



Roj: **SAN 4732/2009** - ECLI: **ES:AN:2009:4732**

Id Cendoj: **28079230082009100633**

Órgano: **Audiencia Nacional. Sala de lo Contencioso**

Sede: **Madrid**

Sección: **8**

Fecha: **02/11/2009**

Nº de Recurso: **39/2008**

Nº de Resolución:

Procedimiento: **CONTENCIOSO**

Ponente: **ANA ISABEL GOMEZ GARCIA**

Tipo de Resolución: **Sentencia**

SENTENCIA

Madrid, a dos de noviembre de dos mil nueve.

Visto el presente recurso contencioso administrativo nº 39/08 interpuesto ante esta Sala de lo Contencioso-Administrativo de la

Audiencia Nacional, por el Procurador D. Manuel Sánchez-Puelles y González Carvajal, en nombre y representación de

GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A., contra la Resolución del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en materia de sanción,

en el que la Administración demandada ha estado dirigida y representada por el Abogado del Estado. Habiendo sido Ponente la

Ilma. Sra. D^a. ANA ISABEL GOMEZ GARCIA, Magistrada de la Sección.

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO: El presente recurso contencioso-administrativo se interpone por la representación procesal de GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A., contra la resolución de la Subsecretaria de Industria, Turismo y Comercio, actuando por delegación del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, de fecha 14 de noviembre de 2007, por la que se desestima el recurso de reposición interpuesto contra resolución del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información de fecha 3 de septiembre de 2007, en expediente sancionador, por la que se declara a GESTEVISIÓN TELECINCO, SA, responsable de la comisión de seis infracciones administrativas de carácter grave, previstas en el artículo 9.2 y 20.2 de la Ley 25/1994, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, modificada por la Ley 22/1999.

SEGUNDO: Presentado el recurso, se reclamó el expediente administrativo y se dio traslado de todo ello al actor para que formalizara la demanda, el cual expuso los hechos, invocó los fundamentos de derecho y terminó por suplicar que, previos los tramites legales pertinentes, se dicte sentencia en la que, estimando el recurso, acuerde revocar la resolución impugnada, al no haberse cometido infracción alguna o, subsidiariamente, al no ser ajustada a Derecho la sanción impuesta por resultar desproporcionada en relación a la infracción supuestamente cometida; con imposición de costas a la Administración demandada.

TERCERO: Formalizada la demanda se dio traslado al Abogado del Estado para que la contestara, el cual expuso los hechos y fundamentos de Derecho y suplicó se dictara sentencia por la que se declare la inadmisibilidad o, subsidiariamente, se desestime el recurso, confirmando la resolución impugnada por ser ajustada a Derecho, con expresa imposición de costas a la actora.



CUARTO: Habiendo sido solicitado el recibimiento a prueba del procedimiento se practicó la propuesta, con el resultado que obra en la causa, y, evacuado trámite conclusiones, quedaron los autos conclusos, señalándose para votación y fallo el día 28 de octubre del año en curso en que, efectivamente, se votó y falló.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO: En el presente recurso contencioso activo se impugna la precitada resolución de la Subsecretaría de Industria, Turismo y Comercio, actuando por delegación del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, de fecha 14 de noviembre de 2007, por la que se desestima el recurso de reposición interpuesto contra resolución del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información de fecha 3 de septiembre de 2007, por la que se declara a GESTEVISIÓN TELECINCO, SA, responsable de la comisión de seis infracciones administrativas de carácter grave, previstas en el artículo 9.2 y 20.2 de la Ley 25/1994, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, modificada por la Ley 22/1999.

Los hechos que dan lugar a la imposición de las referidas sanciones, imputados a Gestevisión Telecinco, SA, son la presentación de productos, marcas o servicios (reproductor de MP3, ordenador portátil "VAIO" y cámara digital modelo T10 y cámara CYBERT-SHOT modelo T1) propios de un empresario o marca (SONY) realizadas por Telecinco, con propósito publicitario, en los programas de "Operación Triunfo" emitidos los días 10, 15, 24 y 29 de octubre; 7 y 12 de noviembre de 2006, constituyendo dichos hechos un supuesto **publicidad encubierta**, con vulneración del dispuesto en artículo 9.2 de la Ley 25/94.

Los anteriores hechos se califican como falta grave y se sancionan con seis multas, por importe total de 267.275 €.

SEGUNDO: En la demanda del presente recurso combate la parte actora las anteriores resoluciones, invocando los siguientes motivos de impugnación:

1.- Inexistencia de infracción.

Sostiene la parte que no nos encontramos ante un supuesto de **publicidad encubierta**, pues no concurren los dos presupuestos exigidos, como son la existencia de un propósito publicitario por parte del operador de televisión, y que se pueda inducir a confusión al televidente.

2.- Falta de proporcionalidad en la sanción impuesta.

Alega al respecto que el programa "Operación Triunfo" tiene un contenido estrictamente musical, consistiendo, a grandes rasgos, en la realización de un seguimiento acerca de la evolución artística que sus participantes experimentan en el ámbito de una academia de formación musical, lo que justifica que se dotase a los alumnos de los medios técnicos necesarios para el adecuado seguimiento de las enseñanzas que se les imparte. Que ni se cobró por la dotación a los alumnos de los instrumentos ni existió propósito publicitario. Que, por otra parte, las seis infracciones que se imputan se refieren a tan sólo tres entregas de productos y no a seis. Que los hechos carecen de repercusión social, no han reportado beneficio a la entidad recurrente y no concurren circunstancia que permita sostener la gravedad del incumplimiento, en la medida en que ningún mal, ni inminente, ni con entidad, se podría potencialmente causar a tercero alguno.

El Abogado del Estado, en su escrito de contestación a la demanda, alega la inadmisibilidad del recurso, por falta de competencia de la Audiencia Nacional para conocer en relación a dos de las sanciones impuestas. En cuanto al fondo, se opone al recurso por las razones expuestas en su escrito de contestación a la demanda.

TERCERO: Planteada por el Abogado del Estado la inadmisibilidad parcial del recurso por no ser la Audiencia Nacional el órgano competente para conocer de dos de las sanciones impuestas, en referencia a aquellas de cuantía inferior a 60.000 €, hemos de comenzar dando respuesta a tal alegación, que se fundamenta en el entendimiento de que las sanciones de cuantía inferior a 60.000 € son revisables ante los Juzgados Centrales de lo Contencioso Administrativo, de conformidad a lo dispuesto en el art. 9.b) de la LJCA.

Hemos de llamar la atención sobre el hecho de que en el presente caso no son dos las sanciones inferiores a 60.000 €, sino todas las impuestas, pues la más alta asciende a 54.450 €.

Esta cuestión ya ha sido examinada y resuelta por la Sala recientemente (St. 23/3/09) en un supuesto similar al que ahora nos ocupa. En esa sentencia se razona que en caso de incompetencia parcial del Tribunal no hubiera procedido la inadmisión del recurso sino, conforme al art. 7.3 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa, la emisión de un Auto acordando la remisión de las actuaciones al órgano de la Jurisdicción competente, para la tramitación del procedimiento y conocimiento y fallo del mismo. Pero, además, se rechaza la invocada falta de competencia de la Sala, puesto que el objeto del recurso



lo configuran las pretensiones de la parte recurrente en relación a los actos administrativos o resoluciones impugnadas.

En el presente caso, frente a una única resolución de la SETSI en la que se impone a la entidad actora seis sanciones, por la comisión de seis infracciones administrativas de carácter grave, se deduce la pretensión anulatoria de dicha resolución por no ser, a juicio de la parte, las conductas sancionadas constitutivas de infracción administrativa, añadiendo, ya como segundo motivo de impugnación, la falta de proporcionalidad de las sanciones impuestas.

Pues bien, tal como se razona en la citada sentencia, esa pretensión unificadora, dirigida contra todas y cada una de las sanciones impuestas, hace que el Tribunal ostente competencia para pronunciarse sobre la misma. Mientras que el fraccionamiento anticipado del contenido de la causa y la remisión a los Juzgados Centrales de parte -o de todas- las sanciones impuestas, impediría al Tribunal, en el presente caso, pronunciarse sobre la naturaleza y calificación jurídica del conjunto de conductas valoradas y sancionadas en la resolución impugnada.

La jurisprudencia, en la sentencia de 22 de marzo de 2002, con cita en ella de otros pronunciamientos, ha declarado, en la línea expuesta, que «el correcto entendimiento de la naturaleza revisora de la jurisdicción Contencioso-Administrativa, conforme esta Sala ha venido a concretar en consolidado criterio jurisprudencial -v gr. sentencias de 17 de noviembre de 1997, 3 de octubre y 7 de noviembre de 1998, 6 de febrero y 1º de marzo de 1999 (recursos 5658/93 y 468/94) y 5 de febrero de 2000 (recurso 2784/95), entre otras muchas-, supone la exigencia de un acto o "actuación" de una Administración Pública sometida al Derecho administrativo para que, respecto de él o en relación con ella, puedan deducirse por el interesado las pretensiones que estime pertinentes (...), porque no es el contenido del acto el que determina la extensión y los límites de la revisión jurisdiccional, sino las peticiones que se hagan en la demanda en relación con él las que acotan, cuantitativa y cualitativamente, el contenido de la pretensión impugnatoria».

La Sentencia de 30 de abril de 2008 ha indicado, por otra parte, que «el objeto del recurso contencioso-administrativo viene determinado, por un lado, por la resolución administrativa impugnada, y, por otro lado, por las pretensiones de las partes. De tal modo que entre una y otras debe existir correspondencia. Ello lo impone la naturaleza revisora de esta Jurisdicción Contencioso-Administrativa y sirve para delimitar los términos del proceso».

Procede, en consecuencia, desestimar la excepción de parcial inadmisibilidad del presente recurso formulada por la Abogacía del Estado.

CUARTO: Sostiene la entidad actora en su demanda que los hechos que dan lugar a las sanciones no constituyen un supuesto de **publicidad encubierta**, pues no concurren los presupuestos de un propósito publicitario por parte del operador de televisión y la posibilidad de inducir a confusión al televidente. Alegación que conecta con los razonamientos en los que se fundamenta la denuncia de falta de proporcionalidad de las sanciones impuestas, entendiéndose que el contenido estrictamente musical del programa "Operación Triunfo" justificaba que se dotase a los alumnos de los medios técnicos necesarios para el adecuado seguimiento de las enseñanzas que se les impartían, sin que se percibiese cantidad alguna por la dotación de esos medios técnicos ni existiese propósito publicitario. Se añade que las seis infracciones que se imputan se refieren a tan sólo tres entregas de productos y no a seis, que los hechos carecen de repercusión social, no han reportado beneficio a la entidad recurrente y que no concurren circunstancia que permita sostener la gravedad del incumplimiento, en la medida en que ningún mal, ni inminente, ni con entidad, se podría potencialmente causar a tercero alguno.

En el expediente administrativo se especifica y concreta los días y horas de emisión del programa en cuestión, detallando en cada acta de visionado el contenido, en relación con los hechos sancionados, consistente en la emisión dentro del programa de **publicidad** del reproductor MP3 de SONY, los días 10 y 15 de octubre de 2006, de **publicidad** del ordenador "VAIO" de la marca SONY los días 24 y 29 de octubre de 2006, de **publicidad** de la cámara digital SONY modelo T10 el día 7 de noviembre de 2006, y de **publicidad** de la Cámara SONY/ modelo T1 el día 12 de noviembre.

Así:

1) En el acta de visionado del programa emitido el 10 de octubre de 2006, se consigna el siguiente contenido: "La monitora de Operación Triunfo dice a los concursantes: Ya estamos todos, bueno mis chicos, os presento a Susana y Juanjo, ellos vienen de SONY y vienen como cada año a hacerles la vida más fácil y llevadera, ellos comentan que efectivamente lo que les va a facilitar la vida en la academia son los MP3, les dan una caja a cada uno con el reproductor y les dicen que les dan el de mayor capacidad que hay en el mercado, que se lanzó hace unas semanas y tiene 2 gigas, que caben hasta 90 CD'S".



2) En el acta de visionado del programa emitido el 15 de octubre de 2006, se hace constar una primera parte, correspondiente a los 40 primeros segundos, identificada con la palabra "**Publicidad**", en la que se presenta el reproductor MP3 de SONY y se especifican sus características; y, a continuación, una segunda parte, en la que se pone un reportaje de los concursantes a los que una monitora presenta a Susana y a Juanjo, " que vienen de SONY como cada año para hacerles la vida más fácil y llevadera". Dan a cada concursante una caja con el reproductor MP3 "que es el más potente del mercado y tiene dos gigas lo que significa que caben hasta 90 CD'S".

3) En el acta de visionado correspondiente al programa emitido el 24 de octubre de 2006 se plasma el contenido del programa en el momento en que los concursantes están ensayando en la academia y aparece una cortinilla publicitaria del "BBVA" y a continuación dos personas de SONY les presentan el nuevo portátil que es la serie N de Vaio, que lo han lanzado hace dos semanas, es un ordenador que integra el mundo analógico con el digital, y lo reparten a cada uno los concursantes, que lo abren y muy contentos dan las gracias.

4) En el acta de visionado correspondiente a la emisión de 29 de octubre de 2006 se incorpora una primera parte identificada con la palabra "**Publicidad**", en la que el presentador del programa señala la presencia de SONY, "que ha hecho a los concursantes un regalazo esta semana", identificando el nuevo portátil de SONY, con su nombre, modelo y características, añadiendo: "con este ordenador os vais a sentir únicos y diferentes como los concursantes cuando se lo han regalado". En la segunda parte, en la que no se identifica la **publicidad**, durante 28 segundos se pone un reportaje en el que una persona de SONY les presenta el nuevo portátil de la serie N de Vaio, que lo han lanzado hace dos semanas, es un ordenador para permitir ser un poco más distinto que el resto, reparten uno a cada concursante, que lo abren y muy contentos dan las gracias. El presentador se despide dando las gracias a SONY por el regalo, que les ha encantado".

5) En el acta de visionado correspondiente a la emisión del programa de 7 de noviembre de 2006, se hace constar que los concursantes están reunidos en la academia con los monitores para el reparto de canciones y una persona dice: "primero el MP, después un ordenador y ahora una cámara digital para que los que estáis aquí dentro tengáis un recuerdo y también una impresora para que salgáis con calidad de fotografía, hemos elegido esta cámara modelo T10, porque es el mejor modelo que tenemos para hacer fotografía en interiores, de pequeño tamaño, una gran óptica, la pantalla es muy luminosa y grande de 2,5 y lo más importante es lo que llamamos doble solución de nitidez, aunque no estemos en el interior de la academia, estéis grabando a alguien que se está moviendo la foto va a quedar perfecta". Cuando comentan los detalles de la cámara, la enfocan y sacan un primer plano de ella que ocupa toda la pantalla.

6) En el acta de visionado correspondiente a la emisión de 12 de noviembre de 2006 se consigna una primera parte, identificada con la palabra "**Publicidad**", en la que el presentador del programa dice a los concursantes que estar en la academia es un chollo, además de enseñarles y acompañarles no paran de hacerles regalos los chicos de SONY, por ejemplo, enseña la cámara de fotos, que están enfocando mientras dura la telepromoción, marca SONY/CYBER-SHOT/modelo T1, con diseño ultra compacto, lo abre para mostrarlo, de 7,2 megas pilsen, óptica de la prestigiosa casa alemana Carl Zeiss, pantalla de 2,5 pulgadas y una revolucionaria tecnología SONY, que permite hacer fotos perfectas en cualquier situación, gracias a su estabilizador óptico y su alta sensibilidad. A continuación, una segunda parte, que no se identifica como **publicidad**, en la que el presentador dice: "vamos a ver las cámaras que les han regalado los chicos", y ponen un reportaje de los concursantes de O.T. dentro de la academia. El representante de SONY comenta: "Sabéis que este año SONY está equipando la academia, qué mejor que una cámara de fotografía digital, para que estando aquí dentro podáis tener todos los recuerdos que necesitáis; es el mejor modelo que tenemos para hacer fotografía en interiores". Los chicos miran las cámaras y se hacen fotos con ellas y enfocan la impresora que está sacando una foto en color. Los concursantes juegan con la cámara haciéndose fotos y sacan un primer plano que ocupa toda la pantalla.

QUINTO: El art. 9.2 de la Ley 25/1994 prohíbe de manera expresa "la **publicidad** y la televenta **encubiertas**". Por su parte el art. 20.2 señala que "Se considerará infracción grave, la contravención de las obligaciones y prohibiciones establecidas en los artículos 5, 6, 8 a 16, 17.2 y 3, 18, 19.3 y en la disposición adicional quinta de esta Ley".

El concepto de **publicidad encubierta** viene dado por el art. 3.d de la citada ley, que de manera clara define la **publicidad encubierta** como <<aquella forma de **publicidad** que suponga la presentación verbal, visual o sonora, dentro de los programas, de los bienes, los servicios, el nombre, la marca, la actividad o los elementos comerciales propios de un empresario que ofrezca bienes y servicios y que tenga, por intención del operador de televisión, propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a su naturaleza.

En particular, la presentación de los bienes, los servicios, el nombre, la marca, las actividades o los elementos comerciales propios de un tercero se considerará intencionada y, por consiguiente, tendrá el carácter de **publicidad encubierta**, si se hiciese a cambio de una remuneración, cualquiera que sea la naturaleza de ésta.



No tendrá esta consideración, la presentación que se haga en acontecimientos abiertos al público organizados por terceras personas y cuyos derechos de emisión televisiva se hayan cedido a un operador de televisión, cuando la participación de este último se limite a la mera retransmisión del evento y sin que se produzca una desviación intencionada para realzar el carácter publicitario.>>

Frente a tales conductas, el artículo 11 establece las pautas normativas sobre identificación y colocación de la **publicidad** y los anuncios de televenta, al disponer:

"1. La **publicidad** y la televenta deberán ser fácilmente identificables y diferenciarse claramente de los programas, a través de medios ópticos o acústicos.

2. Los anuncios publicitarios y de televenta se emitirán de forma agrupada. Sólo excepcionalmente se emitirán anuncios publicitarios y de televenta aislados.

3. La **publicidad** televisiva y los anuncios de televenta deberán insertarse entre los programas.

No obstante, con arreglo a lo dispuesto en el artículo siguiente, también podrá insertarse **publicidad** y anuncios de televenta interrumpiendo los programas, siempre que no se perjudique su unidad ni se desmerezca el valor o la calidad de éstos y las interrupciones se realicen teniendo en cuenta las propias pausas naturales del programa, su duración y su naturaleza, y de modo que, en ningún caso, se perjudiquen los derechos de los titulares de los programas dentro de cuya emisión se produzcan.

4. En la emisión de publirreportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de **publicidad** distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación **publicidad**.

5. En las emisiones deportivas, podrán insertarse mensajes publicitarios y de televenta, utilizando transparencias o cualquier otro tratamiento de la imagen, únicamente en aquellos momentos en que el desarrollo del acontecimiento retransmitido se encuentre detenido y siempre que no se perturbe la visión del acontecimiento ni se empleen transparencias que ocupen más de una sexta parte de la pantalla.

Estos mensajes consistirán, exclusivamente, en textos escritos y no podrán contener otras imágenes reales ni de animación que el logotipo estático de la marca."

La mera descripción de las conductas sancionadas, arriba consignada, evidencia que se realizó una exhibición o presentación visual de determinados bienes, identificables por su marca comercial y modelo, dentro de los programas reseñados, con claro propósito publicitario, sin superponer, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación "**publicidad**", tal como impone el apartado 4 del art. 11, antes transcrito.

La convicción de la Sala sobre la concurrencia de finalidad promocional, que constituye el elemento subjetivo de la conducta infractora, atendidas las circunstancias y modo en que ésta se produjo, no se ve desvirtuada por el hecho de que el contenido del programa fuese eminentemente musical y los alumnos o concursantes necesitasen de la utilización de medios e instrumentos técnicos para el más adecuado desarrollo y control de su participación y actitud, en relación con el contenido y los fines propios de dicho programa, pues para tal objetivo no era preciso la exhibición destacada de esos instrumentos y aparatos, permitiendo su identificación comercial, como tampoco, de ninguna manera, la presentación de cámaras de fotos. Por otra parte, el hecho de que no conste acreditación precisa de que haya habido remuneración por tal presentación publicitaria no excluye la existencia de **publicidad encubierta**, pues la previsión específica contenida en el artículo 3 de la Ley 25/94 sobre la consideración en todo caso de intencionada y, por consiguiente, constitutiva de un supuesto de **publicidad encubierta**, cuando la presentación se hiciese a cambio de una remuneración, cualquiera que sea la naturaleza de ésta, no implica que sólo se produzca esa forma de **publicidad** mediando remuneración, como resulta claro, por otra parte, de la literalidad de los preceptos citados.

En todo caso, el mero hecho de que sea SONY quien dote a los concursantes de unos aparatos que, según afirma la actora, eran precisos para la realización y control de las actividades de aquellos en la academia, ya reporta un beneficio a la productora o a la cadena de televisión, que debían proporcionar a los concursantes todos los medios materiales necesarios para desarrollar su trabajo musical en la academia, por lo que no puede desconocerse la existencia de contraprestación.

La **publicidad encubierta**, por su propia mecánica, implica una promoción comercial no explícita o clara, sino que se hace de forma subliminar con ocultación de la finalidad publicitaria, por lo que se crea un indudable riesgo de provocar error en los consumidores, invitándoles o inclinándoles de forma subrepticia, no consciente, al consumo del producto exhibido o presentado.



En consecuencia, las conductas analizadas integran tanto desde el aspecto objetivo como subjetivo la figura de la **publicidad encubierta**, por lo que vulneran la prohibición contenida en el precitado art. 9.2 y, por ende, constituyen infracción grave, de conformidad con lo dispuesto en el art. 20.2. No siendo estimable la denunciada vulneración del principio de proporcionalidad, pues, como hemos dicho en supuestos similares, la presentación no clara y directa sino **encubierta** del producto, lejos de restar importancia a las infracciones, por minorar el daño a los consumidores, tiene en efecto de acendrarlo pues colabora de manera decisiva a que esa forma oculta de presentación del producto sea idónea para producir error en los mismos. Por otra parte, es claro que la inclusión de **publicidad encubierta** en el programa revela una relación con las empresas titulares o distribuidoras de la marca de los bienes presentados -SONY-, que de alguna manera hubo de reportar beneficio a la productora del programa, cualquiera que fuera la forma de obtenerlo, pues no se presentaron bienes electrónicos indeterminados o con su marca oculta, sino que se hizo exhibición de productos claramente reconocibles y susceptibles de ser adquiridos por los telespectadores, destacando y ponderando sus características y ventajas.

En todo caso, revistiendo los hechos especial gravedad en cuanto a la afectación que esa modalidad de **publicidad** implica de los derechos fundamentales de los telespectadores, tales como el de información correcta de los productos publicitados y de recibir información publicitaria claramente diferenciada de los programas, sin que, en ningún caso, dicha **publicidad** pueda ser recibida en contra de la voluntad del interesado, y siendo todas las sanciones impuestas muy inferiores a la cuantía máxima legalmente prevista para las infracciones graves (art. 20.3), la adecuada proporción entre la acción y la respuesta sancionadora no admite reproche alguno.

Procede, en consecuencia con todo lo expuesto, la desestimación del presente recurso contencioso administrativo.

SEXTO: La Sala, a tenor de lo dispuesto artículo 139.1 LJCA , no aprecia la concurrencia de méritos que justifiquen la condena en costas.

Vistos los preceptos legales citados y demás de general y pertinente aplicación,

FALLAMOS

Que desestimamos el recurso contencioso administrativo interpuesto por el Procurador D. Manuel Sánchez-Puelles y González Carvajal, en nombre y representación de GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A., contra la Resolución del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, de fecha 14 de noviembre de 2007, a la que la demanda se contrae, la cual confirmamos como ajustada a Derecho. Sin hacer condena en costas.

Así, por nuestra Sentencia, testimonio de la cual será remitida en su momento a la oficina de origen, a los efectos legales, junto con el expediente, en su caso, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.