

# CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA

## CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E IGUALDAD

### 571. ACUERDO DEL CONSEJO DE GOBIERNO, DE FECHA 9 DE MAYO DE 2026, RELATIVO A APROBACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA PARA EL AÑO 2026.

El Consejo de Gobierno, en sesión resolutive Ordinaria celebrada el día 9 de mayo de 2025, adoptó entre otros, el siguiente acuerdo (2026000453):

**“PUNTO VIGÉSIMO SEGUNDO.- APROBACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA PARA EL AÑO 2026.-** El Consejo de Gobierno acuerda aprobar la propuesta presentada por la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Igualdad que literalmente dice:

#### ANTECEDENTES DE HECHO

**PRIMERO.-** Con fecha 02/03/2026 se informa por la Dirección General del Presidente sobre la aprobación del Plan de Comunicación Institucional de La Ciudad Autónoma de Melilla 2026, cuyo tenor literal es el siguiente:

#### “1. Introducción

La Ciudad Autónoma de Melilla, como Administración Pública, es sujeto emisor de publicidad institucional entendida como aquella que, a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio, con consignación presupuestaria de alguna de las distintas administraciones públicas (Estado, Autonómica, Local) tiene fundamentalmente los siguientes objetivos:

- Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas; e informar a los ciudadanos sobre sus derechos y obligaciones legales.
- Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad y fomentar comportamientos de los ciudadanos en relación con bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento de empleo u otros de naturaleza análoga.
- Difundir las actividades, proyectos ejecutados y resultados obtenidos, respecto de los servicios prestados por cada Administración pública en el ámbito de sus atribuciones y competencias, constituyendo un instrumento útil para el desarrollo del territorio al que va dirigida.
- La sensibilización de los ciudadanos, fomentando conductas o hábitos para la convivencia, el bienestar social, la salud pública, y los valores de libertad, democracia y el pluralismo político.

El artículo 1 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional (BOE núm. 312, de 30/12/2005), establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad de comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y las demás entidades integrantes del sector público estatal.

Por otro lado, las distintas Comunidades Autónomas, en el ejercicio de la capacidad legislativa otorgada a sus respectivos parlamentos, y en desarrollo de sus competencias transferidas en sus Estatutos de Autonomía han legislado sus propias leyes, y los reglamentos de desarrollo de las mismas.

El Estatuto de Autonomía de Melilla, en su artículo 22 le otorga a la Ciudad, la ejecución de la Legislación del Estado en prensa, radio, televisión y otros medios de comunicación social, sin que le haya sido transferida la competencia sobre la publicidad en general y sobre la publicidad institucional. La Constitución Española, en su artículo 149, establece, que el derecho estatal será, en todo caso, supletorio del derecho de las Comunidades Autónomas.

A tenor de lo anterior, ante la ausencia de normativa específica por parte del Estado para las dos Ciudades Autónomas, y la falta de posibilidad de la Ciudad Autónoma de Melilla, de legislar sobre la materia, es susceptible de aplicarse con carácter supletorio la normativa estatal, es decir, la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

En este sentido la Ley 29/2005 de referencia para nuestra Ciudad en virtud de lo establecido en los artículos 22 y 30 de nuestro Estatuto de Autonomía, señala los objetivos que deben cumplir las campañas publicitarias, siendo algunos de dichos objetivos aplicables a nuestra publicidad institucional, tales como:

- a. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales (y en nuestro caso, los consagrados en nuestro Estatuto de Autonomía).
- b. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas (entendiéndose como tales las que formen parte de la Ciudad Autónoma) y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.
- c. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.
- d. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
- e. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen.
- f. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.

- g. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural.
- h. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural.
- i. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

Por ello, el cumplimiento de dichos objetivos debe ser recogido en un Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, definido como tal en el artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, que contemple, además, los Organismos Autónomos y Sociedades Mercantiles.

Este plan adquiere relevante importancia en este caso, ya que además de documento planificador y regulador, tiene la función de establecer qué, cómo, cuándo y mediante qué canales va a publicitar la CAM durante el año 2026, convirtiéndose en hito imprescindible para poder cuantificar el valor estimado del contrato de Publicidad Institucional que se encuentra actual en fase de tramitación.

La elaboración del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional (PPCI) se ha realizado, en este caso por la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Igualdad, como acto de preparación previo dentro del expediente de contratación de Publicidad Institucional, correspondiendo tanto la ejecución del Plan como la elaboración y/o modificación de planes anuales posteriores al Gabinete de Comunicación, o departamento equivalente que establezca el Consejo de Gobierno.

Para asegurar la máxima objetividad, independencia y transparencia, la elaboración del Plan ha sido objeto de contratación externa a través de licitación con concurrencia pública entre empresas de acreditada solvencia técnica en trabajos similares, mediante contratación menor en el expediente 2573/2025/CME, cuyo anuncio de licitación fue publicado el pasado 6 de noviembre de 2025 en la plataforma de contratación menor de la CAM alojada en su sede electrónica.

Igualmente, dentro del periodo de elaboración del Plan se ha abierto un periodo de aportaciones por parte de las Consejerías para fomentar su participación en la elaboración del citado documento y poder hacer una cuantificación real de las campañas a incluir. Del mismo modo, se incluye un estudio de mercado de medios de comunicación para la elaboración del PPCI26.

## 2. Objetivos del Plan

El Plan de Comunicación Institucional 2026 tiene como objetivos principales:

- **Promover la utilidad pública** de las campañas publicitarias institucionales, garantizando que sirven a sus destinatarios legítimos, los ciudadanos, y no a quienes las promueven.
- **Profesionalizar la planificación**, ejecución y evaluación de las campañas, para asegurar el máximo aprovechamiento de los recursos públicos.
- **Fortalecer la transparencia de las campañas**, mediante la habilitación de fórmulas que den a conocer todas las actividades de publicidad y de comunicación que prevea desarrollar la Ciudad Autónoma de Melilla.

## 3. Justificación

La elaboración y aprobación del Plan de Comunicación Institucional es un requisito establecido por el artículo 12 de la Ley 29/2005, que obliga a las Administraciones Públicas a diseñar planes anuales de comunicación que detallen objetivos, costes, herramientas y destinatarios. En el contexto de Melilla, este plan responde a la necesidad de:

- Mejorar la accesibilidad de la información por parte de la ciudadanía.
- Reforzar la comunicación con los ciudadanos, en línea con el artículo 82 del Reglamento de la Asamblea, que promueve espacios para informar sobre actividades y propuestas.
- Cumplir con los compromisos de transparencia y buen gobierno.

## 4. Descripción del Plan

El Plan de Comunicación Institucional 2026 se estructura en varios apartados:

1. Introducción
2. Marco legal
3. Análisis del entorno
4. Objetivos (generales y específicos)
5. Público objetivo
6. Mensaje
7. La Estrategia
8. Cronograma
9. Cuantificación
10. Acciones de Comunicación
11. Control y seguimiento
12. Evaluación final
13. Comparativa entre los PPCI24, PPCI25 y PPCI26
14. Estudio de Mercado
15. Conclusiones
16. Recomendaciones
17. Planificación de campañas para 2026

18. Listado de campañas por orden cronológico-crono  
19. Cuantificación de las campañas

## 5. Cronograma

La extensión y duración de las campañas varía en función de las necesidades, que previamente han sido definidas y comunicadas por cada Consejería. En ocasiones, las acciones se llevarán a cabo en un único momento, y en otras se sostendrá en el tiempo con el fin de lograr los objetivos pretendidos a través de la reiteración del mensaje.

Del mismo modo, y en función de los públicos hacia los que se dirige el mensaje, la acción publicitaria hace uso de todos los canales de comunicación, de varios o únicamente de uno de ellos.

En el cronograma que se muestra a continuación se ofrece en azul las campañas que se realizan en el mes; en verde, aquéllas que se realizan en varios meses y en rojo las que se desarrollarán a lo largo del año, sin tener un mes prefijado de antemano.

MESES	Campañas de Comunicación Institucional 2026 - Áreas del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Melilla										TOTALES		
	Presidencia y Administración Pública	Igualdad	Política Universitaria	Políticas Sociales y Salud Pública	Cultura, Patrimonio y Mayor	Hacienda	Educación, Juventud y Deporte	Medio Ambiente	Economía, Comercio, Turismo, Fomento e IT	Seguridad Ciudadana			
Enero	4	1			2	2	2	1	1	2		8	7
Febrero				1			2					6	0
Marzo	5	1	5		7		2	2	1	1	1	23	2
Abril	5			1	7		2	1	1			16	1
Mayo	1	1	1		6	1		3	9	1		17	6
Junio	1			1	3	1	4		4	1		12	3
Julio	1			4	2	1	5				1	9	5
Agosto					1	1			1		1	3	1
Septiembre	5	2		1	8		2	1	1	3		22	1
Octubre	3	3		1	4	1	1		1			10	4
Noviembre	1	8					1	2	2	1		13	0
Diciembre	4			4	1	11	1	2				21	2
Sin fecha definida	3	2		17	31		11	13	25	10		160	32
<b>TOTALES</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>36</b>	<b>86</b>	<b>3</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>31</b>	<b>13</b>		<b>304</b>	

### Campañas de Publicidad y Comunicación Institucional de la Ciudad Autónoma de Melilla para 2026. Cronograma por áreas de Gobierno.

## 6. Marco Normativo

El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2026 (PPCI26) debe su existencia, ajusta su elaboración y ciñe su estructura y contenidos al cumplimiento de:

- Ley Orgánica 2/1995, de 13 de marzo, de Estatuto de Autonomía de Melilla.
- Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

Por analogía a lo establecido en el art. 12 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, el órgano competente para la aprobación del Plan sería el

Consejo de Gobierno, siendo la Consejera de Presidencia, Administración Pública e Igualdad la competente para realizar la correspondiente propuesta en virtud de lo establecido en el apartado 7.2.2. d) del Acuerdo de Consejo de Gobierno, de fecha 28 de julio de 2023, relativo al Decreto de Distribución de Competencias entre las Consejerías de la Ciudad (BOME ext. núm. 54 de fecha 31 de julio de 2023), que establece que esta Consejería es competente en materia de "publicidad institucional".

Por todo ello, se considera oportuno elevar propuesta al Consejo de Gobierno para la aprobación y posterior publicación del **PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA 2026**, cuyo texto íntegro se adjunta al presente informe, previo informe jurídico de la Secretaria Técnica de Presidencia. Debiendo hacer la correspondiente propuesta al Consejo de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Melilla y posterior publicación en el Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma".

**Segundo.-** El 03/03/2026 se emite informe FAVORABLE de la Secretaria Técnica de Presidencia sobre la aprobación del Plan anual de publicidad y comunicación institucional por el Consejo de Gobierno, conforme a lo siguiente:

"(...) **TERCERA.-** El artículo 12 de la Ley 29/2005 regula el Plan anual de publicidad y comunicación institucional, pudiendo aplicarse análogamente a nuestra Ciudad a falta de regulación. En tenor literal de dicho artículo es el siguiente:

Artículo 12. Plan anual de publicidad y comunicación institucional.

“La Comisión de publicidad y comunicación institucional elaborará anualmente, a partir de las propuestas recibidas de todos los ministerios, un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades adscritas a esta.

En el plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas.

El Plan anual de publicidad y comunicación institucional será aprobado por el Consejo de Ministros.”

Por lo tanto, la aprobación de un plan anual de publicidad y comunicación institucional por el Consejo de Gobierno no conculca normativa alguna, por lo que se informa favorablemente el mismo.”

Por todo lo anterior y de conformidad con los documentos aportados al expediente, vengo en proponer al **CONSEJO DE GOBIERNO** lo siguiente:

**PRIMERO.-** La aprobación del Plan de publicidad y comunicación institucional de la Ciudad Autónoma de Melilla para el año 2026, cuyo texto íntegro se adjunta a la presente propuesta.

**SEGUNDO.-** Proceder a la publicación del presente acuerdo en el Boletín Oficial de Melilla momento a partir del cual surtirá efectos, para su conocimiento y efectos y difundir el contenido del mismo, de conformidad con el principio de transparencia, mediante su publicación actualizada y permanente en la sede electrónica, en cumplimiento de lo que disponen los artículos 6.1 de la Ley de Régimen Jurídico del Sector Público, art. 72.5 del Reglamento de Gobierno y Administración y artículos 5 y siguientes de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno en relación con el Reglamento de Transparencia y Acceso a la Información Pública de la Ciudad Autónoma de Melilla.”

Contra las disposiciones administrativas de carácter general dictadas por el Consejo de Gobierno de Melilla, de acuerdo con lo establecido en los artículos 93.2 del Reglamento del Gobierno y de la Administración de la Ciudad Autónoma de Melilla (BOME extra num. 2, de 30 de enero de 2017) y 112.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento administrativo Común de las Administraciones Públicas (BOE num 236, de 2 de octubre) no cabrá recurso en vía administrativa.

En todo caso, podrá interponerse recurso contencioso administrativo ante la Sala de lo contencioso administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, en el plazo de dos meses desde la publicación o notificación.

No obstante, podrá utilizarse cualquier otro recurso, si así se cree conveniente bajo responsabilidad del recurrente.

Lo que le hace público para su conocimiento y efectos.

Melilla, a 20 de mayo de 2026,  
La Secretaria del Consejo de Gobierno,  
María José Gómez Ruiz,  
P.S. El Secretario General Acctal. de la Asamblea,  
Decreto nº 29 de fecha 04/03/2025 (BOME Extra nº 16 de 04/03/2025).  
Diego Giner Gutiérrez