

Expte.: eAJ-0006/2022

Asunto: Licitación de un Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para las marcas bajo el paraguas de Turismo de Islas Canarias y su estrategia Canarias Destino, cofinanciado con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y/o con el Fondo REACT-EU (Fondos "Next Generation EU"). Procedimiento Abierto sujeto a regulación armonizada y Tramitación Ordinaria.

RESOLUCIÓN DE LA CONSEJERA DELEGADA DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A POR LA QUE SE APRUEBA RECTIFICAR EL PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES Y EL DEL PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA LICITACIÓN DE UN SERVICIO DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS PUBLICITARIOS PARA LAS MARCAS BAJO EL PARAGUAS DE TURISMO DE ISLAS CANARIAS Y SU ESTRATEGIA CANARIAS DESTINO, COFINANCIADO CON EL FONDO EUROPEO REGIONAL DE DESARROLLO (FEDER) Y/O CON EL FONDO REACT-EU (FONDOS "NEXT GENERATION EU"), A TRAVÉS DE UN PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA Y TRAMITACIÓN ORDINARIA.

Visto el expediente obrante, resultan los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO

I.- En virtud de Resolución de la Consejera Delegada de Promotur Turismo Canarias S.A, de fecha 10 de marzo de 2022, se aprueba el inicio del expediente núm. eAJ0006/2022 para la contratación de un Servicio de planificación y compra de medios publicitarios de las marcas titularidad de Promotur Turismo Canarias S.A y bajo el paraguas de "Turismo de Islas Canarias" y en el marco de la Estrategia adoptada "Canarias Destino"; vista la Memoria justificativa de Necesidad emitida en fecha de 08 de marzo de 2022 por el Área de Comunicación y Marketing a través de la responsable de Proyectos de Comunicación al Cliente Final y Control de Calidad de Promotur Turismo de Canarias S.A, y de la que informa favorablemente la Consejera Delegada de esta entidad el mismo día 10 de marzo de idéntica anualidad; el Informe de existencia de financiación que acredita la disponibilidad de crédito adecuado y suficiente al efecto para atender las obligaciones económicas derivadas de este servicio; el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares y el de Prescripciones Técnicas y el Informe Jurídico a efectos de garantizar la legalidad de la actuación.



II.- Este servicio se licita, en cuanto su preparación y tramitación, en el marco normativo constituido por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP); el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, modificado parcialmente por el Real Decreto 773/2015, de 28 de agosto; y respecto a sus efectos y extinción, se somete al ordenamiento jurídico privado; todo ello de conformidad con lo señalado en el artículo 318 letra b) y 319 de la mentada Ley de Contratos del Sector Público, aplicable a esta entidad en tanto sociedad mercantil pública incluida en el ámbito subjetivo de dicho texto legal y poder adjudicador no Administración Pública (PANAP), al cumplir los requisitos contenidos en el artículo 3.3 letra d).

El procedimiento que se emplea es el abierto, regulado en los artículos 156 y siguientes de la Ley 9/2017, pues de conformidad con el artículo 131 de la citada Ley se establece que “*la adjudicación se realizará, ordinariamente, utilizando el procedimiento abierto o el procedimiento restringido*”; y se sigue la tramitación ordinaria a tenor de lo dispuesto en el artículo 116 de la LCSP/2017.

El contrato, además, está sujeto a regulación armonizada por razón de la superación de los umbrales de valor económico previstos para estos contratos a tenor de lo establecido en el artículo 22.1 letra b) de la LCSP/2017 y según las actualizaciones operadas Reglamentos comunitarios que introduce las modificaciones en las directivas respecto a los límites cuantitativos legales de los contratos del sector público a partir de 01 de enero de 2022, que entiende sujetos a regulación armonizada los contratos adjudicados por entidades del sector público distintas a la Administración General del Estado, sus Organismos Autónomos o las Entidades Gestoras y Servicios Comunes de la Seguridad Social cuyo valor estimado sea igual o superior a 215.000,00 euros-, por lo que la contratación habrá de estar sometida a las Directivas europeas de contratación pública.

III.- En la reiterada fecha de 10 de marzo de 2022, se envía el anuncio de licitación al Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE), y se publica el día 12 de marzo del mismo año dicho Anuncio, junto con la documentación preparatoria del expediente a que refiere el artículo 63.3 letra a) de la LCSP/2017, así, entre otros, Cuadro-resumen informativo, el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, el Pliego de Prescripciones Técnicas, los Anexos-Modelos que los acompañan en la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSE).

El día 15 de marzo, se da publicidad a través del Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) y, tras ello, en el Portal de licitación electrónica que emplea Promotur Turismo Canarias S.A para la gestión de sus licitaciones y contrataciones.



A estos efectos, y de conformidad con el artículo 156. 2 y 3 letra a) de la LCSP/2017, se otorga un plazo de quince (15) días naturales a contar desde la fecha de envío del anuncio a la Oficina de Publicaciones de la Unión Europea para la presentación de ofertas, supliendo los días restantes a la confirmación de publicación en dicho Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE).

IV.- Con posterioridad a estas publicaciones y previamente a la finalización del plazo de presentación de ofertas, se advierten discrepancias en el Cuadro establecido en la Cláusula 8.2 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares en el que se identifica los criterios de adjudicación y la puntuación otorgada a cada uno y la descripción de dichos criterios y puntuación en el apartado 2, letras (v) y (vi) de la misma Cláusula 8.2 y Pliego. Idéntica discrepancia se observa en la Cláusula 8 del Prescripciones técnicas que rige este Servicio, en la que se contiene el cuadro de referencia, y la descripción del criterio y puntuación prevista en la Cláusulas 9.2.2 y 9.2.3; todo ello, según los siguientes términos:

- Cláusulas 8.2 y 8.2.2. (v) y (vi) del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares:

Donde dice:

"8.2.- Criterios de adjudicación

<i>CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN</i>	
<i>Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para Turismo de Islas Canarias</i>	
	<i>Puntuación máxima</i>
<i>Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente</i>	<i>60</i>
<i>1. Propuesta de servicios de carácter innovador</i>	<i>15</i>
<i>2. Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación</i>	<i>15</i>
<i>3. Tres ejercicios de planificación de medios en base a los tres conceptos de comunicación aportados por el licitador</i>	<i>30</i>
<i>Criterios de adjudicación evaluables automáticamente</i>	<i>40</i>
<i>4. Propuesta de red internacional</i>	<i>5</i>
<i>5. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online</i>	<i>15</i>



CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	
<i>Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para Turismo de Islas Canarias</i>	
	<i>Puntuación máxima</i>
6. <i>Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline</i>	15
7. <i>Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos para los proyectos singulares</i>	5
TOTAL	100

(...)

8.2.2.- Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente (...)

(v) *En referencia al criterio “5. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online”:*

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i

P_m = puntuación máxima

O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)

O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio, con un máximo de 20 puntos.

(vi) *En referencia al criterio “6. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline”:*

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:



Financiado por la Unión Europea
NextGeneraciónEU



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Calle Eduardo Benot, 35 · Bajo
35008 Las Palmas de Gran Canaria.-
T. +34 928 290 579 • F. +34 928 234 289

C/ Fomento, 7, 2º, Oficina 11 A-B
38003 Santa Cruz de Tenerife
T. +34 922 229 466 • F. +34 922 201 530

turismodeislascanarias.com
profesionales@turismodecanarias.com



$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i
 P_m = puntuación máxima
 O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)
 O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio, con un **máximo de 20 puntos**.

Debe decir:

"8.2.- Criterios de adjudicación

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	
<i>Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para Turismo de Islas Canarias</i>	
	<i>Puntuación máxima</i>
<i>Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente</i>	60
1. <i>Propuesta de servicios de carácter innovador</i>	15
2. <i>Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación</i>	15
3. <i>Tres ejercicios de planificación de medios en base a los tres conceptos de comunicación aportados por el licitador</i>	30
<i>Criterios de adjudicación evaluables automáticamente</i>	40
4. <i>Propuesta de red internacional</i>	5
5. <i>Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online</i>	15
6. <i>Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline</i>	15
7. <i>Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos para los proyectos singulares</i>	5
TOTAL	100

(...)

Promotur Turismo Canarias, S.A., C.I.F. A-35845593, inscrita en el Registro Mercantil de Las Palmas, Tomo 1758, Libro G.C. 34913, Inscripción 1ª.



Financiado por la Unión Europea
NextGeneraciónEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



**Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia**

Calle Eduardo Benot, 35 · Bajo
35008 Las Palmas de Gran Canaria.-
T. +34 928 290 579 · F. +34 928 234 289

C/ Fomento, 7, 2º, Oficina 11 A-B
38003 Santa Cruz de Tenerife
T. +34 922 229 466 · F. +34 922 201 530

turismodeislascanarias.com
profesionales@turismodecanarias.com



8.2.2.- Criterios de Adjudicación evaluables automáticamente (...)

(v) En referencia al criterio “5. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online”:

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i

P_m = puntuación máxima

O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)

O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio, con un **máximo de 15 puntos**.

(vi) En referencia al criterio “6. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline”:

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i

P_m = puntuación máxima

O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)

O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio, con un **máximo de 15 puntos**.

(...)



- Cláusula 8 y 9.2.2 y 9.2.3 del Pliego de Prescripciones técnicas:

Donde dice:

"8.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

<i>CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN</i>	
<i>Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para Turismo de Islas Canarias</i>	
	<i>Puntuación máxima</i>
<i>Crterios de adjudicación no evaluables automáticamente</i>	<i>60</i>
<i>1. Propuesta de servicios de carácter innovador</i>	<i>15</i>
<i>2. Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación</i>	<i>15</i>
<i>3. Tres ejercicios de planificación de medios en base a los tres conceptos de comunicación aportados por el licitador</i>	<i>30</i>
<i>Crterios de adjudicación evaluables automáticamente</i>	<i>40</i>
<i>4. Propuesta de red internacional</i>	<i>5</i>
<i>5. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online</i>	<i>15</i>
<i>6. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline</i>	<i>15</i>
<i>7. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos para los proyectos singulares</i>	<i>5</i>
<i>TOTAL</i>	<i>100</i>

(...)

9.2. Criterios de adjudicación evaluables automáticamente (...)

9.2.2.- En referencia al criterio 5: "Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online":

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

Promotur Turismo Canarias, S.A., C.I.F. A-35845593, inscrita en el Registro Mercantil de Las Palmas, Tomo 1758, Libro G.C. 34913, Inscripción 1ª.



$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i
 P_m = puntuación máxima
 O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)
 O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio, con un **máximo de 20 puntos**.

9.2.3.- En referencia al criterio "6. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline":

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i
 P_m = puntuación máxima
 O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)
 O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio 6, con un **máximo de 20 puntos (...)**"

Debe decir:

"8.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	
Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para Turismo de Islas Canarias	
	Puntuación máxima
Criterios de adjudicación no evaluables automáticamente	60
8. Propuesta de servicios de carácter innovador	15



Financiado por la Unión Europea
NextGeneraciónEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

Calle Eduardo Benot, 35 · Bajo
35008 Las Palmas de Gran Canaria.-
T. +34 928 290 579 · F. + 34 928 234 289

C/ Fomento, 7, 2º, Oficina 11 A-B
38003 Santa Cruz de Tenerife
T. +34 922 229 466 · F. +34 922 201 530

turismodeislascanarias.com
profesionales@turismodecanarias.com



CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN	
<i>Servicio de planificación y compra de medios publicitarios para Turismo de Islas Canarias</i>	
	<i>Puntuación máxima</i>
<i>9. Propuesta de sistema de planificación, ejecución y coordinación</i>	<i>15</i>
<i>10. Tres ejercicios de planificación de medios en base a los tres conceptos de comunicación aportados por el licitador</i>	<i>30</i>
<i>Crterios de adjudicación evaluables automáticamente</i>	<i>40</i>
<i>11. Propuesta de red internacional</i>	<i>5</i>
<i>12. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online</i>	<i>15</i>
<i>13. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline</i>	<i>15</i>
<i>14. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de proveedores externos para los proyectos singulares</i>	<i>5</i>
TOTAL	100

(...)

9.2. Criterios de adjudicación evaluables automáticamente (...)

9.2.2.- En referencia al criterio 5: “Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios online”:

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i
 P_m = puntuación máxima
 O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)
 O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)



Se valorará este criterio, con un **máximo de 15 puntos**.

9.2.3.- En referencia al criterio “6. Valoración económica de la comisión de agencia sobre la contratación de medios, soportes y espacios publicitarios offline”:

Para la valoración de este criterio, se otorgará la puntuación máxima a la propuesta más baja de comisión de agencia, sin incluir tributación indirecta que fuera de aplicación sobre los mismos, expresada en porcentaje (%), otorgándose puntuación al resto de los licitadores según la siguiente fórmula:

$$P_i = P_m * [((O_m * 100) + 5) / ((O_i * 100) + 5)]$$

P_i = puntuación de la oferta del licitador i
 P_m = puntuación máxima
 O_m = Mejor oferta expresada en porcentaje (%)
 O_i = Oferta del licitador i expresada en porcentaje (%)

Se valorará este criterio 6, con un **máximo de 15 puntos (...)**"

V.- Por lo expuesto, se procede a examinar la rectificación en los Pliegos al amparo de los artículos 122.1 y 124 de la LCSP/2017, considerándose adecuada y procedente al amparo de estos preceptos, así como a las demás disposiciones legales y reglamentarias sobre contratación pública y jurisprudencia al efecto, y todo ello con base a las siguientes,

CONSIDERACIONES JURÍDICAS

1º.- Según lo dispuesto en el artículo 61 de la LCSP/2017, corresponde a la Consejera Delegada de Promotur Turismo Canarias S.A adoptar la presente Resolución, como órgano de contratación unipersonal que actúa en representación de esta entidad y tiene atribuidas las facultades para celebrar contratos en su nombre, según resulta de acta en sesión del Consejo de Administración de esta sociedad mercantil pública celebrada el día 03 de octubre de 2.019, y dentro del conjunto de prerrogativas que expresan en la Cláusula 2.2 del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares.



2º.- El artículo 122.1 de la LCSP/2017 señala que *"los pliegos de cláusulas administrativas particulares deberán aprobarse previamente a la autorización del gasto o conjuntamente con ella, y siempre antes de la licitación del contrato, o de no existir esta, antes de su adjudicación, y solo podrán ser modificados con posterioridad por error material, de hecho o aritmético. En otro caso, la modificación del pliego conllevará la retroacción de actuaciones"*

El mismo contenido se reproduce en el artículo 124 del meritado texto legal al disponer que *"los pliegos y documentos que contengan las prescripciones técnicas particulares que hayan de regir la realización de la prestación y definan sus calidades, sus condiciones sociales y ambientales, de conformidad con los requisitos que para cada contrato establece la presente Ley, y solo podrán ser modificados con posterioridad por error material, de hecho o aritmético"*

De la redacción dada a los citados preceptos se interpreta que la ley habilita de manera excepcional a que el órgano de contratación pueda rectificar los pliegos con posterioridad a su elaboración esto es, una vez hayan resultado publicados por los sistemas o medios electrónicos preceptivos, siempre que se traten de rectificaciones basadas en algunos de los errores identificables como materiales, de hecho o aritméticos, que son los que justamente contempla el artículo 109, apartado 2º de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas para los actos administrativos.

Si bien es cierto que, conforme al tenor literal del artículo 2.2 letra b) de la Ley 39/2015 de Procedimiento Administrativo Común (LPACAP), esta ley resulta de aplicación a las entidades de derecho privado vinculadas o dependientes de las Administraciones Públicas las normas de esta Ley que específicamente se refieran a las mismas, y en todo caso, cuando ejerzan potestades administrativas; por lo que la aplicación de este precepto tiene vocación de generalidad, ya que, tras decir que las entidades privadas quedarán sujetas a las normas de la LPAC *«que específicamente se refieran a las mismas»*, a continuación añade que dicha ley se les aplicará, *«en todo caso, cuando ejerzan potestades públicas»*, considerando la doctrina administrativa al efecto, se ha de tener presente que las disposiciones específicas de esta ley, referidas a las sociedades mercantiles públicas, no existen como tales, por lo que se interpreta que lo que el legislador ha querido decir es que, si ejercen potestades administrativas, el ejercicio de dichas potestades ha de quedar sujeto a las normas que, con carácter general, regulan el procedimiento y la forma de producirse los actos administrativos, con sus atributos de presunción de validez y eficacia, con sus medios de ejecución forzosa, su régimen de invalidez, etc.

Ello no obsta a considerar, empero, que el hecho de que Promotur Turismo Canarias S.A no ejerza, ni directa ni delegadamente, potestades o facultades administrativas que obligarían a atender las normas de la LPACAP, se descarte de manera deliberada la aplicación de esta normativa referenciada, lo cierto es que, dado que en el ámbito de la



contratación, del que deviene el patrocinio resultante de la convocatoria encuentra su acomodo legislativo en una norma de derecho administrativo, esta es, la vigente Ley de Contratos del Sector del Público (LCSP 9/2017), se produce una *vis expansiva* de la Ley del procedimiento administrativo común para determinados aspectos relacionados en materia contractual. De este modo, se observa que en tanto la Ley de Contratos del Sector Público que, despliega sus efectos sobre las contrataciones que efectúen las sociedades mercantiles públicas, remite para determinados aspectos a la Ley de Procedimiento Administrativo Común, existe, por ende, una sujeción de las sociedades mercantiles públicas a la regulación contenida en dicha ley para los mismos, sin perjuicio de aquellos otros que expresamente les resulten de aplicación.

3º.- Acudiendo a la abundante jurisprudencia del Tribunal Supremo (TS) en relación con el artículo 109.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (STS de 18 de junio de 2001 casación 2947/1993, con cita de STS 18 de mayo de 1967, 15 de octubre de 1984, 31 de octubre de 1984, 16 de noviembre de 1984, 30 de mayo de 1985, 18 de septiembre de 1985, 31 de enero de 1989, 13 de marzo de 1989, 29 de marzo de 1989, 9 de octubre de 1989, 26 de octubre de 1989, 20 de diciembre de 1989, 27 de febrero de 1990, 23 de diciembre de 1991, 16 de noviembre de 1998), aplicable a Promotur Turismo Canarias según el art.2.2 letra b) de la LPACAP y doctrina expuesta, se ha de tener en consideración para que sea posible la rectificación de las discrepancias o errores advertidos en los Pliegos que se trate de un error "*... ostensible, manifiesto, indiscutible y evidente por sí mismo, sin necesidad de mayores razonamientos, y por exteriorizarse prima facie por su sola contemplación (frente al carácter de calificación jurídica, seguida de una declaración basada en ella, que ostenta el error de derecho), por lo que, para poder aplicar el mecanismo procedimental de rectificación de errores materiales o de hecho, se requiere que concurran, en esencia, las siguientes circunstancias:*

- 1) *Que se trate de simples equivocaciones elementales de nombres, fechas, operaciones aritméticas o transcripciones de documentos;*
- 2) *Que el error se aprecie teniendo que cuenta exclusivamente los datos del expediente administrativo en el que se advierte;*
- 3) *Que el error sea patente y claro, sin necesidad de acudir a interpretaciones de normas jurídicas aplicables;*
- 4) *Que no se proceda de oficio a la revisión de actos administrativos firmes y consentidos;*
- 5) *Que no se produzca una alteración fundamental en el sentido del acto (pues no existe error material cuando su apreciación implique un juicio valorativo o exija una operación de calificación jurídica);*



6) *Que no padezca la subsistencia del acto administrativo, es decir, que no genere la anulación o revocación del mismo, en cuanto creador de derechos subjetivos, produciéndose uno nuevo sobre bases diferentes y sin las debidas garantías para el afectado, pues el acto administrativo rectificador ha de mostrar idéntico contenido dispositivo, sustantivo y resolutorio que el acto rectificado, sin que pueda la Administración, so pretexto de su potestad rectificatoria de oficio, encubrir una auténtica revisión; y*

7) *Que se aplique con un hondo criterio restrictivo".»*

En referencia al error que se detecta en la puntuación que se asigna al Cuadro donde se recogen los criterios de adjudicación evaluables automáticamente establecidos para esta licitación y la descripción específica del criterio y puntuación, que se contiene tanto en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares como en el Pliego de Prescripciones Técnicas, dicho error se califica como un mero **error de transcripción**, manifestado por la mera contemplación contradictoria de los puntos que figuran en dicho Cuadro y los que se indican en la descripción concreta del criterio, por lo que se trata de un error claro y patente que queda acreditado y del que se deja constancia sin realizar ninguna interpretación ni calificación jurídica. Además, dicho error no abocaría a una alteración fundamental o modificación significativa de los pliegos, en el sentido del art. 136 de la LCSP y, por lo tanto, tampoco merecería el tratamiento de un vicio de nulidad del pliego que llevaría a una retroacción del procedimiento, toda vez que lo que se pretende es corregir la impropcedente discrepancia una vez se ha advertido que no resulta acorde con lo previsto en los pliegos, y teniendo presentes los principios de contratación pública, así como la constatación de la inexistencia de terceros afectados, pues, hasta el momento actual, **no consta en el Portal de Licitación que emplea Promotur Turismo Canarias S.A, que es donde habrán de concurrir las licitadoras de conformidad con la Cláusula 10 del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares que rige este servicio; la presentación de oferta alguna.**

4º.- En cumplimiento de estos principios y, a mayor abundamiento, señala la Resolución 408/2015, de 4 de diciembre, del Tribunal de Tribunal Administrativo de Recursos Contractuales de la Junta de Andalucía que "(...)no cabe olvidar que nos encontramos en la fase inicial del procedimiento, por lo que la consecuencia de advertir en los pliegos un error material o una infracción de otra naturaleza no diferirá mucho en ambos casos y consistirá en publicar la modificación operada en aquellos utilizando los mismos medios de publicación que para la convocatoria de la licitación".

En el mismo sentido expuesto, cabe citar la Resolución 643/2016 del Tribunal Administrativo Central de Recursos Contractuales que admite la posibilidad de introducir modificaciones en los pliegos o rectificar los anuncios de licitación, pero siempre



condicionado a que la versión rectificada reciba, al menos, la misma publicidad, incluyéndose una advertencia de que se ha producido una rectificación.

Lo anterior, se prevé precisamente en el artículo 75 del Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre (RGLCAP) al regular que *"cualquier aclaración o rectificación de los anuncios de contratos será a cargo del órgano de contratación y se hará pública en igual forma que éstos, debiendo computarse, en su caso, a partir del nuevo anuncio, el plazo establecido para la presentación de proposiciones"*.

En consecuencia, si se parte los Pliegos, que forman parte del contenido del anuncio de licitación y se encuentran publicados y a disposición de los potenciales licitadores, adoleciera de algún error, sería preciso publicar un nuevo anuncio, por parte del órgano de contratación y en los mismos medios en que lo fue el primitivo y hacer constar claramente en el mismo la rectificación que se opera en dichos Pliegos, no siendo válida una corrección que consistiera en meras comunicaciones informales a los licitadores de la corrección efectuada.

En cuanto al plazo, y a tenor del reproducido artículo 75 del RGLCSP, en estos casos de corrección de errores, el plazo establecido para la presentación de proposiciones deberá computarse, en su caso, a partir del nuevo anuncio. De una interpretación gramatical del precepto, se entendería por consiguiente que se deja un margen de apreciación al órgano de contratación para que valore la entidad, carácter o consecuencias de la rectificación y que, en función de ello, tome la decisión que le parezca más oportuna al respecto, esto es, bien computar el plazo a partir del nuevo anuncio, o bien, acordar no modificar el plazo de presentación de proposiciones, si considera que la corrección es absolutamente intrascendente y no dificulta o entorpece el cumplimiento de los requisitos o la presentación de las ofertas y de la documentación exigida, como resulta en el presente caso al tratarse de un error meramente relativo a la transcripción de las puntuaciones que se asignan a los criterios determinados para la adjudicación del proceso licitatorio.

En definitiva, a la luz de las normas y resoluciones señaladas, dado que este procedimiento de licitación se encuentra en una fase muy primigenia, tal es así, en fase de presentación de ofertas, lo determinante es que **la rectificación del error pueda llevarse a cabo con plenas garantías para los potenciales licitadores afectados y sin merma alguna de los principios generales de la contratación pública, lo que exigiría en todo caso la adecuada publicidad de aquellos cambios en los mismos medios de publicación de la convocatoria, empero, sin que comporte el otorgamiento de la ampliación del plazo para la presentación de ofertas por considerarse un error claramente constatable y que no afecta a los licitadores potenciales en la redacción de sus ofertas ni del cumplimiento de aquellos de los requisitos para su concurrencia.**



Por todo lo precedentemente expuesto, y de conformidad con las consideraciones o fundamentos jurídicos antes indicados, esta Consejera Delegada, en uso las facultades que se le atribuyen,

RESUELVE

Primero. - RECTIFICAR las Cláusulas antes señaladas del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares rector del contrato que se licita para un Servicio consistente en la planificación y compra de medios publicitarios de las marcas de Promotur Turismo Canarias S.A que se integran bajo el paraguas de "Turismo de Islas Canarias" y en el marco de la Estrategia adoptada por dicha entidad denominada "Canarias Destino", que se tramita y adjudica por procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada y de tramitación ordinaria, de conformidad con los artículos 156 y siguientes de la LCSP/2017, en los términos que se indican cuerpo de este documento.

Segundo. - ORDENAR la publicación de la presente Resolución de rectificación del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y el de Prescripciones Técnicas, conforme a la legislación vigente y doctrina jurisprudencial de referencia.

En Las Palmas de Gran Canaria, en la fecha que consta en la firma digital.

Dña. Yaiza Castilla Herrera
Consejera Delegada
Promotur Turismo Canarias S.A

Promotur Turismo Canarias, S.A., C.I.F. A-35845593, inscrita en el Registro Mercantil de Las Palmas, Tomo 1758, Libro G.C. 34913, Inscripción 1ª.



Financiado por la Unión Europea
NextGeneraciónEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



**Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia**

Calle Eduardo Benot, 35 · Bajo
35008 Las Palmas de Gran Canaria.-
T. +34 928 290 579 • F. + 34 928 234 289

C/ Fomento, 7, 2º, Oficina 11 A-B
38003 Santa Cruz de Tenerife
T. +34 922 229 466 • F. +34 922 201 530

turismodeislascanarias.com
profesionales@turismodecanarias.com

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:

YAIZA CASTILLA HERRERA - CONSEJERO/A

Fecha: 16/03/2022 - 21:17:10

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde=
puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de
documento electrónico siguiente:

0I_rdsAqeG8Wkc9mzRDx-eYjH-SLjeYGR



El presente documento ha sido descargado el 17/03/2022 - 08:49:34