

INFORME RESPUESTA A LA SOLICITUD DE INFORMACIÓN OIR18-005.

1-Estadísticas de menores infractores menores de 12 años en manos del ISNA, motivo del internamiento, quién remite para el internamiento, edad de los menores, sexo y zona geográfica de procedencia de estos., todo ello, de los años 2014, 2015, 2016 , 2017 y 2018:

La Subdirección de Programas de Inserción Social según sus competencias legales vigentes en materia de Menores, específicamente a la Ley Penal Juvenil, la cual literalmente reza en su artículo 2 “Esta ley se aplicará a las personas mayores de doce años de edad y menores de dieciocho” y en estricto apego al Art. 181 de la Ley de Protección Integral de Niñez y Adolescencia que establece que las Medidas al Menor corresponderán al ISNA. Por consiguiente se señala que el requerimiento “Estadísticas de menores infractores menores de 12 años en manos del ISNA, motivo del internamiento, quién remite para el internamiento, edad de los menores, sexo y zona geográfica de procedencia de estos., todo ello, de los años 2014, 2015, 2016 , 2017 y 2018” se declara **INEXISTENTE** de conformidad al Artículo 73 de Ley de Acceso a la Información Pública

2-Estadísticas de niños, niñas y jóvenes aptos para ser adoptados: por edad , sexo, motivo por el cual esta disponible para ser adoptado(por ejemplo es huérfano, esta abandonado, etc) y zona geográfica de procedencia. Años 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018.

3-Edad de niños y niñas que son demandados para ser adoptados y motivos que argumentan para solicitar la adopción.

4-Estadísticas de niños, niñas y adolescentes que han sido dados en adopción en los años 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 y si son peticiones de hechas por salvadoreños o extranjeros : nacionalidad de los extranjeros que mas demandan adopciones de niños, niñas y adolescentes salvadoreños.

6-Requisitos que se solicitan para poder dar a un niño, niña o joven en adopción.

Después de haber analizado el fondo de lo solicitado y haber revisado el marco jurídico al normativo jurídico de esta institución ha identificado con base a lo establecido en los artículos 65, 68 inciso 2º y 72 de la Ley de Acceso a la Información Pública y el artículo 49 del Reglamento de dicha ley que la información solicitada no es competencia de esta dependencia. Por lo tanto resuelve: **DENEGAR LA SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACION SOLICITADA DE LOS REQUERIMIENTOS “2, 3, 4 Y 6” DE ESTA SOLICITUD POR NO SER ESTA LA INSTITUCION COMPETENTE PARA CONOCER DE LA MISMA.**

Su solicitud deberá ser a la **procuraduría general de la república**, puede solicitarla en el portal de transparencia http://www.gobiernoabierto.gob.sv/information_requests/new o escribir al correo informacionpublica@pgr.gob.sv

INFORME RESPUESTA A LA SOLICITUD DE INFORMACIÓN OIR18-005.

5-Número de psicólogos y psicólogas que hay en el ISNA para atender a la población bajo su cuidado o protección. **Se remite adjunto “OIR #ISNA-2018-0005” donde se detalla la información del Requerimiento.**

7-Copia de las campañas educativas o de sensibilización que ha promovido el ISNA para incentivar la adopción y medio familiar en los años 2014,2015,2016, 2017 y 2018: **Se remite adjunto “Campaña_Vivir_Familia_Jueces” donde se detalla la información del Requerimiento.**

8-Estadísticas de población atendida por el ISNA en los centros de protección En los años 2016, y 2017 , causas por las cuales han intervenido, edad de los niños, niñas y adolescentes. **Se remite adjunto en Excel “OIR_2018_0005” donde se detalla la información del Requerimiento.**

Lic. Oscar Leonel Alfaro Rodríguez

Oficial de Información ISNA

**Atendidos en Centros de acogimiento ISNA durante el año 2017 por grupos de edad y sexo.**

Grupos de edad	Femenino	Masculino	Total
0 a < 3 años	47	52	99
3 a < 6 años	23	17	40
6 a < 9 años	31	21	52
9 a < 12 años	39	34	73
12 a < 15 años	112	39	151
15 a < 18 años	181	61	242
18 y mas	49	58	107
Total	482	282	764

Fuente: ISNA/ GPI/Sistema de Información para la Infancia/Año2017

Atendidos en Centros de acogimiento ISNA durante el año 2017 por motivos de atención y sexo.

Motivos de atención	Femenino	Masculino	Total
Cuidado personal y protección	161	86	247
Abandono	81	112	193
Maltrato físico	45	12	57
Abuso sexual infantil	42	3	45
Irrespeto y desobediencia a madre, padre, responsable y maestro	33	6	39
Negligencia o descuido	13	13	26
Salida ilegal del país	17	8	25
En situación de calle	8	16	24
Trata de personas	18	1	19
Problemas de la familia y el niño	16	0	16
Otras agresiones sexuales	13	2	15
Atención hijo/a madre adolescente	7	5	12
Ingreso ilegal al país	5	4	9
Orfandad	4	4	8
Maltrato psicológico	4	1	5
Extravío	2	3	5
Explotación Económica	1	3	4
Utilización en actividades ilícitas	3	0	3
Inducción a la mendicidad	3	0	3
Trabajo Infantil	1	1	2
Irrespeto a los derechos de otras personas	2	0	2
Explotación sexual comercial	2	0	2
Ingreso de juzgado de menores por no presentarse la familia	0	1	1
Adicción a sustancias	0	1	1
Adicción a drogas y alcohol	1	0	1
Total	482	282	764

Fuente: ISNA/ GPI/Sistema de Información para la Infancia/Año2017



Campaña “Vivir en Familia”

Unidad de Comunicaciones
12 septiembre de 2017

Introducción

- Como respuesta a observaciones de Naciones Unidas, en coherencia con La Convención de los Derechos del Niño, en consonancia con la LEPINA y con base en una iniciativa interinstitucional con enfoque de derechos, surge la necesidad de implementar y fortalecer servicios de atención y protección integral en la figura de la medida de ACOGIMIENTO FAMILIAR (ART.124 LEPINA) para niñez y adolescencia vulnerada en sus derechos.
- Paralelamente a esta acción jurídica e interinstitucional, se requiere del lanzamiento de una campaña multimedia para dar a conocer el **Programa Vivir En Familia**: a través de una estrategia de información, sensibilización, requisitos y movilización social para que las personas accedan al programa y acojan a una niña, niño o adolescente en su hogar.
- La Campaña VIVIR EN FAMILIA es una continuidad a la promoción del programa “FAMILIA SUSTITUTA”, realizada desde el Departamento de Acogimiento Familiar y como una estrategia de renovación de su anterior nombre.

Objetivo General:

- Realizar una estrategia comunicacional para dar a conocer el programa que implementa el ISNA para brindar atención a las niñas, niños y adolescentes vulnerados en sus derechos, como medida alternativa a la institucionalización sin fines adoptivos.

Objetivos Específicos:

- Divulgar en que consiste el programa “**Vivir en Familia**” en respuesta a las observaciones realizadas por la Naciones Unidas y en cumplimiento a sus directrices.
- Sensibilizar a familias para que una niña, niño o adolescente con la medida de acogimiento familiar sea colocado en un hogar.
- Informar sobre los requisitos de como aplicar al programa.

Estrategia Comunicacional

Para la implementación de ésta estrategia comunicacional se pretenden realizar **III FASES** las cuales se distribuirán de la siguiente manera:

- FASE I **“Lanzamiento de Programa Vivir en Familia”**

Acción:

- Presencia en redes sociales institucional con banners informativos sobre el programa
- FASE II **“Sensibilización a familias”**

Acción:

- Colocación de Publicidad Outdoor (Vallas, Mupis, Publibus) y Pauta en Redes Sociales en tres departamentos: San Salvador, Santa Ana y San Miguel.

Estrategia Comunicacional

- FASE III **“Aplicación de familias al Programa”**

Acción:

- Divulgación de la disponibilidad en el web site del ISNA de:
 - ✓ Formulario de aplicación
 - ✓ Correo electrónico
 - ✓ Teléfono del programa

Para aplicación, consulta y ampliación de información.

- Gestión de espacios para promoción del programa en medios de comunicación.

Racional Creativo

- El eje central de la campaña es dar a conocer en que consiste el programa. La campaña tendrá en su primera fase un carácter **INFORMATIVO-RACIONAL**, en su segunda fase será **EXPOSITIVO-EMOTIVO** y en su tercera fase **INFORMATIVO-ACTIVO**.
- El público meta está constituido por: padres de familia, personas solteras, casadas o en unión libre; en la franja etaria de 25 a 45 años, con capacidad de garantizar cumplimiento de derechos en las categorías de desarrollo, supervivencia y protección y para aquellas personas que conforme a la normativa vigente apliquen al programa.
- En resumen, la campaña informa, sensibiliza y mueve a la acción
- **Tono y estilo de la comunicación:**
Sencillo y directo

Logotipo

- Logotipo para nombre de Programa:



Justificación:

Este nuevo nombre evoca la calidez de vivir en familia. Apela a un derecho de supervivencia, desarrollo y protección.

- Es un logotipo en lectura descendente compuesto por tres palabras y en su base a la derecha, una ilustración de familia, representando un momento de alegría. Nótese que la niña y el niño están situados al centro de la familia.

Slogan

- **Slogan de Campaña:**

“Hazle un lugar en tu hogar”

El slogan implica un darle un espacio físico y emocional para la niña, niño o adolescente acogido en el hogar.

Estrategia

Para el logro de los objetivos trazados y en base al público objetivo a quien va dirigida la campaña, proponemos el desarrollo de las siguientes acciones:

- Presencia en Redes Sociales: Banners informativos
- Publicidad Outdoor: Vallas, Mupis y Publibus
- Pauta en Redes Sociales: Anuncios emergentes en diferentes plataformas en Redes Sociales
- Gestión de espacios en Medios de Comunicación para promocionar el Programa Vivir en Familia

Campaña

Plan de Medios

- **Público Objetivo:**

Padres de familia, personas solteras, casadas o en unión libre en la franja etaria de 25 a 45 años con capacidad de garantizar cumplimiento de derechos en las categorías de desarrollo, supervivencia y protección y para aquellas personas que conforme a la normativa vigente apliquen al programa.

- **Período**

Septiembre, Octubre

- **Media Mix**

- ✓ Publicidad en Redes Sociales Institucionales 0%
- ✓ Publicidad Outdoor 66%
- ✓ Pauta en Redes Sociales 34%

Presupuesto (Fondos financiados por Save the Children)

- \$12,000.00

Publicidad Outdoor:

- **Vallas:** 5 vallas publicitarias ubicadas en 3 departamentos: 3 San Salvador, 1 Santa Ana , 1 San Miguel, por 1 mes, **Total: \$5,000**
- **Mupis Digitales Interiores:** Circuito de Mupis colocados en el Centro Comercial Plaza Mundo. BONIFICACIÓN (SIN COSTO)
- **Pantalla Digital Rotativa:** durante 15 días: **7,500 spots** (BONIFICACIÓN (SIN COSTO))
- **Publibus:** 10 Publibus en rutas de San Salvador, Santa Ana y San Miguel. Inversión: **\$2,260.00** para 4 rutas en el AMSS: 101D, 7C, 79 y 44; 3 buses en Santa Ana: 51 y 3 buses en San Miguel: Ruta 90
- **Pauta en Redes Sociales:** Alcance total: 840,000 personas, **Total: \$4,000.00** con presencia de 150,000 anuncios y un alcance de 840,000 personas en Facebook e Instagram.

La mezcla de medios: Publicidad exterior permite visibilidad en las calles para transeúntes y conductores. En Redes Sociales aparece como publicidad sugerida y en los web site como publicidad emergente.

Muestras de Piezas Gráficas

Banners Informativos

¿Qué es el Programa VIVIR EN FAMILIA?

Son familias voluntarias que reciben temporalmente en su hogar a una niña, niño o adolescente para protegerle y garantizar su máximo desarrollo.



#VivirEnFamilia #DaleSuLugar #EnTuHogar



INSTAGRAM

Banners Informativos

¿Cuál es la base legal del Programa VIVIR EN FAMILIA?

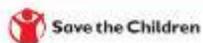


Art. 80 LEPINA: DERECHO A SER CRIADO EN FAMILIA

"Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a vivir, ser criados y desarrollarse en su familia de origen nuclear y ampliada..."



#VivirEnFamilia #DaleSuLugar #EnTuHogar



FACEBOOK

Banners Informativos

¿Cuál es la base legal del Programa VIVIR EN FAMILIA?

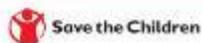
Art. 80 LEPINA: DERECHO A SER CRIADO EN FAMILIA

"Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a vivir, ser criados y desarrollarse en su familia de origen nuclear y ampliada. ..."



Vivir
en
Familia

#VivirEnFamilia #DaleSuLugar #EnTuHogar



TWITTER

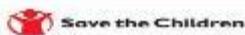
Banners Informativos

¿Cuál es el objetivo del Programa VIVIR EN FAMILIA?



#VivirEnFamilia #DaleSuLugar #EnTuHogar

Garantizar el derecho de las niñas, niños y adolescentes a vivir en familia con el fin de propiciar el desarrollo pleno de sus facultades por medio de la sensibilización, coordinación, fortalecimiento y supervisión de las familias voluntarias y de origen.



WEB SITE

Vallas

DISEÑO 1



Vivir en Familia

Programa del ISNA para el acogimiento familiar de la niñez y adolescencia:

- Alternativo a la institucionalización
- Sin fines adoptivos

“HAZLE UN LUGAR EN TU HOGAR”

Esta es una campaña del ISNA con el apoyo técnico y financiero de Save the Children

www.isna.gob.sv

EL SALVADOR UNAMOS PARA CRECER

Save the Children

Mi país unido avanza

EL SALVADOR Grande como su gente



Vivir en Familia

Programa del ISNA para el acogimiento familiar de la niñez y adolescencia:

- Alternativo a la institucionalización
- Sin fines adoptivos

“HAZLE UN LUGAR EN TU HOGAR”

Esta es una campaña del ISNA con el apoyo técnico y financiero de Save the Children

www.isna.gob.sv

EL SALVADOR UNAMOS PARA CRECER

Save the Children

Mi país unido avanza

EL SALVADOR Grande como su gente

DISEÑO 2



Vivir en Familia

Programa del ISNA para el acogimiento familiar de la niñez y adolescencia:

- Alternativo a la institucionalización
- Sin fines adoptivos

“HAZLE UN LUGAR EN TU HOGAR”

Esta es una campaña del ISNA con el apoyo técnico y financiero de Save the Children

www.isna.gob.sv

Logos: ISNA, EL SALVADOR UNÁMONOS PARA CRECER, Save the Children, Mi país unido avanza, EL SALVADOR Grande como su gente



Vivir en Familia

Programa del ISNA para el acogimiento familiar de la niñez y adolescencia:

- Alternativo a la institucionalización
- Sin fines adoptivos

“HAZLE UN LUGAR EN TU HOGAR”

Esta es una campaña del ISNA con el apoyo técnico y financiero de Save the Children

www.isna.gob.sv

Logos: ISNA, EL SALVADOR UNÁMONOS PARA CRECER, Save the Children, Mi país unido avanza, EL SALVADOR Grande como su gente

Mupis

DISEÑO 1

Vivir en Familia

Programa del ISNA para el acogimiento familiar de la niñez y adolescencia:

- Alternativo a la institucionalización
- Sin fines adoptivos

www.isna.gob.sv

“HAZLE UN LUGAR EN TU HOGAR”

Esta es una campaña del ISNA con el apoyo técnico y financiero de Save the Children

EL SALVADOR Save the Children AVANZA EL SALVADOR

DISEÑO 2

Vivir en Familia

Programa del ISNA para el acogimiento familiar de la niñez y adolescencia:

- Alternativo a la institucionalización
- Sin fines adoptivos

www.isna.gob.sv

“HAZLE UN LUGAR EN TU HOGAR”

Esta es una campaña del ISNA con el apoyo técnico y financiero de Save the Children

EL SALVADOR Save the Children AVANZA EL SALVADOR

Publibus

DISEÑO 1



DISEÑO 2

