

Procuradora de los Tribunales
Tel
Email:

Ldo: MARTA BAYON CUE Su ref:
Notificado: 28/06/2019

Tribunal Superior de Justicia de Madrid
Sala de lo Contencioso-Administrativo
Sección Segunda
C/ General Castaños, 1 , Planta 1 - 28004
33009710
NIG: 28.079.00.3-2018/0004757


(01) 32167635427

RECURSO 193/2018

SENTENCIA NÚMERO 429

TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA DE MADRID

SALA DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO

SECCION SEGUNDA

Ilustrísimos señores:

Presidente.

D. José Daniel Sanz Heredero

Magistrados:

D. José Ramón Chulvi Montaner

D^a. María Soledad Gamó Serrano

En la Villa de Madrid, a doce de junio de dos mil diecinueve.

Vistos por la Sala, constituida por los Señores del margen, de este Tribunal Superior de Justicia, los autos del recurso contencioso-administrativo número 193/2018, interpuesto por la mercantil DIESEL, S.p.A., representada por el Procurador D. , contra la resolución dictada el 27 de diciembre de 2017 de la Oficina Española de Patentes y Marcas por la que se desestima el recurso de alzada interpuesto contra la resolución dictada el 11 de julio de 2017, por la que se accede a la inscripción de la marca 3631401

“**DIESELTONIC**”. Han sido parte demandada la OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS, representada por el Abogado del Estado; así como D.

, representado por la Procuradora D^a.

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Que previos los oportunos trámites, la parte recurrente formalizó su demanda mediante escrito presentado el 26 de abril de 2018, en que tras exponer los hechos y fundamentos de derecho que estimó pertinentes, terminó suplicando sentencia estimatoria del recurso interpuesto y las declaraciones correspondientes en relación con la actuación administrativa impugnada.

SEGUNDO.- Que asimismo se confirió traslado a la representación de la parte demandada, para contestación a la demanda, lo que verificó por escrito presentado el 23 mayo de 2018 (Abogado del Estado) y 28 de junio de 2018 (codemandado), en que tras exponer los hechos y fundamentos de derecho que consideró pertinentes, terminó suplicando la desestimación de las pretensiones deducidas en la demanda.

TERCERO.- Con fecha 6 de junio de 2019 se celebró el acto de votación y fallo de este recurso, quedando el mismo concluso para Sentencia.

VISTOS.- Siendo Magistrado Ponente el Ilmo. Sr. D. José Daniel Sanz Heredero.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- El presente recurso tiene por objeto la impugnación de la resolución dictada el 27 de diciembre de 2017 de la Oficina Española de Patentes y Marcas por la que se desestima el recurso de alzada interpuesto contra la resolución dictada el 11 de julio de 2017, por la que se accede a la inscripción de la marca 3631401 “**DIESELTONIC**”, para distinguir, en la clases 05^a, “*Aceites medicinales, Preparaciones para uso médico. Productos farmacéuticos*”.

Las precitadas resoluciones estiman que no concurre la causa de prohibición de registro contenida en el artículo 6.1.b) de la Ley de Marcas 17/2001, de 7 de diciembre, al considerar que entre los signos enfrentados, marcas DIESEL, prioritaria, y DIESELTONIC, solicitada, “*existen suficientes diferencias fonéticas y denominativas de conjunto*” así como aplicativas, por lo que se considera que “*su convivencia en el mercado no generará riesgo de confusión para los consumidores*”.

SEGUNDO.- La recurrente se muestra disconforme con el contenido de las expresadas resoluciones alegando los motivos de impugnación que, sucintamente, se exponen a continuación: (i) Existencia de similitud entre los signos: la marca impugnada reproduce íntegramente la marca anterior prioritaria; el término “TONIC” de la marca solicitada es un elemento descriptivo carente de distintividad; y la marca solicitada reproduce el elemento compartido “DIESEL” como primera parte de su distintivo; (ii) Similitud de los productos; (iii) Incorrecta aplicación del artículo 8.1 de la Ley de Marcas: existencia de un evidente aprovechamiento de la contrastada reputación de la oponente. Por todo ello solicita se dicte Sentencia por la que se deniegue la inscripción de la marca solicitada DIESELTONIC.

El Abogado del Estado, en la representación en que actúa alega, en primer lugar, la concurrencia de causa de inadmisibilidad del recurso contencioso-administrativo al no constarle se haya cumplido con el requisito contemplado en el artículo 45.2.d) de la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa. Y en cuanto al fondo del asunto, se muestra conforme con el criterio expuesto en la resolución impugnada, por lo que solicitan la desestimación del recurso contencioso-administrativo objeto del presente procedimiento.

Por su parte, el codemandado D. _____ se opone igualmente a la pretensión de la recurrente. A tal efecto argumenta, en síntesis, que: (i) No existe similitud entre los signos enfrentados; (ii) Inexistencia de similitud de los productos; y (iii) Estima correcta la aplicación del artículo 8.1 de la Ley de Marcas.

TERCERO.- Por evidentes razones jurídico-procesales (artículo 69 de la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa) se deberá estudiar, en primer lugar, la causa de inadmisibilidad alegada por el Abogado del Estado.

Pues bien, basando el Abogado del Estado la concurrencia de la causa de inadmisibilidad invocada en la no constancia del cumplimentado el requisito exigido en el

artículo 45.2.d) de la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, es claro y evidente su rechazo ante la aportación por la actora, con el escrito de interposición del recurso, la autorización para el ejercicio de acciones de D. _____, en su calidad de director ejecutivo y representante legal de la mercantil recurrente; sin que, por otra parte, el Abogado del Estado haya aducido insuficiencia alguna de dicha autorización a los fines previstos en el precepto procesal anteriormente referido.

En consecuencia, procede desestimar la causa de inadmisibilidad alegada y, como consecuencia de ello, entrar en el análisis de la cuestión de fondo controvertida.

CUARTO.- Examinado el contenido de las resoluciones impugnadas, así como las alegaciones vertidas por las partes personadas, para la correcta resolución de la cuestión litigiosa objeto del presente recurso debemos traer a colación la doctrina contenida en la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de enero de 2014, rec. 3415/2012, según la cual:

“ (...) en las sentencias de 18 de noviembre de 2005 (RC 2084/2003), 25 de enero de 2006 (RC 3857/2003) y 11 de julio de 2007 (RC 10589/2004), hemos sostenido que, a los efectos de valorar el riesgo de confusión entre marcas, los órganos jurisdiccionales, en ejercicio de su función constitucional de controlar la legalidad de las resoluciones registrales, deben ponderar globalmente y de forma interdependiente todos los factores del supuesto concreto que resulten pertinentes y, en particular, teniendo en cuenta los elementos distintivos y dominantes de los signos enfrentados, atendiendo a la identidad o similitud de las marcas opuestas y a la identidad o similitud de los productos o servicios reivindicados, al grado de conocimiento de la marca en el mercado y a la asociación que puede hacerse con el signo registrado, en cuanto que la conclusión jurídica que alcanza, de que las marcas confrontadas no pueden convivir en el mercado se fundamenta en un juicio adecuado sobre la existencia de riesgo de confusión, que se basa en la cuasi identidad de las denominaciones de los signos confrontados y la evidente coincidencia aplicativa.

A este respecto, resulta adecuado consignar la doctrina jurisprudencial de la Sala Tercera del Tribunal Supremo expuesta en la sentencia de 4 de octubre de 2006 (RC 7075/2003), en relación con el concepto de marca a que alude el artículo 1 de la Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de Marcas, y que resulta adecuado para comprender el significado del presupuesto de distintividad de las marcas referido en el artículo 4 de la Ley vigente de 7 de diciembre de 2001 cuando estipula que «se entiende por marca todo signo

susceptible de reproducción gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras»:

«(...) la distintividad de la marca es su función esencial que va a permitir su segura identificación y reconocimiento por la generalidad de los consumidores. Por esta razón, no basta que la marca identifique al producto, sino que es preciso además que proporcione una suficiente capacidad de diferenciación entre los productos marcados y todos los demás. La distintividad de la marca se constituye así en un dato que afirma que el objeto designado por ella pertenece a la clase de objetos que llevan esa marca, operando en la mente del receptor del signo como una señal, que sin necesidad de una gran reflexión le permite discernir sobre la naturaleza y el origen del producto, es decir, que todos los productos marcados con ese signo tienen una procedencia común y son homogéneos. Esta operación que se produce por efecto reflejo en la mente del sujeto receptor le va a permitir recordar con facilidad la imagen que el signo representa. De aquí, que deban rechazarse aquellos que o bien por su simplicidad no dicen nada o bien son tan complejos que su aprehensión no es posible. ».

Asimismo, debe referirse que la concretización aplicativa del artículo 6.1 b) de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, ha de efectuarse por los órganos jurisdiccionales contencioso-administrativos desde el análisis hermenéutico teleológico, de conformidad con los cánones constitucionales que refiere el artículo 51 de la Constitución, al reconocer como principio rector de la política social y económica la defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, conforme a la finalidad de la norma legal de garantizar el acceso al registro de las marcas en su consideración de signos distintivos que constituyen instrumentos eficaces y necesarios en la política empresarial y que suponen un importante mecanismo para la protección de los consumidores, como advierte la Exposición de Motivos de la mentada Ley de Marcas. Por ello, en la comparación de las marcas opositoras en que puedan existir identidad o semejanza denominativa, fonética, gráfica o conceptual, esta Sala no sólo atiende a asegurar la tutela de intereses conectados a garantizar la competencia empresarial y la transparencia en las transacciones económicas de productos o servicios, sino fundamentalmente garantiza la protección de los derechos de los consumidores que se proyecta en el acto de elección de productos o servicios, permitiéndoles distinguirlos sin error posible unos y otros en razón de la indicación de su procedencia empresarial, de su prestigio adquirido y de su calidad. En el caso enjuiciado, apreciamos que la Sala de instancia no ha atendido a estos intereses de los

consumidores y usuarios referidos a la función identificadora del origen empresarial de la marca, al determinar que la convivencia de las marcas enfrentadas genera riesgo de confusión y riesgo de asociación en los consumidores.

A estos efectos, no resulta ocioso recordar los postulados que informan la nueva regulación de las prohibiciones de registro establecidas en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, que persigue armonizar el Derecho español de Marcas con el Derecho europeo y el Derecho internacional de Marcas, según se expone en la Exposición de Motivos:

«En orden a los compromisos adquiridos por el Estado español, la presente Ley da cumplimiento a los mismos, respondiendo a los altos niveles de armonización impuestos en el seno de la Comunidad Europea e Internacional.

La armonización comunitaria en materia de marcas se ha operado fundamentalmente a través de la Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas. Sus disposiciones, que ya fueron incorporadas por la Ley 32/1988, de Marcas, también han sido objeto de una plena transposición en la presente Ley. De las normas que se transponen deben destacarse las siguientes: nuevo concepto de marca, reformulación de las causas de denegación y nulidad del registro, extensión al ámbito comunitario del agotamiento del derecho de marca, incorporación de la figura de la prescripción por tolerancia y reforzamiento de la obligación de uso de la marca; y de las sanciones por su incumplimiento.

Dentro del Derecho Comunitario de Marcas merece también una mención especial el Reglamento (CE) número 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria, por el que se crea un signo distintivo cuyos efectos se extienden a todo el territorio de la Comunidad. Si bien es cierto que este Reglamento no impone a los Estados miembros dictar disposiciones de aproximación de las marcas nacionales a la comunitaria -salvo la obligación de regular la transformación de una marca comunitaria en marca nacional-, no lo es menos que la indicada aproximación es deseable, dado que permite evitar que dos títulos que producen idénticos efectos en España estén sujetos a normativas totalmente dispares. En este sentido muchas de las normas de la presente Ley son directamente tributarias de dicho Reglamento.

La Ley que ahora se aprueba contiene asimismo las reglas necesarias para adaptar nuestro Derecho a los esfuerzos armonizadores realizados en el seno de la Comunidad

Internacional. De este modo, se incorporan las normas que permiten la aplicación en España del Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, de 27 de junio de 1989, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (Acuerdo ADPIC), que forma parte integrante del Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio (OMC), de 15 de abril de 1994, así como el Tratado sobre el Derecho de Marcas y su Reglamento, de 27 de octubre de 1994 ».”.

Y en relación con el principio de especialidad, cuyo enunciado se infiere del artículo 6 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, la precitada Sentencia continúa señalando que:

“(…) como se refiere en la sentencia de esta Sala del Tribunal Supremo de 20 de octubre de 2004 (RC 5288/2001) «exige, para que se produzca la prohibición general de acceso al Registro de una marca, la concurrencia de las siguientes circunstancias: a) que exista identidad o semejanza fonética, gráfica o conceptual con una marca o nombre comercial anteriormente solicitado o registrado, y b) que tenga por finalidad designar productos o servicios idénticos o similares a los que ampara la marca precedente, o que guarden relación con la actividad amparada por el rótulo de establecimiento ya registrado o solicitado», puesto que el grado de identidad aplicativa entre las marcas confrontadas, que distinguen productos coincidentes, no se encuentra compensada dada la cuasi identidad de los signos distintivos, que provoca que se pueda defraudar la elección del consumidor.

En estas prohibiciones generales, se afirma en las sentencias de esta Sala de 29 de junio, 13 de julio y 28 de septiembre de 2004, « a diferencia de lo que ocurre en casos especiales (marca renombrada), basta que no se dé una de estas circunstancias para que desaparezca la prohibición, y deba permitirse el acceso al Registro de la marca solicitada. Esto quiere decir, en primer lugar, que, aunque se produzca la similitud de los signos, no habrá prohibición si los productos, servicios y actividades designados son diferentes, y, en segundo término, que aunque los productos, servicios y actividades sean iguales, tampoco operará la prohibición si no existe similitud en los signos. Por tanto, el objeto del derecho sobre la marca es un signo puesto en relación con una clase de productos o servicios (regla de la especialidad de la marca). Como señala la doctrina, esta asociación de signo y producto se transforma de esta forma en una verdadera marca cuando la contemplación del signo produce en la mente de los consumidores las representaciones en torno al origen empresarial, calidad y, en su caso, buena fama de los productos.».

Debe recordarse, asimismo, la doctrina de esta Sala Contencioso-Administrativa del Tribunal Supremo, formulada en la sentencia de 12 de abril de 2002 (RC 553/1996), sobre los criterios jurídicos que presiden la valoración de la similitud o coincidencias entre signos marcarios, y los límites impuestos a esta Sala para modificar o alterar los hechos declarados probados por el Juzgador de instancia, en razón de la naturaleza extraordinaria del recurso de casación:

« b) que el análisis del riesgo de confusión ha de hacerse desde una perspectiva racional y lógica en la que se atienda, desde luego, al nivel medio de conocimientos culturales del público en general, razón por la que no cabe elevar a la categoría de decisivo el que pudiera resultar del examen rigurosamente gramatical y semántico de cada una de las sílabas o letras que compongan la denominación elegida.

c) que la existencia de semejanzas, coincidencias o similitudes, gráficas o fonéticas, así como la presencia del riesgo de confusión para el consumidor entre los diferentes distintivos constituyen otras tantas cuestiones de hecho que, en cada caso, deberán los tribunales de instancia apreciar a los efectos de aplicar el citado artículo 124.1 del Estatuto de la Propiedad Industrial; y

d) en fin, que siendo el recurso de casación un recurso extraordinario que impide al Tribunal Supremo alterar los hechos de que haya partido la Sala de instancia en la sentencia recurrida, salvo que al hacerlo haya violado los escasos preceptos que regulan el valor de la prueba tasada, no cabe solicitar de este Tribunal que sustituya a aquella Sala en la apreciación de tales hechos.»”

QUINTO.-Teniendo en cuenta la doctrina expuesta en el fundamento jurídico precedente, y entrando a conocer de las concretas circunstancias concurrentes en el caso ahora aquí enjuiciado, la Sala llega a idéntica conclusión a la expuesta en las resoluciones administrativas impugnadas, al estimarse la existencia de suficientes disparidades denominativas y aplicativas entre los signos enfrentados como para garantizar la recíproca diferenciación, excluyéndose todo riesgo de error o confusión en el mercado.

Debe indicarse, como es bien sabido, que la comparación que debe realizarse entre los signos enfrentados debe ser una comparación de conjunto, englobando la totalidad de los elementos del solicitado, y realizando una comparación desde un punto de vista sintético, tal como lo hace el consumidor, y no analítico, descomponiendo la marca en sus distintos elementos integrantes para analizarlos separadamente; sin que pueda perderse de vista la

doctrina jurisprudencial según la cual “*el criterio prevalente que permite valorar la licitud de las marcas enfrentadas se expresa en el axioma de que no toda semejanza entre marcas es suficiente para declarar su incompatibilidad, sino solo aquélla que suponga un riesgo de confusión en el mercado sobre los productos o servicios de ambas, desde un examen de conjunto de todos los elementos integrantes de cada denominación confrontada sin descomponer su unidad fonética y gráfica, al deber, asimismo, valorar la relación de identidad o similitud de los productos o servicios designados*” (entre otras, Sentencia del Tribunal Supremo de 21 de enero de 2009).

Por ello, el análisis comparativo de las marcas enfrentadas debe realizarse teniendo en cuenta sus completas denominaciones; esto es, DIESEL, oponente, y DIESELTONIC, solicitada.

Pues bien, a juicio de la Sala, efectuada dicha comparación, aun cuando ambas comparten en su denominación el vocablo DIESEL, tal como recalca la recurrente, en la comparación a efectuar no debe descartarse el sufijo TONIC en la solicitada, que le dota al conjunto denominativo de una singularidad y distintividad propias, que hace que el consumidor medio diferencie claramente que las marcas pertenecen a realidades y ámbitos comerciales distintos.

La mera coincidencia en el vocablo DIESEL no es causa por sí sola e inmediata para impedir el acceso al registro de la solicitada por cuanto que, como es bien sabido, hay que valorar en su conjunto si esa coincidencia puede generar confusión en el mercado. Por ello, lo que debe ser examinado y ha de resultar esencial es que la relación de los signos distintivos con los productos a los que representan no induzca a error en el mercado.

Y en el caso concreto, mientras que la marca solicitada protege y ampara productos en la clase 5 del Nomenclátor (“*Aceites medicinales, Preparaciones para uso médico. Productos farmacéuticos*”), la oponente ampara productos de las clases 3 (“*jabones; productos de perfumería; aceites esenciales; cosméticos; lociones capilares; dentífricos*”) y 25 (“*prendas de vestir; calzado y artículos de sombrerería*”). Esto es, mientras la solicitada se mueve en un canal medicinal la oponente se mueve en el canal de perfumería, cosmética y prendas de vestir. Y desde luego, no puede equipararse los aceites que ampara la solicitada que tienen propiedades medicinales con los aceites que ampara la oponente, que tienen un destino y finalidad cosmético. El canal de distribución, de uno y otro, son totalmente diferentes: no van a coincidir en estantes de centros comerciales ni de perfumerías.

A la anterior conclusión no obsta el carácter notorio y renombrado de la marca oponente, invocado por la mercantil recurrente con cita del artículo 8.1 de la Ley de Marcas. En efecto, recordemos que el citado precepto dispone que: *“No podrá registrarse como marca un signo que sea idéntico o semejante a una marca o nombre comercial anteriores aunque se solicite su registro para productos o servicios que no sean similares a los protegidos por dichos signos anteriores cuando, por ser éstos notorios o renombrados en España, el uso de esa marca pueda indicar una conexión entre los productos o servicios amparados por la misma y el titular de aquellos signos o, en general, cuando ese uso, realizado sin justa causa, pueda implicar un aprovechamiento indebido o un menoscabo del carácter distintivo o de la notoriedad o renombre de dichos signos anteriores”*.

En definitiva, conforme a esta previsión legal, tal como nos enseña la Sentencia del Tribunal Supremo de 6 de julio de 2016, rec. 3712/2015, *“las marcas notorias o renombradas prioritarias gozarán de una protección reforzada frente a las marcas similares que pretendan acceder al registro aunque los productos o servicios de la marca solicitante no sean similares a los protegidos por las primeras. De modo que, en el caso de entenderse que nos encontramos ante una marca notoria o renombrada, no puede fundarse la compatibilidad de la marca solicitante con una marca notoria prioritaria, tal y como afirma la sentencia de instancia, la circunstancia de que los ámbitos aplicativos de los productos o servicios que amparen ambas no resulten coincidentes”*.

En este sentido, la Sentencia de dicho Alto Tribunal de 21 de julio de 2015, rec. 3082/2013, nos recuerda que *“Ciertamente la notoriedad de las marcas que ostentan tal carácter supone en el diseño del legislador una protección reforzada en dos aspectos, a los cuales se refiere la parte recurrente en su motivo. Por un lado, el criterio sobre el riesgo de confusión y asociación con los signos notorios ha de ser más riguroso, puesto que el amplio conocimiento de las marcas notorias por parte del público consumidor puede hacer que signos relativamente diferentes sean sin embargo confundidos o asociados con ellos, precisamente por su amplia difusión y conocimiento. Por otro lado y como consecuencia de lo anterior, la marca notoria recibe su protección más allá del estricto ámbito comercial al que pertenece -tanto más allá cuanto más notorio-, hasta llegar a una protección general en el caso de las marcas renombradas, tal como se recoge expresamente en el propio artículo 8 que se invoca”*.

Ahora bien, como puntualiza esta última Sentencia, para otorgar protección a la marca notoria se precisa la existencia de riesgo de confusión entre signos o de asociación

entre ellos y su origen empresarial. Así, dicha Sentencia señala que: *“En efecto, una cosa es que dicho riesgo haya de ser apreciado con tanto más rigor cuanto más conocida sea la marca prioritaria, y otra que no sea preciso dicho riesgo para protegerla, lo que carecería de sentido. Así, la protección de toda marca prioritaria, incluso notoria o renombrada, se asienta sobre un riesgo cierto de confusión o asociación con ella, más o menos intenso, pero sin el cual no sería precisa la protección”*.

Y como ya hemos visto, ese riesgo de confusión o asociación queda descartado en el caso examinado en atención a las diferencias denominativas y aplicativas observadas.

En consecuencia, de cuanto antecede, se desprende la procedencia de desestimar el recurso contencioso-administrativo que nos ocupa.

SEXTO.- De conformidad con el artículo 139.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa, se imponen a la parte demandante las costas causadas, con el límite (artículo 139.3 LJCA) de 1.000 € en cuanto a la minuta de honorarios de cada uno de los letrados asistentes a los demandados, atendida la complejidad del caso enjuiciado, el contenido de sus escritos y la actividad desplegada en el presente recurso.

VISTOS.- Los artículos citados y demás de general y pertinente aplicación.

F A L L A M O S

Que con DESESTIMACIÓN del recurso contencioso-administrativo interpuesto por la mercantil DIESEL, S.p.A., representada por el Procurador D. _____, contra la resolución dictada el 27 de diciembre de 2017 de la Oficina Española de Patentes y Marcas por la que se desestima el recurso de alzada interpuesto contra la resolución dictada el 11 de julio de 2017, por la que se accede a la inscripción de la marca 3631401 “**DIESELTONIC**”, resoluciones que declaramos conformes a Derecho. Todo ello, con expresa imposición a la recurrente de las costas causadas, con la limitación establecida en el último fundamento jurídico.

Notifíquese la presente resolución a las partes en legal forma, haciéndoles saber que la misma es susceptible de recurso de casación que deberá prepararse antes contados desde el siguiente al de su le preparación del recurso deberá acreditarse el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 89.2 de la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, justificando el interés casacional objetivo que se pretenda.

En su momento, devuélvase el expediente administrativo al departamento de su procedencia, con certificación de esta resolución.

Así, por esta nuestra sentencia, juzgando, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.

D. José Daniel Sanz Heredero

D. José Ramón Chulvi Montaner

D^a. María Soledad Gamo Serrano