

ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA CELEBRADA POR EL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE CEUTA EL DÍA TRES DE ABRIL DE DOS MIL VEINTE.

ASISTEN:

EXCMO. SR. PRESIDENTE
D. JUAN JESÚS VIVAS LARA

EXCMOS. SRES/AS. CONSEJEROS/AS
D.^a M.^a ISABEL DEU DEL OLMO
D. CARLOS RONTOMÉ ROMERO
D.^a KISSY CHANDIRAMANI RAMESH
D. Fco. JAVIER GUERRERO GALLEGO
D.^a DUNIA MOHAMED MOHAND
D. ALBERTO GAITÁN RODRÍGUEZ
D.^a LORENA MIRANDA DORADO
D. YAMAL DRIS MOJTAR

SR. CONSEJERO-SECRETARIO
D. ALBERTO GAITÁN RODRÍGUEZ

En la Ciudad de Ceuta, siendo las nueve horas del día tres de abril de dos mil veinte se reúne, bajo la presidencia del Excmo. Sr. D. Juan Jesús Vivas Lara, el Consejo de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Ceuta al objeto de celebrar en sesión ordinaria en primera convocatoria.

Abierto el acto por la Presidencia, se pasa al tratamiento de los asuntos contenidos en el Orden del Día confeccionado al efecto.

1º) CONSEJERÍA DE HACIENDA, ECONOMÍA Y FUNCIÓN PÚBLICA.

1.1.- Propuesta relativa al Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el ejercicio 2020.

La propuesta es del siguiente tenor:

“La Consejera de Hacienda, Economía y Función Pública eleva al Consejo de Gobierno la presente propuesta de acuerdo, al amparo de lo establecido en el Decreto de Presidencia de 2 de marzo de 2020, por el que se establece la Estructura de la Administración de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

La aprobación por el Consejo de Gobierno del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el ejercicio 2020, que recoge de una parte, las necesidades que, las diferentes Consejerías han estimado en materia de publicidad y comunicación, y de otra, los canales de difusión de criterios que reflejan la difusión de los medios de comunicación en la Ciudad Autónoma de Ceuta. El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional se acompaña de dos documentos complementarios.

- *Plan de Publicidad Institucional 2020 junto a Anexo 1 que recoge la distribución por Consejerías de las necesidades en publicidad y comunicación.*
- *Informe jurídico de la Técnico de Administración sobre el contenido del Plan.*

En consecuencia, se propone al Consejo de Gobierno que presten conformidad al:

1. Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el ejercicio 2020, con sus documentos complementarios.”

El Consejo de Gobierno, **por unanimidad de los presentes, ACUERDA:**

- **Aprobar el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el ejercicio 2020, con sus documentos complementarios.**

PLAN DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2020

1. INTRODUCCIÓN.

La política de comunicación de la Ciudad Autónoma de Ceuta, tras la aprobación del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Ciudad Autónoma de Ceuta para el ejercicio 2018 ha tenido un marco de actuación definido y transparente, dando continuidad al Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el periodo octubre 2012-diciembre 2013, en el que se fijaban los objetivos y las acciones principales que definían la política comunicación de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Durante este ejercicio 2020 las acciones de comunicación se ajustarán a lo contenido en el presente Plan, sin perjuicio de los cambios que obligue ejecutar la realidad de los hechos y las necesidades que pudieran surgir a lo largo del año.

El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional es un instrumento al servicio de la eficiencia en materia de comunicación, una actividad con la que las administraciones públicas satisfacen la necesidad de dirigirse a los administrados, ya sea para cumplir con las funciones que tienen encomendadas como para velar por el interés de los ciudadanos. Ello es así, debido a que la acción gubernamental tiene una naturaleza política y ejecutiva, que convierte a las administraciones en emisoras de una serie de mensajes dirigidos a los ciudadanos. Pero la valoración, el juicio y la información de carácter político tienen sus propios cauces, que deben mezclarse con la actividad comunicativa que, ordenada y orientada a la difusión de un mensaje común, emprende la Administración para dar a conocer a los ciudadanos los servicios que presta y las acciones y actividades que desarrolla. Por ello, las administraciones públicas recurren a la realización de las campañas institucionales de publicidad y comunicación, que juegan un papel fundamental en la actividad comunicativa, por cuanto suponen un modo de dirigirse a los ciudadanos de manera directa, sin intermediarios y sin elementos que alteren -en todo o en parte- el mensaje.

El Plan en cuestión, contiene las campañas a ejecutar durante este ejercicio, donde se recogen su naturaleza, fechas, duración, ámbito de difusión y presupuesto.

2. MARCO LEGAL.

2.1 Naturaleza.

Sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre General del Publicidad, para determinar el marco legal del presente Plan se toma como base la Ley de 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, que, aunque establece su ámbito de aplicación restringido a la Administración General del Estado y demás integrantes del sector público estatal, se toma como referencia ante la falta de posibilidad de la Ciudad Autónoma de legislar sobre esta materia.

La Ley 29/2005 distingue entre campañas institucionales de publicidad y de comunicación. Tomando las definiciones de esta norma y aplicadas a esta administración, por campaña institucional de publicidad se entiende “toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice el soporte publicitario pagado o cedido y sea promovida o contratada” por la Ciudad Autónoma de Ceuta, mientras que la campaña institucional de comunicación es aquella que, “utilizando formas de comunicación distintas de las estrictamente publicitarias, sea contratada” por la Ciudad Autónoma de Ceuta “para difundir un mensaje y objetivo común a una pluralidad de destinatarios”.

2.2 Objetivos

Sobre los objetivos de las acciones, la Ley 29/2005, deja claro en que consiste esta parte de la actividad comunicativa, estableciendo en su artículo 3 los objetivos a los que deben responder las campañas institucionales de publicidad y comunicación.

Algunos de ellos, concretamente tres, hacen referencia a materias que no son objeto de la competencia de esta Administración o que requerirían de una adaptación; fuera del ámbito competencial está el objetivo “i”, referente a *“difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España”*, mientras que es necesario transformar los objetivos “c”, destinado a *“informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares”*, y “h”, dedicado a *“apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras”*.

En este sentido, se opta por un cuarto cambio para que el objetivo dirigido a “promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales” se extienda también al marco del Estatuto de Autonomía de Ceuta.

El resto de objetivos contenidos en esta regulación entran dentro del ámbito de actuación de cualquier administración y, por tanto, también de la Ciudad Autónoma de Ceuta, por lo que se mantienen intactos, a fin de respetar el espíritu y la filosofía de la Ley.

Sustentando estos objetivos, y adaptando a la naturaleza de esta Administración los cuatro objetivos señalados anteriormente, los objetivos de las campañas institucionales de publicidad y comunicación de la Ciudad Autónoma de Ceuta serán los siguientes:

- a) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales y del Estado de Autonomía de Ceuta.
- b) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de la Ciudad Autónoma y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos que presta esta Administración.
- c) Informar a los ciudadanos sobre aspectos relacionados con procesos electorales y consultas populares.
- d) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas (desde las leyes hasta las ordenanzas municipales) que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento.
- 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) Apoyar a sectores económicos e incentivar inversiones.
- i) Difundir el patrimonio cultural, histórico y arqueológico, monumental, arquitectónico y científico de interés para la Ciudad.
- j) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia de interés social.

2.3 Finalidad y limitaciones

La Ley 29/2005, en su artículo 3, viene a establecer una serie de condicionamientos y limitaciones para la realización de estas campañas institucionales de publicidad y comunicación, aplicables a la Ciudad Autónoma de Ceuta, siendo las siguientes:

- Las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollarán exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias.
- Las campañas contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad.
- Las campañas institucionales se ajustarán siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

En este sentido, el artículo 4 de la citada Ley 29/2005, viene a prohibir expresamente aquellas campañas que tengan como finalidad destacar los logros de gestión a los objetivos alcanzados (artículo 4.1.a); las que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias (artículo 4.1.b); las que incluyan mensajes discriminatorio, sexista o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales (artículo 4.1.c); y las que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

Asimismo, los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social (artículo 4.2); y no se podrán difundir campañas institucionales de publicidad que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante (artículo 4.3).

3. MARCO GENERAL.

3.1 Introducción.

El presente Plan de Publicidad y Comunicación institucional de la Ciudad Autónoma de Ceuta se desarrollará en el ejercicio 2020.

Uno de los objetivos del presente Plan de Publicidad y Comunicación institucional para el ejercicio 2020, es la optimización del gasto, mejorando por tanto la eficiencia y eficacia de las campañas a publicitar durante el ámbito temporal del Plan.

El Plan abarca todos los sectores de los medios de comunicación en el ámbito territorial de Ceuta, con la prensa escrita, los medios digitales y la radio. Todos ellos serán objeto de acciones publicitarias, tratando de alcanzar no sólo un mayor espectro de población, sino también para adaptar cada campaña a sus propias necesidades, en función del público al que vaya dirigido.

3.2 Presupuesto.

En la elaboración del presente Plan de Publicidad y Comunicación se han tenido en cuenta, las necesidades de las Consejerías, y a partir de esta información, se han asignado las partidas presupuestarias correspondientes, con el siguiente desglose:

Nº Partida	Partida Presupuestaria	Presupuesto
22602/9200/010	Publicidad Consejería Asuntos Sociales	403.000,00 €
22602/9200/011	Publicidad Consejería Deporte y Juventud	264.000,00 €
22602/9200/003	Publicidad Economía y Hacienda	106.000,00 €
22602/9200/012	Publicidad Educación y Cultura	252.000,00 €
22602/9200/008	Publicidad Fomento	243.000,00 €
22602/9200/002	Publicidad Presidencia y Gobernación	388.000,00 €

22602/9200/007	Publicidad Servicios Urbanos	324.000,00 €
----------------	------------------------------	--------------

El Presupuesto de la Ciudad de Ceuta para 2020 recoge que la ejecución de las partidas 22602/9200/002 Publicidad Sanidad, Consumo y Gobernación 88.000,00 €; 22602/9200/003 Publicidad Hacienda, Economía y Función Pública 100.000,00 €, queda condicionada al cumplimiento del compromiso por parte del Estado de realizar la aportación a la Ciudad de Ceuta de las cantidades correspondientes a dos Convenios que figuraban en los Presupuestos Generales del Estado de 2018, prorrogados en 2019, como subvención nominativa y que no fueron satisfechos.

La ejecución de este gasto se desarrollará en función de las acciones de publicidad y comunicación que se recogen en las campañas determinadas en el punto cuatro de este Plan.

3.3 Ejecución del Plan.

Las campañas de publicidad y comunicación institucional contenidas en este Plan, se ejecutarán ajustándose en lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. La eficacia de la publicidad institucional exige que la misma sea objeto de máxima difusión entre la población de la Ciudad Autónoma de Ceuta, por lo que resulta proporcional y adecuado a la propia naturaleza de la prestación, la exigencia del requisito de alcanzar la máxima difusión local de la publicidad.

En función de las necesidades recogidas en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, se determinarán las asignaciones porcentuales a los distintos canales de difusión. Estas asignaciones a los diferentes canales de difusión deben entenderse como la cantidad máxima que está dispuesta a contratar la Administración para los diferentes canales. Además, en función de las necesidades detectadas por el Gabinete de Comunicación, la asignación a cada canal de difusión podrá ser modificada para períodos concretos, cumpliéndose el siguiente criterio:

- La modificación deberá realizarse para períodos específicos y determinados, dentro del año natural en curso y en concordancia con el presupuesto aprobado, cumpliendo con la normativa aplicable y vigente en cada caso.
- ASIGNACIÓN PORCENTUAL A LOS CANALES DE DIFUSIÓN.

En relación a las asignaciones porcentuales a los canales de difusión, en función del presupuesto destinado al Plan de Publicidad y Comunicación para el ejercicio 2020, analizando los antecedentes anteriores y la penetración de los medios de comunicación en nuestra ciudad, así como, su implantación, se estiman los siguientes porcentajes estimados mínimos, que deberán respetar las cantidades presupuestadas por cada Consejería, en función de las necesidades determinadas:

CANALES DE DIFUSIÓN	ASIGNACIÓN PORCENTUAL MÁXIMA
PRENSA ESCRITA	45,00 %
PRENSA DIGITAL	40,00 %
RADIOS	15 %

Los medios de comunicación de prensa escrita, digital y radio deberán acreditar que tienen difusión en la Ciudad de Ceuta, mediante la certificación de alta una certificadora acreditada como OJD, o en el caso que corresponda en ausencia de la misma, en el Estudio General de Medios (EGM) antes de finalizar el ejercicio precedente a la aprobación al citado Plan.

La ejecución de las campañas de publicidad se realizará a partir del precio medio estimado para cada medio de comunicación en las contrataciones realizadas por cada Consejería durante el ejercicio 2019, y en defecto del mismo, del precio estimado por el técnico competente.

4. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN CON CARACTER GENERAL.

4.1. Introducción.

El presente apartado contiene la publicidad y comunicación institucional que, con carácter general, llevará a cabo la Ciudad Autónoma de Ceuta durante el ejercicio presupuestario 2020, en función de lo dispuesto en los anteriores apartados de este Plan.

Aun cuando esta Administración no está afectada por la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional, y tal y como se ha expuesto anteriormente, en todos los casos la publicidad y comunicación respetaran los principios establecidos en esta norma, tanto en lo referente a la naturaleza de las acciones, como a los objetivos y a las finalidades y limitaciones.

En última instancia, las acciones de publicidad y comunicación serán fieles al espíritu de esta Ley, que pasa por garantizar la utilidad pública de las campañas institucionales, la transparencia y la lealtad institucional, desarrollando una política planificada, ordenada y coherente.

Las acciones comunicativas que aquí se exponen son el fruto de la reflexión conjunta de las distintas Consejerías en las que articula la Administración de la Ciudad Autónoma y el Departamento Técnico de Comunicación, en su calidad de departamento dedicado a ejecutar las tareas de comunicación, y, en consecuencia, responsable de definir los criterios técnicos que han de regir este Plan. En última instancia, y precisamente debido a su cometido, el Departamento Técnico adscrito a la Sociedad de Fomento (PROCESA), ha determinado la planificación anual del citado Plan.

4.2. Objetivos y datos principales.

La publicidad y comunicación institucional que pondrá en marcha la Ciudad Autónoma de Ceuta durante el ejercicio presupuestario 2020 responden a problemas y objetivos de diversa naturaleza. Pero todas ellas coinciden en un espacio común: la necesidad de reforzar un mensaje en beneficio del interés general.

La Ciudad Autónoma de Ceuta se dirige a los ciudadanos a través de notas de prensa, comunicados, comparencias públicas, Internet y redes sociales. Sin embargo, en ocasiones no basta con estos medios para conseguir el fin pretendido, y el lenguaje publicitario se presenta como el instrumento idóneo para lanzar o reforzar el mensaje.

Como decíamos, la diversidad de objetivos de las acciones publicitarias contrasta con la existencia de un denominador común que hace necesario el uso de este instrumento: el interés público.

De los diez objetivos a los que hacen referencia la Ley 29/2005, y que han sido adaptados para la elaboración de este Plan, los que se buscan con una mayor asiduidad son los de “comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social” e “informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de la Ciudad Autónoma y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos que presta esta Administración”.

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 sectores de los medios de comunicación (prensa, prensa digital y radio), de varios o únicamente de uno de ellos.

El Plan de Publicidad y Comunicación se distribuye entre siete Consejerías que tienen presupuesto asignado a esta finalidad. El citado Plan queda estructurado de la siguiente forma:

CONSEJERÍA	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN
SERVICIOS SOCIALES	20,35 %
DEPORTE Y JUVENTUD	13,33 %

HACIENDA, ECONOMÍA Y FUNCIÓN PÚBLICA	5,36 %
SANIDAD, CONSUMO Y GOBERNACIÓN	19,59 %
EDUCACIÓN Y CULTURA	12,73 %
FOMENTO Y TURISMO	12,28 %
MEDIO AMBIENTE Y SERVICIOS URBANOS	16,36 %

4.3. Relación del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, con carácter general, distribuidos en función al plazo de ejecución.

El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional que tiene previsto ejecutar la Ciudad Autónoma durante el ejercicio 2020, se detalla por Consejerías, delimitando su objeto y objetivo, según el Anexo 1 que se adjunta al Plan.

5. CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN CON CARACTER ESPECÍFICO.

El Departamento Técnico Comunicación, a partir de las necesidades detectadas y propuestas por las distintas Consejerías, podrá desarrollar y aprobar campañas de publicidad y comunicación específicas, que no se encuentren previstas en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional contenido en este documento, con el objetivo de cumplir con el interés público. En este sentido, para la aprobación de las campañas de publicidad y comunicación específicas, se deberá:

- Informar por parte de la Consejería competente de la necesidad en la elaboración de la campaña de publicidad y comunicación, dónde quedará delimitado su objetivo, duración y público al que va dirigido.
- El Departamento Técnico de Comunicación, deberá revisar que la información aportada es acorde con las características y aspectos relevantes del Plan de Publicidad y Comunicación vigente. Una vez realizada, definirá y comunicará a los medios de comunicación contratados, la campaña a ejecutar.

5. REVISIÓN DEL PLAN.

Como se ha mencionado anteriormente, y tal y como queda recogido en el punto “6.6. *Aprobación y revisión de los Planes de los Criterios de Ejecución de las Campañas Institucionales de Publicidad y Comunicación de la Ciudad Autónoma de Ceuta para el ejercicio 2019*”, “esta planificación, como la de cualquier otra entidad, está basada en previsiones, lo que, unido a la naturaleza cambiante de la realidad, obliga a dotar al Plan de un mecanismo flexible de revisión que haga posible que esta Administración pueda adaptar su política de comunicación a las necesidades que puedan surgir durante el periodo de vigencia”; al mismo tiempo, el citado punto recoge que “ante el imperativo de ajustarse a las disponibilidades presupuestarias, la Ciudad Autónoma podrá revisar las acciones de publicidad y comunicación de acuerdo a alguno de los siguientes supuestos:

- *En función de las necesidades definidas por cada una de las Consejerías y organismos dependientes de la Administración Local [...]. La modificación deberá realizarse para periodos específicos y determinados, dentro del año natural en curso y en concordancia con el presupuesto aprobado.*
- *Introducir nuevas campañas de publicidad y comunicación para hacer frente a situaciones no previstas, aunque significara no ejecutar otras acciones planificadas”.*

La necesidad de esta flexibilidad no solo está soportada por el sentido común, sino por la propia Ley 29/2005, que se ha tomado como referencia para elaborar este Plan, y donde se prevé los mecanismos de revisión de los Planes de Publicidad y Comunicación Institucional (artículo 13).

El mecanismo de revisión debe ser lo suficientemente ágil como para adaptarse a las necesidades que puedan surgir, que en ocasiones pueden requerir de la realización de acciones comunicativas de manera diligente. En otros casos se tratará simplemente de utilizar la publicidad y la comuni-

cación institucional ante la aparición de nuevas necesidades comunicativas o la ejecución de necesidades no previstas.

**El citado Plan de Publicidad y Comunicación Institucional podrá sufrir las modificaciones que se consideren precisas por el Consejo de Gobierno, a raíz de la evolución de la emergencia sanitaria por el COVID-19 y el estado de alarma en el que se encuentra inmerso el país a la fecha de aprobación del documento.*

Anexo 1

Educación y Cultura	Campaña de Navidad – Promoción de espectáculos y actuaciones
Objetivo y sentido: Informar de a la población de las diferentes acciones que se han programado desde la consejería con motivo de las fiestas navideñas, a saber obras de teatro infantiles así como la candela navideña y otros...	
Periodo de ejecución: Noviembre - Enero	
Población Objetivo: General - Padres	

Educación y Cultura	Ferias a lo largo del año 2019
Objetivo y sentido: Instar a la participación en las ferias orientadas, especialmente a los jóvenes. Informar a los diferentes expositores y opciones que tienen los jóvenes para planificar su futuro.	
Periodo de ejecución: Marzo-Diciembre	
Población Objetivo: Joven - Padres	

Educación y Cultura	Obras de teatro, conciertos y exposiciones.
Objetivo y sentido: Informar de horarios y lugares de compra de entradas. Invitar a la participación	
Periodo de ejecución: Marzo a Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Educación y Cultura	Campaña de Matriculación escolar
Objetivo y sentido: Informar sobre los plazos y requisitos para la matriculación. Especialmente las guarderías.	
Periodo de ejecución: Marzo-Mayo	
Población Objetivo: Padres	

Educación y Cultura	Promoción de las redes sociales de la casa de la Juventud
Objetivo y sentido: Promocionar las redes sociales de la casa de la Juventud, dar a conocer los diferentes canales que dispone y como se puede acceder a ellos así como los servicios que ofrecen.	
Periodo de ejecución: Enero a Diciembre.	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Campaña de Matriculación escolar
Objetivo y sentido: Invitar a los jóvenes a apuntarse en los cursos. Relación de los mismos así como lugares, fechas y horarios.	
Periodo de ejecución: Mayo-Agosto.	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Escuela de la juventud verano 2019
Objetivo y sentido: Invitar a los jóvenes a apuntarse en los cursos. Relación de los mismos así como lugares, fechas y horarios.	
Periodo de ejecución: Mayo - Agosto.	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Escuela de la juventud otoño 2019
Objetivo y sentido: Invitar a los jóvenes a apuntarse en los cursos. Relación de los mismos así como lugares, fechas y horarios.	
Periodo de ejecución: Septiembre - Noviembre.	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Promoción del Carné Joven Europeo.
Objetivo y sentido: Dar a conocer las ventajas que ofrece el carné a los jóvenes.	
Periodo de ejecución: Marzo-Agosto.	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Premios de la Juventud 2019 – Convocatoria.
Objetivo y sentido: Animar a participar en el concurso, exponer las diferentes modalidades que se premian y las recompensas a los ganadores así como los pasos necesarios para participar.	
Periodo de ejecución: Septiembre-Noviembre.	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Bono Cultural 2019
Objetivo y sentido: Dar a conocer el bono y sus ventajas, así como el listado de los diferentes contenidos culturales a los que derecho.	
Periodo de ejecución: Febrero-Diciembre	
Población Objetivo: Joven.	

Educación y Cultura	Actividades de verano 2019 – Programa Verano joven
Objetivo y sentido: Difundir las diferentes actividades que ha preparado la Casa de la Juventud para el verano 2019. Informar de los lugares, horarios y requisitos para poder participar.	
Periodo de ejecución: Mayo-Agosto	
Población Objetivo: Joven	

Educación y Cultura	Promoción de Ayudas y becas.
Objetivo y sentido: Publicar las ayudas y becas que la consejería pone a disposición de los jóvenes así como los procedimientos para acceder.	
Periodo de ejecución: Febrero-Diciembre	
Población Objetivo: Joven	

Educación y Cultura	Promoción de la Feria del Libro
Objetivo y sentido: Anunciar la feria indicando las fechas y diferentes acciones lúdicas que se realizarán durante la misma. Incitar a la lectura en sus diferentes facetas.	
Periodo de ejecución: Mayo	
Población Objetivo: General - Padres	

Educación y Cultura	Aviso de Matriculación en Instituto de Idiomas y Conservatorio de Música.
Objetivo y sentido: Dar a conocer los diferentes idiomas e instrumentos en los que se pueden matricular. Fechas y lugares donde se puede realizar la matriculación.	
Periodo de ejecución: Mayo	
Población Objetivo: General.	

Educación y Cultura	Semana Santa: Recorridos
Objetivo y sentido: Dar a conocer los recorridos y diferentes encuentros que se realizarán durante la Semana Santa así como animar a la participación.	
Periodo de ejecución: Abril.	
Población Objetivo: General.	

Educación y Cultura	Felicitación de fiestas: Inicio y fin del Ramadán
Objetivo y sentido: Felicitar a la amplia comunidad musulmana su fiesta grande.	
Periodo de ejecución: Mayo - Junio	
Población Objetivo: General.	

Economía, Hacienda y Administración Pública.	Desaladora
Objetivo y sentido: Dar difusión a lo conseguido gracias a los fondos Europeos. Es una publicación que Europa pide que se realice.	
Periodo de ejecución: Marzo a Diciembre.	
Población Objetivo: General.	

Economía, Hacienda y Administración Pública.	Aviso a los proveedores
Objetivo y sentido: Reservado para utilizar por la administración cuando lo necesite.	
Periodo de ejecución: Necesidad.	
Población Objetivo: General.	

Economía, Hacienda y Administración Pública.	Comprar en Ceuta, campaña de sensibilización.
Objetivo y sentido: Animar a realizar las compras de Navidad y Reyes en las tiendas y superficies comerciales de la ciudad recalando los beneficios que nos reporta a todos apostar por la ciudad.	
Periodo de ejecución: Octubre- Diciembre.	
Población Objetivo: General.	

Fiestas	Campaña de Feria 2019
Objetivo y sentido: Informar de los días y horarios de la feria, así como de los días especiales. Dar a conocer los diferentes puntos de interés para la ciudadanía en el recinto ferial. Así como los espectáculos que se ofrecen.	
Periodo de ejecución: Julio - Agosto.	
Población Objetivo: General.	

Fiestas	Campaña de Navidad.
Objetivo y sentido: Información de las actividades programadas para las Navidades y los Reyes.	
Periodo de ejecución: Diciembre - Enero.	
Población Objetivo: General.	

Fomento	Campaña de Accesibilidad – Proyecto DEA – Busca el distintivo
Objetivo y sentido: Destacar el distintivo que la Consejería da a las empresas que apuestan por la accesibilidad. Informar de aquellos lugares que ya lo poseen y el nivel de accesibilidad que han logrado gracias al asesoramiento de la OTACE.	
Periodo de ejecución: Necesidad.	
Población Objetivo: General.	

Fomento	III Semana de Accesibilidad
Objetivo y sentido: Promoción de la semana que ayuda a mejorar la ciudad.	
Periodo de ejecución: Noviembre.	
Población Objetivo: General.	

Fomento	Conoce la OTACE – Premio CERMI 2018
Objetivo y sentido: Dar a conocer la ubicación y horarios de la oficina los servicios que se ofrecen.	
Periodo de ejecución: Marzo – Diciembre.	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Educación Vial
Objetivo y sentido: Se recogerán aquéllas que sean más necesarias a la vista de la Policía Local y que hayan detectado en su comercio habitual. Uso del casco, respetar los pasos de cebra, uso responsable del móvil siendo peatón.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Consejos y colaboración en el cumplimiento de las ordenanzas.
Objetivo y sentido: Se anunciarán aquéllas ordenanzas que a lo largo del año se vea cierta necesidad de recordar a la ciudadanía como por ejemplo el horario de tirada y recogida de basuras o el no llevar a los perros a playas que no lo tienen permitido.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Gobernación	Actividades Deportivas: Restricciones de circulación por causa de actividades culturales, deportivas o festivas.
Objetivo y sentido: Avisar con tiempo de antelación de las restricciones circulatorias, dando alternativas y marcando los tiempos de corte.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Feria: Consejos y recomendaciones en materia de protección civil y uso del transporte público.
Objetivo y sentido: Se recogerán y trasladarán al público aquellos consejos que desde el ARCE se realizan y además instará el uso del transporte público.	
Periodo de ejecución: Julio - Agosto	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Día de la Mochila: Consejos y recomendaciones en materia de protección civil.
Objetivo y sentido: Se recogerán y trasladarán al público aquellos consejos que desde el ARCE se realizan.	
Periodo de ejecución: Octubre	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Navidad: Consejos y recomendaciones en materia de protección civil.
Objetivo y sentido: Se recogerán y trasladarán al público aquellos consejos que desde el ARCE se realizan.	
Periodo de ejecución: Diciembre - Enero	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Semana Santa: Consejos y recomendaciones en materia de protección civil y uso del transporte público.
Objetivo y sentido: Se recogerán y trasladarán al público aquellos consejos que desde el ARCE se realizan y además se instará el uso del transporte público.	
Periodo de ejecución: Abril.	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Verano: Consejos y recomendaciones en materia de protección civil
Objetivo y sentido: Se recogerán y trasladarán al público aquellos consejos que desde el ARCE se realizan.	
Periodo de ejecución: Junio - Agosto	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Obras: aviso de cortes de tráfico, cambios de sentido o dirección y otras situaciones que deban ser informadas.
Objetivo y sentido: Dar todo tipo de información necesaria y con tiempo de antelación para interferir lo mínimo en la ciudadanía, lugar del corte y periodo de duración así como alternativas.	
Periodo de ejecución: Febrero - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Presidencia y Gobernación	Ahora, Ceuta más segura promoción del SafeCity
Objetivo y sentido: Informar de la puesta en marcha del proyecto SafeCity y como este nos beneficia a todos	
Periodo de ejecución: Abril - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Campaña de playas 2020
Objetivo y sentido: Dar información del inicio y fin de la temporada así como de los medios que se ponen a disposición durante la temporada de baño	
Periodo de ejecución: Mayo - Septiembre	
Población Objetivo: General.	

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Campaña de sensibilización al reciclaje
Objetivo y sentido: Inculcar la necesidad de reciclar dando información de cómo hacerlo de forma correcta.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	

Población Objetivo: General.

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Comienzo de la campaña contra incendios forestales
Objetivo y sentido: Informar sobre las fechas de prohibición de encendido de fuegos y cómo evitar prenderlos.	
Periodo de ejecución: Junio - Noviembre	
Población Objetivo: General.	

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Campaña de ahorro del Agua
Objetivo y sentido: Instar al uso responsable de un bien tan escaso.	
Periodo de ejecución: Febrero - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Hora del Planeta
Objetivo y sentido: Incentivar a la ciudadanía a participar en la acción medioambiental a la que se une el ayuntamiento de Ceuta	
Periodo de ejecución: Marzo	
Población Objetivo: General.	

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Campaña de sensibilización y concienciación a mantener la limpieza en la ciudad.
Objetivo y sentido: Instar a la ciudadanía a ser proactivos en el tema de limpieza, instando a evitar situaciones que ensucian la ciudad.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Medio Ambiente y Sostenibilidad	Verano: Horario de ascensores y recomendaciones de usos
Objetivo y sentido: Dar a conocer los nuevos ascensores así como su horario de uso y pautas para un correcto funcionamiento	
Periodo de ejecución: Mayo - Septiembre	
Población Objetivo: General.	

Educación y Cultura	Premio Convivencia: anuncios de sus actividades
Objetivo y sentido: Dar promoción y a conocer las muchas actividades que la fundación organiza a lo largo del año.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Educación y Cultura	Premio Convivencia: difusión de la nueva sede en la Estación
Objetivo y sentido: Promocionar las nuevas instalaciones de la fundación así como sus nuevos servicios	
Periodo de ejecución: Septiembre - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Campaña de vacunación contra la gripe
Objetivo y sentido: Instar a la población, en especial los colectivos en riesgo, a vacunarse. Destacar la gratuidad y los lugares donde se puede acudir	
Periodo de ejecución: Septiembre - Enero	
Población Objetivo: General – Población de riesgo	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Campaña de prevención de la Hepatitis A
Objetivo y sentido: Indicar cómo evitar el contagio y los síntomas del mismo.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General.	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Programa de detección del cáncer colorrectal
Objetivo y sentido: Animar a la población objetivo, 60 a 69 años, a participar en el programa ya que pueden evitar males mayores.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: Mayores	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Programa de salud en verano
Objetivo y sentido: Dar a conocer e instar a poner en práctica a todas las sugerencias que hace la consejería en materia de salud durante el verano	
Periodo de ejecución: Mayo - Septiembre	
Población Objetivo: General	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Campaña de vacunación Rabia
Objetivo y sentido: Instar a la vacunación de las mascotas susceptibles de ello, poner en valor la gratuidad del servicio.	
Periodo de ejecución: Mayo - Junio	
Población Objetivo: General	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Campaña de sensibilización contra las agresiones y el maltrato machista
Objetivo y sentido: Campaña con el fin de sensibilizar a todos de que dichos maltratos no se deben permitir y es cosa de todos el erradicarlos	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	Promoción de los mercados de abastos de Ceuta
Objetivo y sentido: Mostrar las bondades de comprar en los mercados de Ceuta	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General	

Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	RULE: promoción y difusión de las labores que realiza; lugares y horarios.
Objetivo y sentido: Difundir los lugares y horarios donde se realiza el servicio a los jóvenes, así como los servicios que se ofrecen.	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	

Población Objetivo: Joven.

Deporte y Juventud	Promoción Escuelas Deportivas
Objetivo y sentido: Destacar los diferentes deportes que se ponen a disposición de la ciudadanía durante el verano.	
Periodo de ejecución: Agosto - Noviembre	
Población Objetivo: General	

Deporte y Juventud	Promoción de Actividades Deportivas – Carreras 2020
Objetivo y sentido: Animar a participar en las carreras que organiza la Ciudad a través del ICD	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General	

Deporte y Juventud	Campaña de verano 2020
Objetivo y sentido: Dar a conocer todas las actividades que organiza la consejería para los jóvenes en verano ya sean cursos o campus	
Periodo de ejecución: Marzo - Julio	
Población Objetivo: General	

Deporte y Juventud	Uso responsable del uso de los certificados de residencia
Objetivo y sentido: Instar a dar un uso responsable de los certificados de residencia, que no se conviertan en usar y tirar	
Periodo de ejecución: Marzo - Diciembre	
Población Objetivo: General	

Servicios Urbanos y Patrimonio Natural	Campaña de Abonos Parque Marítimo
Objetivo y sentido: Dar a conocer el inicio de la temporada de baño así como animar a abonarse	
Periodo de ejecución: Abril - Julio	
Población Objetivo: General	

Deporte y Juventud	Los 300: Aviso de recorrido y cortes; incitar a la ciudadanía a animar en el recorrido
Objetivo y sentido: Avisar con tiempo de las restricciones con el fin de evitar inconvenientes. Instar a la participación apoyando a los corredores a lo largo del recorrido.	
Periodo de ejecución: Mayo	
Población Objetivo:	

INFORME DE LA TÉCNICO DE ADMINISTRACIÓN GENERAL SOBRE EL CONTENIDO DEL PLAN

“ANTECEDENTES DE HECHO

1.- El Consejo de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Ceuta, en el ejercicio 2012, aprobó el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el período comprendido entre octubre del 2012 a diciembre 2013.

Durante los años 2014, 2015, 2016 y 2017, no existe constancia de la aprobación de los Planes de Publicidad y Comunicación Institucional para esos ejercicios. No obstante, si consta que el Consejo de Gobierno de la Ciudad, prestó conformidad en fecha 10 de julio de 2013, a la Propuesta del Consejero de Hacienda, Economía y Recursos Humanos relativa a los Criterios de ejecución de la campañas institucionales de publicidad y comunicación de la Ciudad Autónoma de Ceuta, por lo que durante esos ejercicios ha habido un marco general y normativo, que además de definir y delimitar la naturaleza, objetivos y finalidades de las campañas de comunicación y publicidad, establecía unos criterios objetivos que determinaban la distribución entre los medios de comunicación del presupuesto destinado a las acciones publicitarias.

2.- En fecha 28 de noviembre de 2017, el Consejo de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Ceuta, prestó conformidad a la Propuesta de la Consejera de Presidencia y Relaciones Institucionales relativa tanto a la convocatoria para acreditar la solvencia técnica y financiera de los medios de comunicación para el ejercicio 2018, como los criterios de ejecución de las campañas institucionales de publicidad y comunicación de la Ciudad Autónoma de Ceuta para el ejercicio 2018.

3º.- Con fecha 2 de febrero de 2018, se aprobó por el Consejo de Gobierno la propuesta del Acuerdo del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Ciudad Autónoma de Ceuta 2018, y sus anexos y documentación complementaria.

4º.- En fecha 2 de febrero de 2019, se aprueba el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Ciudad Autónoma de Ceuta para el 2019, y sus anexos y documentación complementaria.

5º.- En fecha 21 de febrero de 2020, se solicita informe sobre el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Ciudad Autónoma de Ceuta para el 2020.

CONSIDERACIONES JURÍDICAS

Primera. - El Estatuto de Autonomía de Ceuta, aprobado por la Ley Orgánica 1/1995, de 13 de marzo, en su artículo 17, atribuye al Consejo de Gobierno la dirección política de la ciudad, y el ejercicio de las funciones ejecutivas y administrativas correspondientes, sin perjuicio de las competencias reservadas a la Asamblea.

En el Reglamento de Gobierno y los Servicios de la Administración de la Ciudad Autónoma de Ceuta, aprobado por el Pleno de la Asamblea el 31 de octubre de 2017 (BOCCE n.º 5729, de 10-11-2017), en su artículo 12.b), recoge, igualmente, el ejercicio de las funciones ejecutivas y administrativas correspondiente, sin perjuicio de las competencias reservadas a la Asamblea.

A tenor de las competencias descritas, que tienen reflejo en toda acción de gobierno, se atribuye al Consejo de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Ceuta, la competencia para la aprobación del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2019.

Segunda. - El artículo 1 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, 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. En este sentido, la Junta de Andalucía aprueba por la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad. En el mismo sentido, la Ley 2/2015, de 2 de abril, de Transparencia, Buen Gobierno y Participación Ciudadana de la Comunidad Valenciana.

El Estatuto de Autonomía de Ceuta, 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.

Por otro lado, la Sentencia del Tribunal Constitucional 240/2006, de 20 de julio (BOE núm. 197, de 18 de agosto de 2006), recoge en el voto particular del Magistrado don Jorge Rodríguez-Zapata Pérez, entre otras cuestiones, la siguiente: “A semejanza de las Comunidades Autónomas uniprovinciales, Ceuta y Melilla son comunidades autónomas uniprovinciales, en las que su aparato institucional es, a la vez, a la vez, municipal y autonómico”.

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 Ceuta, 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, el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2020, toma como referencia esta norma para establecer tanto las definiciones de campañas institucionales de publicidad y comunicación, como los requisitos de las campañas, así como los condicionantes y las prohibiciones expresas.

El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional cumple con el principio de transparencia. En este sentido, se recogen, al igual que se hizo en el Plan anterior, una asignación porcentual expresa a los canales de difusión; dando a conocer todas las actividades de publicidad y comunicación que prevea desarrollar la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Tercera. - El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2020, tiene repercusiones presupuestarias. El presupuesto estimado, con el detalle que se desglosa en el cuadro 1, es de 1.980.000 de euros:

CUADRO 1

Reparto presupuestario de la Publicidad Institucional 2020

Nº Partida	Partida Presupuestaria	Presupuesto
22602/9200/010	Publicidad Consejería Asuntos Sociales	403.000,00 €
22602/9200/011	Publicidad Consejería Deporte y Juventud	264.000,00 €
22602/9200/003	Publicidad Economía y Hacienda	106.000,00 €
22602/9200/012	Publicidad Educación y Cultura	252.000,00 €
22602/9200/008	Publicidad Fomento	243.000,00 €
22602/9200/002	Publicidad Presidencia y Gobernación	388.000,00 €
22602/9200/007	Publicidad Servicios Urbanos	324.000,00 €

El Presupuesto de la Ciudad de Ceuta para 2020 recoge que la ejecución de las partidas 22602/9200/002 Publicidad Presidencia y Gobernación 388.000,00 €; 22602/9200/003 Publicidad Economía, Hacienda y AAPP 100.000,00 €, queda condicionada al cumplimiento del compromiso por parte del Estado de la aportación a la Ciudad de Ceuta de unas ayudas, y de su incorporación en el Presupuesto General del Estado para 2020, o mediante fórmula jurídica válida a los fines pretendidos.

El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2020, no afecta a las cargas administrativas.

Cuarta. - El Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2020, consta de tres puntos, y un anexo I, en el que se recoge el detalle de las campañas de publicidad y comunicación institucionales a realizar durante el ejercicio 2020.

Conclusión: Por todo lo expuesto con anterioridad, la técnico entiende que el Plan de Publicidad y Comunicación que se propone es ajustado a Derecho, y en consecuencia emite el oportuno informe favorable.”

1.2.- Propuesta relativa a prestación de servicios públicos esenciales que deben ser atendidos en Cada Consejería.

Conocida la siguiente propuesta:

“Como consecuencia de la crisis sanitaria del COVID-19, se ha declarado el estado de alarma por el Gobierno de la nación por Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo (modificado por Real Decreto 465/2020, de 17 de marzo), estableciéndose importantes medidas de restricción de la movilidad personal, al objeto de contener la extensión del virus.

La Disposición Adicional tercera del R.D. 463/2020, establece que “se suspenden términos y se interrumpen los plazos para la tramitación de los procedimientos de las entidades del sector público”, de modo que “el cómputo de los plazos se reanudará en el momento en que pierda vigencia el presente Real Decreto o, en su caso, las prórrogas del mismo”; con excepción, como no puede ser de otra forma, de “los procedimientos y resoluciones a los que hace referencia el apartado primero, cuando estos vengan referidos ña situaciones estrechamente vinculadas a los hechos justificativos del estado de alarma”. Asimismo, conforme al epígrafe 3 de la misma disposición adicional, “el órgano competente podrá acordar, mediante resolución motivada, las medidas de ordenación e instrucción estrictamente necesarias para evitar perjuicios graves en los derechos e intereses del interesado en el procedimiento y siempre que éste manifieste su conformidad, o cuando el interesado manifieste su conformidad con que no se suspenda el plazo”.

En todo caso, el epígrafe 4 de la citada disposición adicional tercera, en redacción dada por D.D. 465/2020, autoriza que “sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados anteriores desde la entrada en vigor del presente real decreto, las entidades del sector público podrán acordar motivadamente la continuación de aquellos procedimientos administrativos que vengan referidos a situaciones estrechamente vinculadas a los hechos justificativos del estado de alarma, o que sean indispensables para la protección del interés general o para el funcionamiento básico de los servicios.”

Posteriormente, dada la evolución y propagación del COVID-19, el Gobierno de España por Real Decreto 476/2020, de 27 de marzo declaró la prórroga del Estado de Alarma hasta el próximo 12 de abril, ante la necesidad de intensificar las medidas adoptadas, y contener la propagación del virus.

Ante esta coyuntura, el Gobierno de la Ciudad en Acuerdo de Consejo de Gobierno de fecha 26-03-2020, declaró los servicios esenciales que deben mantenerse mientras dure esta crisis sanitaria.

Con el fin de limitar aún más la movilidad y desplazamientos de los ciudadanos, y como medida para favorecer el control de la epidemia se ha aprobado el Real Decreto-Ley 10/2020, de 29 de marzo, por el que se regula un permiso retribuido recuperable para las personas trabajadoras por cuenta ajena que no presten servicios esenciales, con el fin de reducir la movilidad de la población en el contexto de la lucha contra el COVID-19. Esta norma en su Disposición Adicional Primera, habilita a las comunidades autónomas y entidades locales para dictar las instrucciones y resoluciones que sean necesarias para regular la prestación de servicios de los empleados públicos incluidos en el ámbito de aplicación del

Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público, con el objeto de mantener el funcionamiento de los servicios públicos que se consideren esenciales.

Por todo ello, esta Administración estima conveniente reorganizar temporalmente el trabajo de los empleados públicos con el objeto de salvaguardar la protección de la salud y garantizar al mismo tiempo la adecuada prestación de los servicios públicos que resulten imprescindibles y esenciales para los ciudadanos.

Teniendo en cuenta la declaración de servicios esenciales realizada por Acuerdo de Consejo de Gobierno de la Ciudad de 26-03-2020 y, tras realizar un análisis con los titulares de cada una de las Consejerías que forman parte de la estructura organizativa de la Ciudad, se estima que para garantizar la prestación de estos servicios será necesario el personal que se relaciona en el Anexo I de esta Resolución.

PRIMERO.- La presente Resolución tiene por objeto garantizar la prestación de los servicios públicos esenciales en el ámbito de competencias de la Ciudad Autónoma de Ceuta, siendo de aplicación a los empleados públicos de la Ciudad.

SEGUNDO.- Con carácter general se establece la prestación de los servicios con carácter no presencial, en la medida de lo posible el personal deberá teletrabajar desde su domicilio y estar disponible para la realización de cualquier tarea que le sea requerida.

TERCERO.- En cada Consejería y a efectos de garantizar la prestación de los servicios esenciales en su ámbito de competencias, se deberá por parte del Responsable de cada servicio, organizar al personal que deba realizar la prestación de los servicios con carácter presencial, cumpliendo con lo previsto en el Anexo I de esta Resolución. Siempre que sea posible se deberá establecer un sistema de rotación o de turnos para la prestación de servicios con carácter presencia.

CUARTO.- Cuando existan motivos de interés general que así lo exijan, se podrá requerir a los empleados públicos que realicen la prestación de servicios con carácter no presencial a la realización en régimen presencial de aquellas actividades administrativas específicas que resulten imprescindibles para la adecuada prestación de los servicios públicos esenciales.

QUINTO.- Esta Resolución se mantendrá en vigor mientras se mantenga la declaración del Estado de Alarma.

ANEXO I

Los servicios que tienen que estar atendidos en cada Consejería para la prestación de los servicios públicos esenciales es el que se relaciona:

- Consejería de Presidencia y Relaciones Institucionales:

*Secretaría Particular de la Presidencia.
Gabinete de Prensa.
Secretaría Particular de la Consejería.
Negociado de estadística (apoyo a sanidad).
Parque Móvil.
Servicios de Emergencia 112.
Protección Civil.
Servicios de Extinción de Incendios y Salvamento (SEIS).
Centros de Menores.*

Radio Televisión Ceuta.
Gestión del pago de facturas a proveedores.

- Consejería de Educación y Cultura.

Negociado de Educación.
Negociado de Cultura y Patrimonio Cultural.
Convenio MEC: (Apoyo trabajadores sociales para prestar funciones de apoyo o Servicios Sociales).
Gestión del pago de facturas a proveedores.

- Consejería de Sanidad, Consumo y Gobernación.

T.E.I.
DUES.
DDD.
Servicios comunes de la Consejería: Auxiliar de enfermería, veterinarios, médicos, recogida de animales.
Drogodependencias.
Mercados.
Consumo.
Matadero.
Cementerio Musulmán.
Cementerio Santa Catalina.
Clínica Militar.
Policía Local.
Limpieza y desinfección.
Gestión del pago de facturas a proveedores.

- Consejería de Hacienda, Economía y Función Pública.

RR.HH.
Secretaría Particular Consejería.
Intervención.
Tesorería.
Contratación.
Servicios Tributarios.
Asesoría Jurídica.
PROCESA (Ayuda a PYMES y autónomos).
Servicios de Prevención de Riesgos Laborales.
Gestión del pago de facturas a proveedores.
Secretaría General.

- Consejería de Servicios Sociales.

UTS.
Programa de familia.
SIVO.
Alojamiento.
IMIS Hadú.
IMIS Príncipe.
Unidad Administrativa SS.
Subvención IRPF.
Apoyo a todas las unidades.
Centros de mayores: (Teleasistencia).
Gobernación.
Nuestra Señora de África.
Centro Asesor de la Mujer.
Gestión del pago de facturas a proveedores.

- Consejería de Fomento y Turismo.

Negociado de vivienda.

Servicio de Transportes.

Disciplina urbanística.

Urbanismo.

TSI.

Hotel Puerta de África.

Gestión de pago de facturas a proveedores, se incluye a Servicios Turísticos.

- Consejería de Juventud y Deporte:

Gestión del pago de facturas a proveedores. (Juventud e ICD).

- Consejería de Medio Ambiente y Servicios Urbanos:

Unidad administrativa Palacio y Mercado.

Industria.

Parques y jardines.

Alumbrado público.

OBIMACE.

OBIMASA.

ACEMSA.

AMGEVICESA.

Gestión del pago de factura.”

El Consejo de Gobierno, **por unanimidad de los presentes, ACUERDA:**

- **Aprobar la propuesta anteriormente transcrita.**

1.3.- Propuesta relativa a concesión de subvenciones de forma directa, a través de PROCESA, en el marco de las actuaciones derivadas de la pandemia causada por el COVID-19.

Conocida propuesta del siguiente tenor:

“Mediante Real 463/2020, de 14 de marzo, el Gobierno de España declaró el estado de alarma en todo el territorio nacional, para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

El mismo incluye medidas extraordinarias como la suspensión, con excepciones, de la apertura al público de los locales y establecimientos minoristas, de aquellos en los que se desarrollan espectáculos públicos, actividades deportivas y de ocio, actividades de hostelería y restauración, así como la limitación de la libertad de circulación de las personas y del funcionamiento de los medios de transporte públicos. Dichas suspensiones y limitaciones pueden tener como consecuencia indeseada una falta de liquidez en los sectores económicos afectados por las mismas, que conlleve a su destrucción de empleo.

Conscientes de esas negativas repercusiones, las autoridades comunitarias, nacionales, regionales y locales, están adoptando una serie de decisiones dirigidas a flexibilizar la normativa que regula los regímenes de ayudas existentes en los respectivos niveles de decisión, con la intención de establecer mecanismos rápidos, ágiles y efectivos, que permitan sostener a los autónomos y empresas cuyos negocios eran viables antes de la pandemia,

para que puedan estar en situación de reanudar su actividad y mantener el empleo cuando las citadas suspensiones y limitaciones desaparezcan.

Sin ánimo de exhaustividad, la Comisión Europea ha elaborado un Marco Temporal de Ayudas por el COVID-19, al amparo del cual se están autorizando a los Estados Miembros regímenes de ayudas extraordinarios para combatir los efectos del COVID-19 sobre sus respectivas economías. En el caso de España se ha solicitado un arco nacional temporal que cubre, a modo de “paraguas”, las distintas actuaciones que se lleven a cabo por las autoridades regionales y locales con ese mismo objetivo.

Para que los programas de ayudas cumplan el objetivo previsto, es indispensable que la tramitación de las subvenciones sea ágil y rápida, ya que de lo contrario se corre el riesgo de que la situación del autónomo o empresario se haga irreversible desde el punto de vista económico.

Tanto la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, como su Reglamento, aprobado por Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, e igualmente el Reglamento de Subvenciones de la Ciudad, publicado en BOCCE de 18 de enero de 2005, establecen como procedimiento general para su tramitación el de concurrencia competitiva. No obstante, las mismas normas contemplan también la posibilidad de acudir al procedimiento de concesión directa, en supuestos tasados.

En el caso que nos ocupa, utilizar el procedimiento de concesión directa supondría agilizar enormemente la concesión de las ayudas, pues evitaría el proceso de puntuación y ordenación de las solicitudes que implica la concurrencia competitiva, con el consumo de tiempo que ello conlleva.

Para la tramitación de las ayudas e incentivos destinados a favorecer la creación y mantenimiento de la inversión y el empleo, la Consejería de Hacienda, Economía y Empleo cuenta con un instrumento especializado, la sociedad mercantil pública PROCESA, que tiene la consideración de medio propio y servicio técnico de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Entre las competencias del Consejo de Gobierno de la Ciudad de Ceuta figura la relativa al ejercicio de las funciones ejecutivas y administrativas.

A estos antecedentes son de aplicación las siguientes FUNDAMENTOS JURÍDICOS:

PRIMERO.- El artículo 22 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, establece en su apartado 2.c) que podrán concederse de forma directa, con carácter excepcional, aquellas otras subvenciones en que se acrediten razones de interés público, social, económico o humanitario, u otras debidamente justificadas que dificulten su convocatoria.

SEGUNDO.- El artículo 28 de la citada Ley General de Subvenciones, establece los contenidos mínimos del procedimiento de concesión directa: “a) Definición del objeto de las subvenciones, con indicación del carácter singular de las mismas y las razones que acreditan el interés público, social, económico o humanitario y aquéllas que justifican la dificultad de su convocatoria pública; b) Régimen jurídico aplicable; c) Beneficiarios y modalidades de ayuda; d) Procedimiento de concesión y régimen de justificación de la aplicación dada a las subvenciones por los beneficiarios y, en su caso, entidades colaboradoras.”

TERCERO.- El artículo 67 del Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, establece

en su apartado 1, para los casos en que se acrediten razones de interés público, social, económico o humanitario, u otras debidamente justificadas que dificulten su convocatoria pública, que “podrán concederse directamente, con carácter excepcional, las subvenciones a que se refiere la letra c) del apartado 2 del artículo 22 de la Ley General de Subvenciones. En la Administración General del Estado, en las Entidades Locales, y en los organismos públicos vinculados o dependientes de aquéllas será de aplicación lo previsto en la Ley General de Subvenciones y en este Reglamento, salvo en lo que en una y otro afecte a la aplicación de los principios de publicidad y concurrencia.”

CUARTO.- El Reglamento de Subvenciones de la Ciudad, publicado en el BOCCE de 18 de enero de 2005, recoge en su artículo 4, relativo a las clases de subvenciones, en su apartado b), que “Son subvenciones excepcionales las que se otorgan en supuestos especiales y para satisfacer necesidades excepcionales sin carácter periódico, y podrán concederse sin concurrencia competitiva, siempre que se acrediten razones de interés público, social, económico o humanitario u otras debidamente justificadas que dificulten su convocatoria pública.”

QUINTO.- La situación excepcional creada por el estado de alarma declarado por el Real Decreto 463/2020 de 20 de marzo, y sus modificaciones posteriores, hace aplicable la excepción prevista en las normas citadas, y por tanto permite tramitar por el procedimiento de concesión directa las subvenciones que se concedan a los autónomos y empresas afectados en su actividad por las consecuencias del COVID-19.

SEXTO.- La tramitación del procedimiento de concesión directa de subvenciones destinadas a paliar las consecuencias negativas que, sobre el tejido empresarial ceutí, tienen la suspensión y paralización de actividades y las limitaciones a la movilidad, puede acometerse mediante encargo, en los términos del artículo 32 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, a PROCESA SOCIEDAD DE DESARROLLO DE CEUTA S.A., sociedad mercantil pública dependiente funcionalmente de la Consejería de Hacienda, Economía y Función Pública, en su condición de medio propio y servicio técnico de la Ciudad, entre cuyas competencias estatutarias figuran las relativas a: “la programación, gestión, seguimiento y control administrativo, técnico, financiero y presupuestario, de las actuaciones cofinanciadas por los Fondos Europeos y la Ciudad Autónoma de Ceuta; el impulso de los mecanismos y apoyos destinados a incentivar inversiones empresariales de interés estratégico generadora de riqueza y empleo, así como la economía social y el autoempleo; la gestión e las competencias en materia de Economía que la Consejería de la que depende funcionalmente tenga a bien encomendarle, tales como las relativas a comercio interior, pequeñas y medianas empresas, apoyo al emprendimiento, y elaboración de estadísticas para fines de la Ciudad; y la ejecución, en su condición de medio propio y servicio técnico de la Ciudad Autónoma de Ceuta, de las encomiendas de gestión que, en desarrollo de sus competencias, y conforme a lo previsto en el artículo 1º de estos Estatutos, puedan encargarle los órganos de la misma y los poderes adjudicadores de estos dependientes.”

SÉPTIMO.- Los artículos 16 y 17 del Estatuto de Autonomía de Ceuta y el artículo 4 del Reglamento del Consejo de Gobierno de la Ciudad de Ceuta, atribuyen a dicho órgano colegiado la competencia para el ejercicio de las funciones ejecutivas y administrativas.

PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

En razón a la situación excepcional derivada del estado de alarma decretado por causa de la pandemia del COVID-19, que justifica la tramitación de subvenciones mediante el procedimiento de concesión directa, al Consejo se propone la adopción de los siguientes ACUERDOS:

UNO.- Autorizar un régimen de ayudas, mediante el procedimiento de concesión directa, destinado a paliar los efectos que sobre el tejido empresarial de Ceuta tienen la suspensión y paralización de actividades y las limitaciones a la movilidad, derivadas del estado de alarma decretado por Real Decreto 463/2020 y sus posteriores modificaciones.

DOS.- Autorizar a la Consejería de Hacienda, Economía y Función Pública el encargo a PROCESA de la tramitación del procedimiento de dicho régimen de ayudas, con sometimiento a la vigente normativa de subvenciones.”

El Consejo de Gobierno, **por unanimidad de los presentes, ACUERDA:**

1.- Autorizar un régimen de ayudas, mediante el procedimiento de concesión directa, destinado a paliar los efectos que sobre el tejido empresarial de Ceuta tienen la suspensión y paralización de actividades y las limitaciones a la movilidad, derivadas del estado de alarma decretado por Real Decreto 463/2020 y sus posteriores modificaciones.

2.- Autorizar a la Consejería de Hacienda, Economía y Función Pública el encargo a PROCESA de la tramitación del procedimiento de dicho régimen de ayudas, con sometimiento a la vigente normativa de subvenciones.

2º) INFORMES DE GESTIÓN.

Se da cuenta de la situación epidemiológica de la Ciudad, así de cómo se encuentran los Albergues provisionales ubicados en los polideportivos Santa Amelia y La Libertad.

Del mismo modo, se tiene conocimiento de las medidas de carácter social y económico aplicadas para poder atender las consecuencias del COVID-19.

El Gobierno de la Ciudad viene reuniéndose diariamente, desde el Decreto de Estado de Alarma, durante todas las semanas con objeto de evaluar la situación de la enfermedad COVID-19, la adopción de medidas y el seguimiento de las normas aprobadas por el Gobierno de la Nación.

Y no habiendo más asuntos que tratar, la Presidencia levanta la sesión cuando son las once horas cinco minutos, de todo lo cual, como Secretario del Consejo de Gobierno, CERTIFICO:

Vº Bº
EL PRESIDENTE