

Expte.: AJ 24/2024 CP

RESOLUCIÓN DEL DIRECTOR-GERENTE DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. POR LA QUE SE APRUEBA MODIFICACIÓN DE LAS BASES GENERALES QUE RIGEN LA CONVOCATORIA DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES QUE GENEREN UN RETORNO PUBLICITARIO PARA LA MARCA “ISLAS CANARIAS” Y AL DESTINO TURÍSTICO ISLAS CANARIAS EN EL PROCESO DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO CANARIO PARA SU POSTERIOR FORMALIZACIÓN EN CONTRATOS DE PATROCINIO, FINANCIADA A TRAVÉS DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, INTEGRADO EN EL MECANISMO DE RECUPERACIÓN Y RESILIENCIA, («FONDOS NEXT GENERATION EU»).

VISTO el expediente de referencia relativo a la convocatoria del proceso de selección de obras audiovisuales que generen un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario, para su posterior formalización en contratos de patrocinio (expediente nº AJ 24/2024 CP).

VISTO el Informe jurídico que obra en el expediente.

CONSIDERANDO lo dispuesto en la cláusula núm. 1 de las citadas Bases Generales, según la cual *se considera imprescindible la concurrencia de distintos agentes en la presente convocatoria para la difusión de la marca y el retorno publicitario a la misma, en virtud de los cuales las entidades patrocinadas difundan la marca “Islas Canarias” y el destino turístico Islas Canarias y favorezcan el mejor posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.*

CONSIDERANDO la conveniencia de adaptar ciertos extremos de las Bases Generales que rigen la convocatoria referida, a fin de facilitar la concurrencia competitiva en el proceso de selección y, por ende, asegurar el fin último de la convocatoria, se exponen los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO

- I. Con fecha 22 de agosto de 2024, por el Director-Gerente de Promotur Turismo Canarias, S.A., se dicta Resolución por la que se **aprueban las Bases generales** que rigen la convocatoria del proceso de selección de obras audiovisuales que generen un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario, para su posterior formalización en contratos de patrocinio, y por la que **se convoca el proceso de selección** correspondiente

al año 2024/25 (expediente nº AJ 24/2024 CP); siendo publicada en la página web institucional ese mismo día y abriéndose plazo de presentación de solicitudes por un mes desde la publicación de dicha Resolución de acuerdo con lo dispuesto en la Base núm. 14.1.

A los anteriores antecedentes de hecho les resulta de aplicación los siguientes:

CONSIDERACIONES JURÍDICAS

PRIMERA. – Partiendo de la idea de que, como sociedad mercantil pública, *ex* artículo 117.1 de la Ley 6/2006, de 17 de julio, del Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Canarias (en adelante, LPCAC) en relación con los artículos 5 y 6 de sus Estatutos sociales, Promotur Turismo Canarias, S.A., forma parte del sector público autonómico canario, pero **se somete al ordenamiento jurídico privado**, salvo en determinadas materias específicas de régimen presupuestario, económico-financiero, de contabilidad, intervención y de control financiero y de contratación, según se deduce del tenor literal de los apartados 2 y 3 del precitado artículo 117 de la LPCAC, cuyo contenido reproduce el contenido del artículo 166.2 de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas; se aprueban las Bases Generales de la convocatorias del **procedimiento *sui generis*** por Promotur Turismo Canarias, S.A. y es lanzada la convocatoria para el año 2024-2025.

I) Sobre el régimen jurídico aplicable al expediente AJ 24/2024 CP.

SEGUNDA. – Las **Bases generales** que rigen la convocatoria del proceso de selección de obras audiovisuales que generen un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y del destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario, para su posterior formalización en contratos de patrocinio; aprobadas mediante Resolución del Director-Gerente de Promotur Turismo Canarias S.A, de fecha 22 de agosto de 2024, contienen la regulación del procedimiento *sui generis* relativo a la selección de tales obras, esto es, **su régimen jurídico**, sin perjuicio de que resulten de aplicación otras disposiciones en caso de ausencia de previsión específica en ellas.

TERCERA. – La cláusula núm. 7.2 de las Bases generales que rigen la referida convocatoria establece expresamente que *“la presente convocatoria se realiza en virtud de la actividad propiamente dicha de esta sociedad mercantil pública, no en ejercicio de potestades propias administrativas, en tanto no ostenta tal atribución legal y expresa, todo ello con el fin de generar un retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias que impulse una mayor difusión de la imagen y notoriedad de la marca y destino que vendrá de la colaboración publicitaria, difusión y distribución de la obra audiovisual resultante, que efectúen los promotores y productoras audiovisuales con repercusión turística que resulten seleccionados en el marco de la misma y que por la entidad convocante supone prestar la contribución económica a favor de los mismos”*.

CUARTA. – No obstante lo anterior y supletoriamente a lo específicamente previsto en las referidas Bases generales, conforme al artículo 2.2 letra b) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público (en lo sucesivo, LRJSP), resulta de aplicación a las entidades de derecho privado vinculadas o dependientes de las Administraciones Públicas las normas de dicha Ley que específicamente se refieran a las mismas, en particular los principios previstos en el artículo 3, y en todo caso, cuando ejerzan potestades administrativas.

Específicamente el apartado 1 del precitado artículo 3 de la LRJSP somete a las entidades del sector público al respeto de los siguientes principios en su actuación y relaciones:

- a) *Servicio efectivo a los ciudadanos.*
- b) *Simplicidad, claridad y proximidad a los ciudadanos.*
- c) *Participación, objetividad y transparencia de la actuación administrativa.*
- d) *Racionalización y agilidad de los procedimientos administrativos y de las actividades materiales de gestión.*
- e) *Buena fe, confianza legítima y lealtad institucional.*
- f) *Responsabilidad por la gestión pública.*
- g) *Planificación y dirección por objetivos y control de la gestión y evaluación de los resultados de las políticas públicas.*
- h) *Eficacia en el cumplimiento de los objetivos fijados.*
- i) *Economía, suficiencia y adecuación estricta de los medios a los fines institucionales.*
- j) *Eficiencia en la asignación y utilización de los recursos públicos.*
- k) *Cooperación, colaboración y coordinación entre las Administraciones Públicas.*

También la cláusula núm. 3 de las Bases generales de referencia estipula que “*la convocatoria se rige en todo momento por los principios de eficacia y eficiencia en la utilización de los recursos económicos y que se dirige a entidades privadas pertenecientes al sector audiovisual que organicen, gestionen y lleven a cabo obras audiovisuales con capacidad de generar un retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias a nivel nacional e internacional, especialmente, en los diferentes mercados segmentos en los que opera y para los potenciales visitantes*”; lo que se logra mediante la proyección de la marca “Islas Canarias” en la propia obra audiovisual seleccionada, cumpliendo así con la finalidad de este instrumento jurídico que lo sustenta, el patrocinio, vinculándolos así específicamente a la finalidad de la convocatoria referida.

A mayor abundamiento, el apartado I) de la cláusula núm. 13 de las Bases generales de referencia añade expresamente el principio de “buena administración”.

QUINTA. – Adicionalmente, cabe destacar que, de conformidad con la cláusula núm. 15 de las Bases generales de referencia y en atención a la naturaleza jurídica de las entidades interesadas, la formalización del patrocinio que se derive de la selección de obras audiovisuales en el marco de la precitada convocatoria revestirá la forma de contrato, siendo el mismo atípico según la doctrina (ver, entre otros, el Informe 7/2018 de la Junta Superior de Contratación Administrativa de la Generalitat Valenciana), por lo que, considerando que Promotur Turismo Canarias, S.A. tiene condición de Poder Adjudicador No Administración Pública (comúnmente denominado PANAP) en atención al artículo 3.3.d) LCSP en relación con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, su adjudicación precisa de la tramitación de un expediente de contratación, a través del procedimiento que proceda de los regulados en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014; que se somete, entre otros, a los principios de “no discriminación e igualdad de trato entre los licitadores” y “salvaguardia de la libre competencia” (artículo 1.1 de la LCSP).

II) **Sobre la actuación ajustada a derecho respecto a las modificaciones oportunas para la consecución de la finalidad pretendida por la convocatoria.**

SEXTA. – Según lo dispuesto en la **cláusula núm. 14.1.iii** de las Bases generales que rigen la convocatoria de referencia:

“La presentación de la solicitud presupondrá la aceptación expresa, formal e incondicional de las presentes bases reguladoras, de las condiciones, requisitos y obligaciones que se contienen en las mismas y en la convocatoria.

Las mismas plasman a la perfección el principio civilista *pacta sunt servanda*, positivado en los artículos 1091, 1258 y 1278 del Código Civil, que significa el carácter vinculante o fuerza de ley de las Bases generales de referencia, por regular las mismas un procedimiento *sui generis* de selección de obras audiovisuales, su contenido mínimo y su desarrollo, los criterios de valoración para la selección, y las obligaciones derivadas, todo ello sustentado en los principios de actuación de esta sociedad mercantil pública previamente citados; de tal forma que la presentación de solicitud en el marco de la convocatoria de referencia supone la **asunción de los derechos y obligaciones derivados de las Bases** generales que rigen la misma y que constituye la principal fuente del derecho en su marco conforme a lo indicado en las consideraciones jurídicas anteriores, lo que incluye la actuación de las partes, es decir, que la relación jurídica que se instaura con la presentación de solicitud, obliga tanto a la persona o entidad interesada como a la entidad convocante a someterse al cumplimiento del contenido de las Bases, que fijan tanto los criterios de valoración de los proyectos de evento como los

requisitos de acceso y las obligaciones derivadas de la selección y suscripción del negocio jurídico subsiguiente.

SÉPTIMA. – En tal contexto, es imprescindible traer a colación la cláusula núm. 5.3 de las Bases generales de la convocatoria de referencia, que contienen los **requisitos específicos de carácter cumulativo** que han de cumplir las obras audiovisuales para que puedan ser **objeto de patrocinio**; entre los que se encuentran los siguientes:

(...)

“- Los proyectos objeto de esta convocatoria deberán reunir los requisitos necesarios para la obtención del certificado de nacionalidad oportuno según el Estado de origen de la obra y su derecho interno. Específicamente, en caso de producción española, se precisa certificado de nacionalidad expedido por el Instituto de las Artes Audiovisuales y Cinematográficas del Ministerio de Cultura y Deporte (ICAA), que deberá ser aportado en la fase de justificación en caso de no disponer del mismo en el plazo de presentación de solicitudes, tal como sucede, en caso de ser pertinente, con la aprobación de coproducción internacional del ICAA u órgano autonómico competente. En el caso de serie de televisión, cada temporada requerirá su propio certificado de nacionalidad”.

“- Las obras audiovisuales realizados en régimen de coproducción con empresas extranjeras, podrán acceder a la presente convocatoria siempre que antes de finalizar el plazo de presentación de solicitudes, el proyecto de coproducción haya obtenido la preceptiva aprobación del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales o del órgano autonómico competente. Para ello, deben haber presentado la correspondiente solicitud de aprobación de la coproducción internacional conforme a lo establecido en la Sección 2ª del Capítulo II del Real Decreto 1084/2015, de 4 de diciembre, al menos, ocho días antes a la finalización del plazo de presentación de solicitudes. La aprobación de la coproducción internacional estará condicionada, no obstante, al cumplimiento de los requisitos necesarios. Por tanto, aquellos proyectos a los que se requiera la subsanación de requisitos, la no subsanación con anterioridad a la finalización del plazo de presentación de las solicitudes dará lugar a la exclusión de dichos proyectos de la presente convocatoria”.

(...)

*“- En todo caso, deberá destinarse, al menos, un **veinte por ciento (20%)** del presupuesto total estimado a publicidad, comunicación y/o difusión de la obra audiovisual propuesta”.*

Respecto de este último requisito ha de precisarse que la importancia de la inversión publicitaria igualmente se refleja en el criterio de selección automático previsto en la Base núm. 11.1.4., configurado de la siguiente forma:

“Se valorará la inversión publicitaria por encima del mínimo establecido. Se otorgará la siguiente puntuación automática:

Inversión publicitaria superior al 20% e igual o inferior al 30%: 4 p.

Inversión publicitaria superior al 30% e igual o inferior al 40%: 6 p.

Inversión publicitaria superior al 40% e igual o inferior al 50%: 8 p.

Inversión publicitaria superior al 50% e igual o inferior al 60%: 10 p.

Inversión publicitaria superior al 60%: 12 p”.

OCTAVA. –Conforme al párrafo segundo de la **cláusula núm. 9** de las Bases generales de la convocatoria de referencia *“el órgano que instruye y resuelve ostenta las prerrogativas de interpretar las presentes Bases generales y reguladoras de esta convocatoria, resolver las dudas que ofrezca su interpretación, modificarlas para asegurar la consecución de la finalidad de la convocatoria (...)”.*

De modo tal que, habiendo sido **detectada la necesidad de atenuar** los precitados requisitos específicos de participación, recogidos en la cláusula 5.3 de las Bases por resultar de difícil consecución y, por consiguiente, el criterio de selección establecido en la Base núm. 11.1.4., cabe la modificación de tales extremos a fin de **favorecer la consecución de la finalidad específica de la convocatoria**, descrita en la cláusula núm. 2 de las Bases Generales como la de *“patrocinar la marca “Islas Canarias”, de forma tal que Islas Canarias, como marca patrocinadora de la obra audiovisual, debe adquirir un protagonismo lo suficientemente relevante en el relato de dicha obra audiovisual como para favorecer la notoriedad y dinamización del Archipiélago como del destino turístico Islas Canarias”.*

Así las cosas, de la precitada cláusula núm. 9.2 de las Bases generales que rigen la convocatoria de referencia se concluye que resulta posible modificar las mismas a fin de lograr la finalidad de aquella, máxime teniendo en consideración que dicha convocatoria no parten del ejercicio de potestades administrativas, sino del desarrollo de la propia actividad de la sociedad mercantil pública Promotur Turismo Canarias, S.A., en el marco del derecho privado, tal y como indica la precitada cláusula núm. 7 de las Bases generales que rigen la referida convocatoria.

Adentrándonos en la búsqueda de dicha **finalidad**, las referidas Bases generales son claras y reiterativas (ver al respecto las cláusulas núm. 2 y 16 de las mismas): es el **retorno publicitario** de la marca del patrocinador.

Precisamente la finalidad de la convocatoria de referencia se erige como la piedra angular de la misma y de los negocios jurídicos derivados de las mismas. Prueba de ello es que la cláusula núm. 21 de las Bases generales referenciadas incluye lo siguiente:

“Serán **causas de extinción** y consecuente devolución del patrocinio las siguientes:

(...)

d) La **realización** por parte del patrocinado **de actuaciones** que, a juicio de la entidad convocante sean **contrarias a los objetivos y finalidad** de esta convocatoria.

(...)

El patrocinio está supeditado a la constatación de la observancia por el patrocinado de determinadas condiciones, reservándose PROMOTUR la procedencia para resolver la revocación del patrocinio adjudicado y formalizado en caso de incumplimiento según los términos de las presentes Bases Generales, en el supuesto de que la inversión publicitaria realizada no se adecuara a la esencia y finalidad de lo que se patrocina, en el supuesto de no ejecución final del obra audiovisual, falta de distribución o, ejecución parcial de la misma, así como por incumplimientos de obligaciones sustantivas o formales.

La ejecución parcial de la obligación no excluye el ejercicio de la acción resolutoria, no distinguiéndose entre inejecución total o parcial”.

Sentado lo anterior, a fin de favorecer la concurrencia competitiva y la consecución de la finalidad última de la convocatoria, procede la modificación de las Bases Generales aprobadas en el siguiente sentido:

De un lado, respecto a los requisitos específicos de participación recogidos en los guiones quinto y sexto, y atendiendo al espíritu de la cláusula 5.3. de las Bases que estipula que “los proyectos objeto de esta convocatoria deberán reunir los requisitos necesarios para la obtención del certificado de nacionalidad oportuno según el Estado de origen de la obra y su derecho interno”, procede la inclusión en sendos apartados de la siguiente consideración:

En caso de imposibilidad en la presentación del certificado referido en el marco temporal descrito, se deberá aportar la solicitud de presentación del mismo y/o una declaración responsable extensiva y explícita del cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa vigente para la obtención del mismo.

De otro lado, procede la reducción del requisito específico de participación relativo al gasto en publicidad, comunicación y/o difusión a que se refiere el último guion de la citada cláusula 5.3. siempre que la variación no merme el cálculo del debido retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias, en el siguiente sentido:

Habrá de destinarse, al menos, un cinco por ciento (5%) del presupuesto total estimado a publicidad, comunicación y/o difusión de la obra audiovisual propuesta.

Consiguientemente, procede la modificación del criterio de valoración contemplado en la cláusula núm. 11.1.4 de las Bases en la siguiente medida:

4. Inversión publicitaria (máx. 12 p).

Se valorará la inversión publicitaria por encima del mínimo establecido. Se otorgará la siguiente puntuación automática:

Inversión publicitaria superior al **5%** e igual o inferior al 10%: 4 p

Inversión publicitaria superior al **10%** e igual o inferior al 15%: 6 p

Inversión publicitaria superior al **15%** e igual o inferior al 20%: 8 p.

Inversión publicitaria superior al **20%** e igual o inferior al 25%: 10 p.

Inversión publicitaria superior al **25%**: 12 p.

NOVENA.- La modificaciones planteadas respecto a las Bases Generales que rigen la convocatoria referida, una vez aprobadas por Resolución *ad hoc* del órgano competente, surtirán efectos a partir de su **publicación en la página web institucional** de la entidad convocante en virtud de los principios de objetividad, publicidad y transparencia que presiden el impulso y tramitación del proceso de selección en cuestión, como prueban las cláusulas núm. 3, 7 y 13 de las Bases Generales.

En este contexto, y en base a los principios reseñados y a la naturaleza jurídica del procedimiento, procede la **ampliación del plazo de presentación de solicitudes** previsto en la Base núm. 14.1.iv, a fin de permitir el general conocimiento de las modificaciones pretendidas entre los posibles interesados para que procedan a la adaptación de sus eventuales solicitudes en tal sentido y así, favorecer la concurrencia competitiva y salvaguardar la consecución de la finalidad de la convocatoria.

En su virtud, y en uso las facultades conferidas en escritura pública, con número de protocolo 665 otorgada ante el Notario del Ilustre Colegio Notarial de Canarias, con residencia en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, D. Ladislao César García-Arango, en fecha de 15 de mayo de 2023; inscrita el 12 de junio de 2023 y ratificada por el Consejo de Administración el día 19 de octubre de 2023, reseñadas en la cláusula 9.1 de las Bases Generales,

RESUELVE

PRIMERO.- APROBAR la modificación de las Bases Generales que rigen la convocatoria del proceso de selección de obras audiovisuales que generen un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario, para su posterior formalización en contratos de patrocinio (expediente nº AJ 24/2024 CP), de acuerdo con el razonamiento expuesto en el cuerpo de este acto, en el siguiente sentido:

- Reducción del porcentaje mínimo de gasto en publicidad, comunicación y/o difusión de la obra audiovisual descrita en la cláusula núm. 5.3. de las Bases Generales a un cinco por ciento (5%), siempre que la variación pretendida no afecte al valor del retorno publicitario calculado respecto a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.
- Reconfiguración de los parámetros del criterio de valoración relativo a la inversión publicitaria recogido en la Base núm. 11.1.4 en los términos descritos en la Consideración Jurídica Octava.
- Inclusión de la siguiente estipulación en los guiones quinto y sexto de la cláusula núm. 5.3. de las Bases Generales en relación con la exigencia de certificado de nacionalidad y el régimen de coproducción: *En caso de imposibilidad en la presentación del certificado referido en el marco temporal descrito, se deberá aportar la solicitud de presentación del mismo y/o una declaración responsable extensiva y explícita del cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa vigente para la obtención del mismo.*

SEGUNDO.- ACORDAR la ampliación del plazo de presentación de solicitudes **hasta el 30 de septiembre de 2024 a las 23:59 h. (horario insular)** a fin de permitir la adaptación de eventuales solicitudes en tal sentido y así, favorecer la concurrencia competitiva y salvaguardar la consecución de la finalidad de la Convocatoria.

TERCERO.-ORDENAR la publicación de esta Resolución en la página web institucional de esta sociedad pública mercantil para su general conocimiento.

Esta Resolución surtirá efectos desde su publicación en la web indicada.

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

D. José Juan Lorenzo Rodríguez
Director-Gerente
Promotur Turismo Canarias, S.A.