la prueba, es anónima y gratuita, si dudas infórmate en @InfoVIHCruzRoja #PrevenciónVIH #Tendencia 1D (Pendiente)	http://bit.ly/1oYvR2			

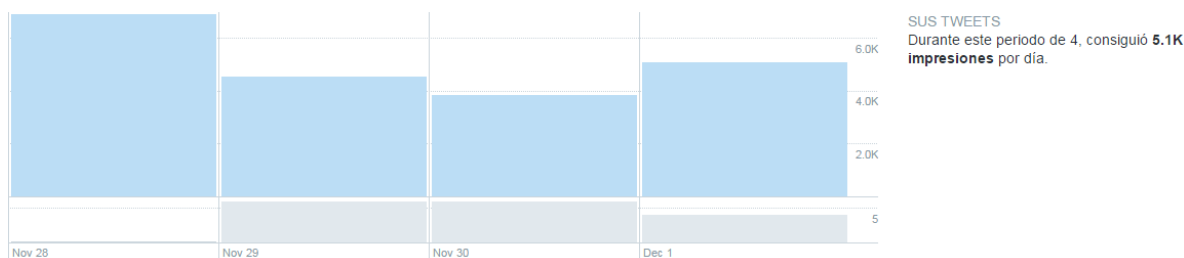
A partir de ahí, éste es el reporte que nos ofrecen las métricas:

Facebook (<http://www.facebook.com/InformacionVIH>)

Fecha	Publicación	Alcance	Impresiones	Compartido	Usuarios interactúan. Clics en cualquier parte publi	Me gusta, Me encanta...	%Participación	Comentarios
28/11/2016	Cambio de portada	6.641	9.208	39	172	76	3%	2
28/11/2016	Datos Epidemiológicos	1.122	2.148	3	25	7	2%	0
29/11/2016	Promoción MulticanalVIH_CR	955	1.746	1	10	5	1%	0
30/11/2016	Lanzamiento de materiales de la Campaña	741	1.271	9	35	24	5%	0
01/12/2016	Campaña con enlace CRJ	945	1.627	5	38	25	4%	0
Total		10.404	16.000	57	280	137	3%	2

Twitter (<http://www.twitter.com/InfoVIHCruzRoja>)

Sus Tweets consiguieron **20.5K impresiones** en este período de **4 días**



Me gusta

111



Dec 1
42 me gusta

En promedio, consiguió **28 me gusta** por día

Respuestas

1



Dec 1
0 respuestas

En promedio, consiguió **0 respuestas** por día

Interacciones

Mostrar 4 días con frecuencia diaria

Tasa de interacción

2.7%



Dec 1
3.0% tasa de interacción

Clics en el enlace

125



Dec 1
22 clics en el enlace

En promedio, consiguió **31 clics en el enlace** por día

Retweets

97

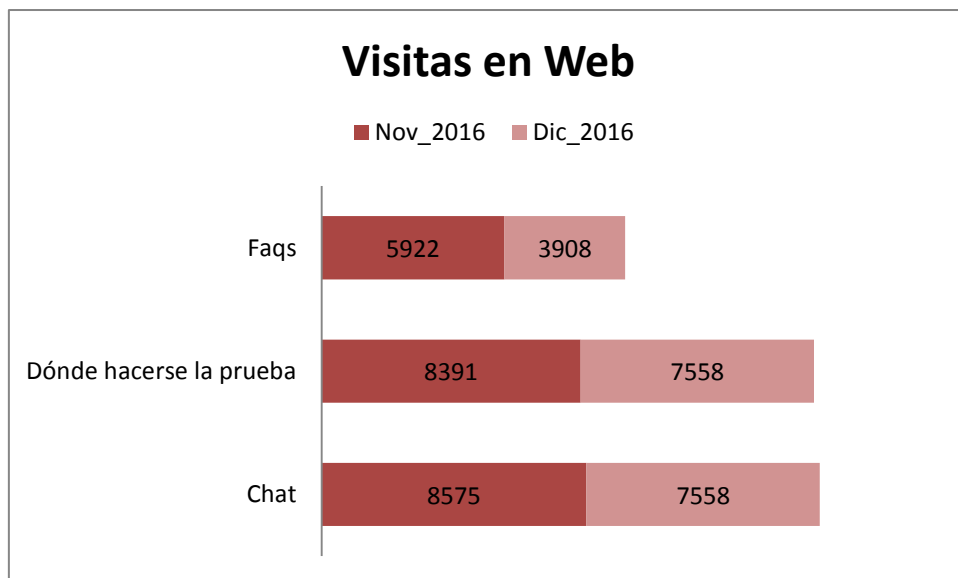


Dec 1
32 Retweets

En promedio, consiguió **24 Retweets** por día

Además queremos incluir algunos datos más que complementan a la evaluación de esta campaña.

Web VIH de Cruz Roja (<http://www.cruzroja.es/vih/>)



Estos datos contemplan todo noviembre y del 1 al 19 de diciembre.

Presencia en los medios de comunicación tradicionales

Medios

	Noticias	Audiencia
1 Internet	309	41 722 300
2 Prensa	59	2 305 000
3 Radio	2	66 000
4 Televisión	1	71 000
Total	371	44 164 300

Medio	Noticias	Audiencia
El País	8	12*10 ⁶
El Economista	17	6*10 ⁶
MSN España	2	5*10 ⁶
ABC	8	4*10 ⁶
El Mundo	2	3*10 ⁶
20 Minutos	8	2,5*10 ⁶
La Vanguardia	4	2*10 ⁶
La Información	24	1*10 ⁶
Cadena Ser	10	1*10 ⁶
Huelva Información	2	100*10 ³
Málaga de Hoy	1	18*10 ³
Diario Sevilla	1	80*10 ³
Resto	284	6*10 ⁶

Conclusiones

.- Estamos presente tanto en medios online como offline de manera muy relevante mostrándonos como una organización cercana y profesional que da respuesta al VIH y el sida.

.- Al ser un día conmemorativo la interacción y participación en redes sociales aumentan. Este hecho beneficia a la difusión de la información sobre el VIH así como los recursos que tiene Cruz Roja para ayudar a la erradicación de esta infección crónica.

.- La fuerza y coordinación que genera la Red Territorial favorece mucho en la unificación de mensajes de prevención y sensibilización llegando a todos los rincones.

.- La cooperación entre distintos departamentos dentro de la Oficina Central multiplica exponencialmente el trabajo que realiza la Cruz Roja en materia de salud.