

(DECIMA NOVENA ACTA ORDINARIA 2019 -VERSIÓN PÚBLICA)

DECIMA NOVENA SESIÓN ORDINARIA DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CONSEJO NACIONAL DE LA NIÑEZ Y DE LA ADOLESCENCIA (CONNA). En la sala de sesiones del Consejo Nacional de la Niñez y de la Adolescencia, San Salvador, a las ocho horas del día veinticuatro de octubre de dos mil diecinueve. Presentes: la Procuradora General de la República y Presidenta de este Consejo Directivo, licenciada Miriam Gerardine Aldana Revelo; la licenciada Maritza Haydée Calderón de Ríos, Viceministra de Trabajo; el doctor Carlos Gabriel Alvarenga Cardoza, Viceministro de Salud; el Ingeniero Rogelio Eduardo Rivas, Ministro de Justicia y Seguridad Pública; licenciado Oscar Anaya, Viceministro de Hacienda; licenciado Ricardo Cardona, Viceministro de Educación; la licenciada Celina Rodríguez Rosales, representante propietaria de la sociedad civil por parte de Plan Internacional Inc.; el licenciado Francisco Carranza, representante propietario de la sociedad civil por parte de la Fundación Silencio; el ingeniero José Luis Sanabria, representante suplente de la sociedad civil por parte de Fundación de Apoyo Familiar, FUNDAFAM, quien la presente sesión suplirá a la licenciada Alicia Ávila; el licenciado José Francisco Lira Alvarado, Representante Suplente por parte de la Asociación de Municipios Micro Región el Bálsamo y la licenciada Zaira Lis Navas Umaña, en su calidad de Secretaria Ejecutiva del Consejo Directivo. **PUNTO UNO:** Revisión y establecimiento de quórum. Se instaló la Décima novena Sesión Ordinaria del Consejo Directivo del Consejo Nacional de la Niñez y de la Adolescencia CONNA, correspondiente al año dos mil diecinueve, con nueve miembros propietarios y un suplente presente. **PUNTO DOS:** Revisión y aprobación de agenda. La presidenta sometió a aprobación la agenda siguiente: 1. Revisión y establecimiento de quórum. 2. Revisión y aprobación de agenda. 3. Firma de acta. 4. Seguimiento de acuerdos. 5. Informe sobre ejecución de contrato de licitación LP 02/2019, denominadas “Contratación de Servicios de Publicidad para el Diseño, Producción e Implementación de la Campaña de Sensibilización Sobre el Derecho de las Niñas, Niños y Adolescentes a Recibir Educación para la Sexualidad”. 6. Reunión con representante de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia, sobre campaña de promoción y difusión de derechos. 7. Definición de mecanismo para la Rendición de Cuentas. 8. Presentación de la Alianza para poner fin a la violencia. 9. Presentación de resultados de Auditoría Financiera del Consejo Nacional de la Niñez y de la Adolescencia realizados por la Corte de Cuentas de la República, del periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2017 y carta de Gerencia. 10. Varios. 11. Cierre de sesión. Una vez conocida la agenda, la licenciada Calderón solicitó incorporar unos puntos varios, referido al cumplimiento de objetivos del CONNA, la agenda fue aprobada por unanimidad. **PUNTO TRES:** Firma de acta. **PUNTO CUATRO:** Seguimiento de acuerdos. La licenciada Navas informa que de la Sesión Extraordinaria III: fecha 17 de octubre de 2019. El acuerdo No. 1 de: **Remitir** nota a la señora Secretaria de Comunicaciones informando que, en virtud de las obligaciones contractuales adquiridas con la empresa LEMUSIMUN PUBLICIDAD, S.A. de C.V., el pasado 20 de mayo de 2019, no será factible suspender la pauta publicitaria de la campaña “**La Protección Comienza en el hogar...con educación integral de la sexualidad**”; la cual será suscrita por la señora presidenta del Consejo Directivo del CONNA. Por otra parte, en dicha nota se adjuntará el plan de medios y piezas graficas de la referida campaña. Ha sido cumplido y el referido a: **Instruir** a la Directora Ejecutiva del CONNA, para que en la próxima sesión de Consejo presente informe sobre la ejecución de la Licitación Pública LP02/2019, denominada “Contratación de Servicios de Publicidad para el Diseño, Producción e Implementación de la Campaña de Sensibilización Sobre el Derecho de las Niñas, Niños y Adolescentes a Recibir Educación para la Sexualidad”; dicho informe debe incorporar: cronograma de ejecución, plan de medios, distribución de material y costo de la campaña; asimismo, una breve explicación sobre cuáles fueron los parámetros para determinar la priorización del tema de la campaña. Sera presentado en esta sesión. El segundo acuerdo de: **Remitir** nota a la Oficial de Información de Presidencia de la República comunicando que, en virtud de que los miembros de la sociedad civil, Procuraduría General de la República y COMURES no han finalizado su período de gestión como miembros del Consejo Directivo, se buscarán opciones alternativas para realizar una Rendición de Cuentas; por lo anterior, con el objeto de establecer la alternativa coherente con los lineamientos del Órgano ejecutivo, este Consejo le invitará a participar en la próxima sesión. Dicha nota será suscrita por la señora Presidenta del Consejo Directivo del CONNA. Se ha cumplido. La licenciada Calderón,

consultó si estará presente la Oficial de Información; la licenciada Navas indicó que no será posible, pero remitió una nota que les será entregada; para el caso de la Secretaría de Comunicaciones ella se excusó a venir, pero envió una nota y una representación para esta sesión.

PUNTO CINCO: Informe sobre ejecución de contrato de licitación LP 02/2019, denominadas “Contratación de Servicios de Publicidad para el Diseño, Producción e Implementación de la Campaña de Sensibilización Sobre el Derecho de las Niñas, Niños y Adolescentes a Recibir Educación para la Sexualidad”. Presentado por la licenciada Miriam Abarca, Jefa de Comunicaciones; quien indicó que la descripción del servicio contratado refiere a diseñar, producir e implementar una campaña de sensibilización sobre el derecho de las niñas, niños y adolescentes a recibir educación integral para la sexualidad, para ello debe desarrollar pautas dirigidas a padres, madres de familia y personas cercanas a niñas, niños y adolescentes sobre situaciones de la vida cotidiana en ambientes que identifiquen al público meta. El contrato fue suscrito el 20 de mayo del presente año por la presidenta del Consejo Directivo; el objetivo es Sensibilizar a la población sobre el respeto y protección de la integridad sexual de las niñas niños y adolescentes; así como del derecho que tienen a recibir educación integral para la sexualidad. La población meta es la Población adulta, especialmente padres y madres de familia, educadores y personas responsables del cuidado de niñas y adolescentes mujeres. Y destaco que dicho tema fue justificado en razón de los datos registrados sobre delitos sexuales contra niñas, niños y adolescentes durante el año 2018, en tal sentido presento las estadísticas de casos de violación, estupro, acoso sexual y otras agresiones sexuales; así como el registro de casos de otras instituciones, la identificación de los lugares de agresión y los casos recibidos en las juntas de protección en lo referido a delitos contra la integridad sexual. Asimismo, presentó el cronograma de actividades indicando que: en fecha 30 de mayo se realizó la reunión con la agencia de publicidad para iniciar el diseño de la campaña; entre junio y julio se elaboró el diseño, producción y post producción de 2 spots y 2 cuñas (1 de 35” y 1 de 45”); elaboración de guiones, selección de modelos, voces, locaciones y diseño de imagen de campaña (colores, tipografías, composición; del 1 al 22 de julio se hizo la Revisión de plan de medios propuesto por la agencia; el 30 de julio se aprobaron los spots, cuñas, piezas gráficas, propuesta de diseño para material de difusión y plan de medios; entre agosto y septiembre se hizo la Producción de material de material de difusión y está pendiente la recepción de pulseras y portalápices: En proceso de ejecución; del 16 de septiembre al 3 de octubre se organizó el evento de presentación pública de la campaña; el 14 de octubre se hizo la Presentación pública de campaña e inicio de pauta en TV, radio y redes sociales; el 17 de octubre se inició de pauta en rutas de buses contratadas; a partir del 1 de octubre se realizara la gira de medios en principales espacios de entrevista de medios contratados, y esto se encuentra en proceso así como la distribución de material promocional a instituciones y entidades integrantes del Sistema de Protección, está pendiente la recepción de pulseras y portalápices; del 14 de octubre al 31 de diciembre se hará el monitoreo de pauta en los medios contratados y el 31 de diciembre se hará la finalización de la misma. Seguidamente, detalló la ejecución del presupuesto con el que se cuenta y el valor unitario de cada uno de los requerimientos de la campaña. En el informe destacó la cantidad invertida en cada medio publicitario y la cantidad de espacio comprado para difundir la campaña. Como resumen de la ejecución presupuestaria indicó que el total de medios y producción ha generado una inversión de \$ 146,699.44 dólares de los Estados Unidos de América. La primera factura de la agencia se recibirá el 31 de octubre 2019 y la segunda y última factura se recibirá en diciembre 2019. En cuanto a la estrategia de medios explicó los espacios contratados en cada espacio de radio, televisión, redes sociales, traseras de buses, entrevistas, menciones entre otros. El reporte de pauta ejecutada en televisión abierta y cable es de 219 impactos transmitidos y en radio 888; se tienen 16 traseras de buses de diferentes rutas a nivel nacional y 16 rótulos interiores, aclarando que se han recibido bonificaciones de capsulas de información. En cuanto a la presentación pública señaló que la misma se hizo en el mes de octubre de 2019, en el marco de las actividades del mes dedicado a la niñez y adolescencia. Asistieron representantes de instituciones y Entidades del Sistema Nacional de Protección; posteriormente, presentó las piezas graficas elaboradas como afiches, brochures, abanicos, reglas, roll up, traseras de buses, spots de campaña. Finalizada la presentación, quedó abierto al pleno para observaciones. Intervino la licenciada Aldana indicando como antecedente a este presentación que en la sesión previa se recibió una nota indicado la necesidad de suspender esta pauta y se solicitó que se presentara este informe; asimismo, se conoció como se había efectuado la contratación y el motivo por el cual se

estaba ejecutando en este momento además, se informó a Casa Presidencial que este Consejo Directivo comparte la necesidad de armonizar las campañas de este Consejo y la del Órgano Ejecutivo y se invitó a Secretaría de comunicaciones a esta sesión para presentarle la información al respecto. Indicó que el motivo de esta presentación es conocer el tiempo de ejecución, piezas contratadas y materiales recibidos a la fecha. La licenciada Calderón, consultó respecto a la persona encargada de dar cumplimiento al contrato y consultó sobre la entrega de las reglas y abanicos que se darán y la cancelación y montos a pagar al contratista. A ello, la licenciada Abarca indicó que es la administradora del contrato, previamente eran dos, pero la segunda renunció a la institución; informó que la segunda factura se pagará el 31 de octubre y el contrato ya señala los montos a cancelar, siendo la primera por una cantidad de ochenta y ocho mil veinte dólares y la segunda de cincuenta y ocho mil seiscientos ochenta dólares de los Estados Unidos de América. Se aclaró que ninguno de los promocionales se ha distribuido aun en razón de estar en la preparación de notas de entregas y paquetes que serán distribuidos a las instituciones y entidades. Por su parte la licenciada Aldana, consultó si se cuenta con un cronograma de actividades para la entrega del material y se le informó que la entrega se hace en las oficinas de los Ministerios, instituciones representadas en este Consejo y demás instituciones parte del Sistema Nacional de Protección. La licenciada Calderón, agregó que para comprar estos artículos hay que analizar diversos factores con relación a su entrega, por ejemplo al comprar un abanico este debe distribuirse en una época de calor para ser utilizado y que la gente lo pueda ver, dado que él además de ser usado también se conozca la publicidad y así sucesivamente con los demás artículos comprados, es por ello que quiere saber si estos promocionales alcanzaran el objetivo trazado y no solo entregar los promocionales a las instituciones. Advierte que se estará dando publicidad para el próximo año porque ahorita está por terminar el año escolar y no se entregaran reglas, hay que ver las cosas que son útiles en este momento para ver si se cumple con el objetivo de hacer campaña dado la gran cantidad de dinero que se invierte en estas cosas y agregó, que ha observado que la publicidad generalmente se toma por cortesía y luego se estruja y se tira. Hay que lograr la atención directa a las personas, no se puede hacer campaña desde el escritorio sino en el territorio, para que los fondos que son limitados no se despilfarren. La licenciada Navas, destacó que la licenciada Calderón tiene razón al respecto y manifestó que el material que se distribuye en las escuelas son los afiches pero lo que tiene que ver con brochures, abanicos, reglas y pulseras se dan en los festivales o campañas territoriales que desarrollan los equipos de promoción y el departamento de difusión de derechos; hay un plan sobre las actividades de promoción que se desarrollan y cada vez que un gabinete departamental hace una feria de derechos o los comités hacen actividades es ahí donde se distribuyen estos materiales. El material sirve para todo el período de difusión de la campaña en el territorio, y no se incluyó en el informe, pero con gusto les serán enviadas. La licenciada Aldana indicó que la campaña publicitaria en televisión se hace en tres meses, pero los materiales y demás publicidad se continúa haciendo durante todo el año y es a los niños y niñas a quienes se llevan los mensajes. Seguidamente la licenciada Calderón señaló que es importante hablar con el proveedor sobre lo que no se ha hecho para hacer cambio y entrar en este momento con la campaña presidencial de este Gobierno, y se le da la oportunidad al gobierno actual de incursionar con la nueva política y por ello es importante saber el nivel de ejecución de contrato y la posibilidad de cambiar los materiales con el proveedor. Posteriormente, el licenciado Carranza indicó que los promocionales ya están elaborados solo hace falta recibir porta lápices y pulseras, pero parece complicado realizar el cambio en este momento, señaló que como entidad conoce el trabajo territorial y como se distribuye el material y se traslapa con el próximo año per no responde al gobierno pasado sino a una realidad del país, y no cree que el gobierno actual no dé prioridad al tema de violencia sexual contra niñez y adolescencia, hay que priorizar la política del Gobierno cuando ya esté planteado y hay que trabajar en la primera infancia pero por ahora la realidad que quiere atenderse es la de violencia sexual. Señala que no ve problema en que se traslape esta campaña con la de próximo año dado la importancia de la política de gobierno. La licenciada Aldana indicó que el CONNA responde a una realidad de país y por eso se integra con Estado y sociedad civil para unir las líneas de todas las campañas publicitarias y orientarlas a un solo punto, que no puede ser una línea de salida más que las vulneraciones a la niñez; lo primero es que se confirme si se sigue el cronograma presentado ya está ejecutado la elaboración del material y solo está pendiente la recepción de dos artículos; a ello, la licenciada Abarca respondió que el material ya fue aprobado y elaborado y solo falta recibir

dos artículos. Finalmente, la licenciada Aldana indicó que de no haber consultas se quedaría el pleno tomando decisiones; en tal sentido la licenciada Abarca abandonó la sala. Posteriormente, la licenciada Aldana expresó que es pertinente decidir respecto a escuchar la opinión de CAPRES sobre la campaña y adoptar decisiones, pero dar por recibido el informe. La licenciada Calderón indicó que el informe no le satisface, no ha visto el acta de recepción y no conoce si el proveedor puede o no cambiar algún artículo, tampoco ha visto el material publicitario; por otra parte, la idea era conocer lo pagado y su concepto. Aclara que los informes traen mucha información, pero no resuelven las inquietudes y quiere resolver y decidir con información al respecto, solo se da por satisfecha cuanto tiene los documentos y que se le prueben las cosas con base a ellos. La licenciada Aldana consultó al pleno si se da por recibido el informe o queda pendiente en razón de los documentos pendientes de presentar. A ello, el pleno adoptó el siguiente **ACUERDO No. 1.-** El Consejo Directivo del Consejo Nacional de la Niñez y de la Adolescencia, con base en los artículos 135, 137, 138 y 140 de la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (LEPINA), por unanimidad **ACUERDA: I. Dar por recibido** el Informe sobre la ejecución de contrato de licitación LP 02/2019, denominada “Contratación de Servicios de Publicidad para el Diseño, Producción e Implementación de la Campaña de Sensibilización Sobre el Derecho de las Niñas, Niños y Adolescentes a Recibir Educación para la Sexualidad”. II. **Instruir** a la Directora Ejecutiva que presente en la próxima sesión de Consejo Directivo del CONNA, el informe sobre actividades de incidencia en las cuales se entrega material de la campaña publicitaria institucional; dicho informe debe contener las actas de recepción de tales bienes y el tipo de incidencia de las mismas. **NOTIFÍQUESE. PUNTO SEIS:** Reunión con representante de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia, sobre campaña de promoción y difusión de derechos. Ingresan a la sala la licenciada Karla Rauda, Jefa de redacción de la Secretaría de Comunicaciones y Meylin de Sánchez, Directora de Publicidad. La licenciada Aldana informó a las referidas profesionales sobre el motivo de la invitación indicando que en este momento no se había cancelado la transmisión de la campaña e informarles sobre el contenido de la misma para poder establecer una mejor coordinación por parte de este Consejo con la secretaría y coordinar las líneas de comunicación para abordar el tema de defensa en protección a derechos de niñez y adolescencia. La licenciada Rauda indicó que respecto a los mensajes emitidos por el órgano ejecutivo se tiene una política de comunicación gubernamental vigente desde julio con la cual se trata de establecer un orden y forma de alinear el mensaje de las distintas instituciones gubernamentales. Se refirió al objetivo de la política señalando que los mensajes que emitirán las instituciones nacen de ellas mismas, pero debe una coordinación por parte de la secretaría para su revisión, en ese sentido cuando se lanza la campaña del CONNA se observa que existe un compromiso firmado para hacer uso de la publicidad, pero no estuvo presente el proceso de conocimiento del lanzamiento de la campaña. La licenciada de Sánchez, expresó su agradecimiento a este espacio y manifestó que fue quien contacto a la licenciada Abarca respecto a la campaña, se aclara que se conoce bien las campañas del CONNA y las obligaciones pero les sorprendió que la política fue distribuida en los primeros días de julio y lo que se busca es dar un acompañamiento sobre la política y aunque sea para el órgano ejecutivo se pretende entablar un mensaje coordinado con todos, incluidas las autónomas. Se busca que se les avise sobre los planes de medios para conocer tarifas y obtener beneficios en la negociación de publicidad y es lo que pretenden apoyar a las instituciones, así como la coordinación de manera uniforme de todos los mensajes. También procuran apoyar los procesos de compra, aunque en este caso el proceso fue realizado a inicio del año consideran que pueden apoyar el tema de las contrataciones pues conocen ampliamente como se maneja el medio. Ante ello, la licenciada Aldana indicó que se necesita tomar decisiones para instruir al personal sobre el tema y se tiene claro que ambas instancias tienen un propósito común, pero quiere tenerse una línea de trabajo completo sobre la niñez y dejar líneas establecidas para que este consejo pueda instruirse sobre cómo se llevara el tema. La licenciada Sánchez informó que la secretaría estableció un manual temático y de estilo gráfico al empezar a funcionar, agregó que no hay reparo en enviar mensajes correctos desde el CONNA pues están alineados respecto al objetivo principal de la institución, pero si se observó que la campaña no siguió ningún lineamiento de marca, por ejemplo, ninguna pieza lleva el logo del Gobierno. En ese sentido, hay una desvinculación institucional y se tiene que llevar los mensajes correctos, como se pudo observar en los cierres de los spots no aparece que es una institución de Gobierno y que no habido un acercamiento. Expresó la presidenta que el objeto de invitarles a la reunión de Consejo es

explicarles como está integrado y analizar alternativas que como podemos estandarizar la publicidad del CONNA con la política institucional que a determinado el Ejecutivo y ver la disponibilidad de la Secretaría de la Comunicaciones para realizar estos cambios. Interno el licenciado Carranza, expresa que esto es una responsabilidad compartida como Consejo Directivo; en ese sentido, el objetivo en sí de la campaña es visibilizar el problema que queremos atacar, el único que se visibiliza es el CONNA, unas de las circunstancias que afecto fue que la producción de los audio visuales se realizó en periodo de transición, es importante destacar la coordinación entre las instituciones es muy importante; no obstante es importante destacar que el CONNA tiene como objeto de esta campaña es destacar una problemática no una institución en sí. Intervino el Viceministro de Educación, expresando que tenemos una realidad que hay que concientizar, pero el marketing de la campaña son punto de encuentro que se pueden coordinar con la Secretaria de Comunicaciones en elementos de sensibilización y de que manera una regla cumple los objetos y hubo un análisis de estos; en ese sentido los spots se pueden modificar para incorporar esta nueva visión. Expresó la señora Viceministra de Trabajo, que el CONNA es una institución de Gobierno y todos los esfuerzos deben estar articulados; y por lo tanto las políticas de gobierno son las que se deben articular, se ve un distanciamiento del CONNA. Luego de haber escuchado la participación del personal de la Secretaría de Comunicaciones corresponde tomar decisión de varios temas, entre estos que podemos adecuar a la política, cuales serían las líneas de modificación y poder analizar como vamos hacer las comunicaciones en adelante. Explicó la licenciada Navas, no que no había sido costumbre del CONNA llevar las campañas al Gobierno, en la concepción que se tiene establece que esta es una institución con independencia del Órgano Ejecutivo. Por otra parte, pero en la Política de Comunicación Gubernamental de lo que habla es de las coordinaciones previas; es decir, someter las bases de licitación; pero para subsanar que se puede hacer agregar el logo en los spots, pero cambiar el contenido no es factible ya que implica volver a regrabar los spots. En este momento interviene la Viceministra de Trabajo, expresando que es necesario cambiar la agenda ya que algunos miembros se tienen que retirar, expresa que los puntos referentes a la auditoria y mecanismo de rendición de cuentas se deben pasar a otra sesión. La Presidenta solo hace alusión que se la señora Arellano, está esperando pasar a presentar el punto, a lo cual le responden que se conocerá primero puntos varios. Previo a iniciar se adopta decisión sobre la pauta de la campaña del CONNA. En ese sentido, se emite el **ACUERDO No. 2.-** El Consejo Directivo del Consejo Nacional de la Niñez y de la Adolescencia, con base en los artículos 135, 137, 138 y 140 de la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (LEPINA), por unanimidad **ACUERDA: I. Instruir** a la Directora Ejecutiva para que a través de la Unidad de Comunicaciones institucionales se presente una propuesta alternativa a este Consejo Directivo que contenga los costos de adecuación de los spots y materiales de la campaña, incorporando la imagen y formato indicados por la Secretaría de Comunicaciones de Presidencia de la República de El Salvador. Lo anterior, a fin de homologar la campaña del CONNA con las políticas y directrices establecidas por dicha Secretaría. **NOTIFÍQUESE. PUNTOS VARIOS:** Cumplimiento de objetivos del CONNA. //. Posteriormente, informó la señora Presidenta que se cierra la presente sesión, las nueve horas con cincuenta y cinco minutos del día jueves veinticuatro de octubre de dos mil diecinueve y para constancia de los acuerdos adoptados firman.

Licenciada Miriam Gerardine Aldana Revelo
Procuradora General de la República

Doctor Carlos Gabriel Alvarenga
Viceministro de Salud

Licenciada Maritza Haydée Calderón Ríos
Viceministra de Trabajo

Ingeniero Rogelio Eduardo Rivas,
Ministro de Justicia y Seguridad Publica

Licenciado Oscar Anaya,
Viceministro de Hacienda

Licenciado Ricardo Cardona
Viceministro de Educación

Licenciado Francisco Javier Carranza
Fundación Silencio.

Licenciada Celina Rodríguez Rosales
Plan Internacional Inc.

Licenciado José Francisco Lira Alvarado

Asociación Municipios Microrregión del
Bálsamo.

Licenciada Zaira Lis Navas Umaña
Secretaria Ejecutiva del Consejo Directivo.

- ❖ La información testada en la presente acta se ha realizado en cumplimiento a los artículos 19 lit. e) y 24 literal a, b y c de la Ley de Acceso a la Información y artículos 46 y 53 de la Ley Protección Integral de la Niñez y Adolescencia.
- ❖ Sentencia de las firmas.