



Roj: STS 6413/2012  
Id Cendoj: 28079130032012100453  
Órgano: Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso  
Sede: Madrid  
Sección: 3  
Nº de Recurso: 2464/2011  
Nº de Resolución:  
Procedimiento: RECURSO CASACIÓN  
Ponente: JOSE MANUEL BANDRES SANCHEZ-CRUZAT  
Tipo de Resolución: Sentencia

## SENTENCIA

En la Villa de Madrid, a once de Octubre de dos mil doce.

**VISTO** el recurso de casación número 2464/2011, interpuesto por la Procuradora Doña Francisca Amores Zambrano, en representación de la mercantil EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA, con asistencia de Letrado, contra la sentencia de la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid de 2 de diciembre de 2010, dictada en el recurso contencioso-administrativo número 310/2007, seguido contra la resolución de la Directora General de la Oficina Española de Patentes y Marcas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de 22 de enero de 2007, que había confirmado en alzada la precedente resolución de 23 de enero de 2006, que acordó la concesión de la marca nacional número 2.642.559 "EROSKI NEXO" (mixta), para amparar productos en la clase 16 del Nomenclátor Internacional de Marcas. Han sido partes recurridas la ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO, representada y defendida por el Abogado del Estado, y la mercantil NEXO EDITORES, SRL, representada por la Procuradora Doña Raquel Nieto Bolaño.

## ANTECEDENTES DE HECHO

**PRIMERO.-** En el proceso contencioso-administrativo número 310/2007, la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid dictó sentencia de fecha 2 de diciembre de 2010, cuyo fallo dice literalmente:

*« Que debemos estimar y estimamos la demanda de recurso contencioso-administrativo interpuesto por la Procuradora D<sup>a</sup> Raquel Nieto Bolaño, en nombre y representación de NEXO EDITORES, SR., contra la Resolución, de la Oficina Española de Patentes y Marcas, de fecha 22 de enero de 2007, desestimatoria de alzada frente a Resolución de 23 de enero de 2006, que concedió la marca EROSKI NEXO, N<sup>o</sup> 2642559, para clase 16, y declararse que dichas resoluciones no son conformes a derecho, anulando el registro concedido; todo ello sin declaración sobre costas procesales. ».*

**SEGUNDO.-** Contra la referida sentencia preparó la representación procesal de la mercantil EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA, recurso de casación que la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid tuvo por preparado mediante diligencia de ordenación de fecha 7 de abril de 2011 que, al tiempo, ordenó remitir las actuaciones al Tribunal Supremo, previo emplazamiento de los litigantes.

**TERCERO.-** Emplazadas las partes, la representación procesal de la mercantil EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA recurrente, compareció en tiempo y forma ante este Tribunal Supremo y, con fecha 27 de mayo de 2011, presentó escrito de interposición del recurso de casación en el que, tras exponer los motivos de impugnación que consideró oportunos, concluyó con el siguiente SUPPLICO:

*« que habiendo por presentado el presente escrito de interposición del recurso de Casación, y sus respectivas copias, se sirva tenerme por personado y parte en la representación que ostento, disponiendo se entiendan conmigo las sucesivas actuaciones, tener por interpuesto en tiempo y forma en nombre de mi mandante el Recurso de Casación preparado contra la Sentencia de dos de diciembre de dos mil diez, dictada por la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, admitir a trámite el presente Recurso, y en definitiva, previos los trámites procesales oportunos, dictar*

sentencia casando por la misma la Sentencia recurrida, decretándose en consecuencia la concesión de la marca nº 2.6422.559 "EROSKI NEXO". ».

**CUARTO.-** Por Auto de fecha 9 de febrero de 2011, se acordó admitir el recurso de casación.

**QUINTO.-** Por diligencia de ordenación de 23 de mayo de 2012 se acordó entregar copia del escrito de formalización del recurso a las partes comparecidas como recurridas (la ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO y la mercantil NEXO EDITORES, S.R.L.) a fin de que, en el plazo de treinta días, pudieran oponerse al recurso, lo que efectuaron con el siguiente resultado:

**1º.-** El Abogado del Estado, por escrito presentado el día 5 de junio de 2012, manifiesta que «se abstiene de formular oposición.

**2º.-** La Procuradora Doña Raquel Nieto Bolaño, en representación de la mercantil NEXO EDITORES, S.R.L., por escrito presentado el día 5 de julio de 2012, tras efectuar las alegaciones que consideró oportunas, y lo concluyó con el siguiente SUPPLICO:

« que, teniendo por presentado con sus copias este escrito de oposición al Recurso de Casación interpuesto por EROSKI, S. COOP. contra la Sentencia dictada el 2 de diciembre de 2010 por la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso- administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid por la que acordó denegar el registro de la marca nº 2.642.559 "EROSKI NEXO" (con gráfico), de resultas de haber estimado el recurso contencioso-administrativo nº 310/2007 que mi representada había deducido contra las resoluciones de la Oficina Española de Patentes y Marcas que habían concedido ese mismo registro pretendido, se digne admitir nuestra oposición a la Casación formulada de contrario y, acogiendo las alegaciones contenidas en el presente escrito, se sirva en su día dictar Sentencia por la que declare no haber lugar al Recurso de Casación formulado por EROSKI, S. COOP. y confirme íntegramente aquella sentencia recurrida de contrario, condenando en costas a la parte recurrente. ».

**SEXTO.-** Por providencia de fecha 3 de octubre de 2012, se designó Magistrado Ponente al Excmo. Sr. D. Jose Manuel Bandres Sanchez-Cruzat, y se señaló este recurso para votación y fallo el día 10 de octubre de 2012, fecha en que tuvo lugar el acto.

Siendo Ponente el Excmo. Sr. D. Jose Manuel Bandres Sanchez-Cruzat, Magistrado de la Sala.

## FUNDAMENTOS DE DERECHO

### PRIMERO.- Sobre el objeto y el planteamiento del recurso de casación.

El recurso de casación que enjuicamos se interpone por la representación procesal de la mercantil EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA contra la sentencia de la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid de 2 de diciembre de 2010 , que estimó el recurso contencioso-administrativo formulado por la representación procesal de la mercantil NEXO EDITORES, S.R.L. contra la resolución de la Directora General de la Oficina Española de Patentes y Marcas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de 22 de enero de 2007, que había confirmado en alzada la precedente resolución de 23 de enero de 2006, que acordó la concesión de la marca nacional número 2.642.559 "EROSKI NEXO" (mixta), para amparar productos en la clase 16 del Nomenclátor Internacional de Marcas.

La Sala de instancia fundamenta la decisión de estimación del recurso contencioso-administrativo, sustancialmente, con base en las siguientes consideraciones:

« [...] En el presente supuesto, de un examen conjunto de las marcas confrontadas, la Sala entiende que el vocablo NEXO es el preferente al respecto, con lo que la similitud entre las marcas, resulta evidente, visto el parecido fonético, y una cuestión es la notoriedad del GRUPO EROSKI, no puesta en duda, y otra si entre NEXO y EROSKI NEXO, para los mismos productos de la clase 16 del nomenclátor, existen similitudes denominativas, que en este caso son del todo punto evidentes, dado que el vocablo NEXO, marca prioritaria de la recurrente, que es titular, además de otras muchas marcas en las que se incluye el vocablo NEXO , y asimismo su nombre comercial y marcas comunitarias al respecto, por lo que si dicho vocablo es el determinante y los productos son los mismos, resulta de plena aplicación el artículo 6.1.b de la Ley de Marcas al respecto, lo que debe llevarnos a la estimación del recurso y a la consiguiente anulación del registro de la marca solicitada, dado que por mucho que se refiera a una revista de difusión interna va dirigida a los consumidores, con el consiguiente riesgo de confusión . » .

El recurso de casación se articula en la formulación de un único motivo de casación, que se funda al amparo del artículo 88.1 d) de la Ley reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, por infracción de las normas del ordenamiento jurídico y de la jurisprudencia que fueren aplicables para resolver las cuestiones objeto de debate, por infracción del artículo 6.1 b) de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

En el desarrollo argumental de este motivo de casación, se aduce que la Sala de instancia no ha tomado en consideración, en el análisis comparativo de las marcas enfrentadas, los elementos diferenciadores, ya que dichas marcas cuentan con diferente número de vocablos, siendo el elemento predominante de la marca aspirante el vocablo "EROSKI", que identifica a un conocido grupo empresarial, así como diferencias gráficas y aplicativas, que determinan la inexistencia de riesgo de confusión.

**SEGUNDO.- Sobre el único motivo de casación, fundado en la alegación de infracción del artículo 6,1 b) de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.**

El único motivo de casación formulado debe ser desestimado, puesto que consideramos que la Sala de instancia no ha realizado una interpretación inadecuada de la prohibición de registro contemplada en el artículo 6.1 b) de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, al sostener la incompatibilidad de la marca aspirante número 2.642.559 "EROSKI NEXO" (mixta), para productos de la clase 16, limitada a «revista de difusión interna relacionada con las actividades empresariales del Grupo Empresarial Eroski», con la marca obstaculizadora número 1.965.009 "NEXO" (denominativa), que distingue publicaciones en la clase 16, en cuanto que tiene en cuenta la existencia de similitudes en los elementos denominativos -por la coincidencia de la utilización del término "NEXO"- y aplicativos, que genera que se produzca riesgo de confusión.

En efecto, consideramos que la Sala de instancia no ha incurrido en error patente, en irrazonabilidad o en arbitrariedad en la comparación de las marcas confrontadas, pues advertimos que no se aparta, en relación con la aplicación del artículo 6.1.b) de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, de los criterios formulados por este Tribunal Supremo para efectuar el juicio comparativo entre marcas en conflicto. Según es doctrina de esta Sala jurisdiccional, expuesta en las sentencias de 18 de noviembre de 2005 (RC 2084/2003) y de 25 de enero de 2006 (RC 3857/2003), a los efectos de valorar el riesgo de confusión entre marcas, se debe ponderar globalmente y de forma interdependiente todos los factores del supuesto concreto que resulten pertinentes y, en particular, tener 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. Al respecto, apreciamos que la Sala de instancia toma en consideración el valor dominante del vocablo "NEXO", utilizado en la configuración de la marca aspirante, que coincide con la denominación distintiva de la marca obstaculizadora.

Por ello, estimamos que el pronunciamiento de la Sala de instancia, que resuelve declarar la incompatibilidad de las marcas confrontadas, no incurre en error de Derecho, puesto que, como se advierte en la sentencia de 27 de noviembre de 2003, 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, lo que en el supuesto enjuiciado acontece, dada la similitud de los elementos denominativos y aplicativos analizados.

Al respecto, resulta adecuado recordar la doctrina jurisprudencial de esta Sala formulada en relación con la distintividad de las marcas, expuesta en la sentencia de 4 de octubre de 2006 (RC 7075/2003), en la que dijimos:

*« [...] 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 .».*

En particular, debe significarse, que es doctrina jurisprudencial reiterada de esta Sala que, en los casos de marcas combinadas o mixtas, integradas por fonemas con la adición de formas especiales de representación gráfica, la confundibilidad habrá de ser dilucidada tomando todos los elementos en su conjunto, y atendiendo a las figuras, los dibujos, el color, etc, tanto como a las denominaciones; y determinando de este modo la posible existencia del error en los consumidores, después de una apreciación en la que se pueda destacar los elementos más llamativos; pues cuando alguno o algunos de los elementos que, utilizados por las marcas, tienen especial eficacia individualizadora, es este particular elemento el que, por la peculiaridad singularizante del producto o servicio común, ha de ser preferentemente contemplado, para decidir si la marca impugnada puede provocar confusión en el tráfico mercantil, a costa de la marca prioritaria.

Procede advertir que, en este supuesto, en razón de la naturaleza específica de los productos designados por la marca solicitada -revista de difusión interna relacionada con las actividades empresariales del Grupo Empresarial Eroski-, resulta aplicable, con carácter prevalente, el criterio concerniente a la percepción de las marcas que tiene el consumidor o usuario pertinente de los productos de que se trate, que tiene una importancia determinante en la apreciación global del riesgo de confusión y del riesgo de asociación, lo que permite declarar que, en el caso enjuiciado, la convivencia de las marcas puede generar riesgo de confusión, ya que ambas marcas están configuradas por un elemento distintivo idéntico y distinguen productos afines, aunque la marca aspirante se limite a amparar publicaciones relacionadas con la difusión de actividades del Grupo Empresarial Eroski.

En este sentido, se aprecia que la Sala de instancia no incurre en un error de apreciación al estimar que las marcas enfrentadas no pueden convivir en el mercado en el sector de las publicaciones, al deber valorar que en el público pertinente en la adquisición de dichos productos, que percibe normalmente la marca como un todo, y que se supone es una persona informada razonablemente, atenta y perspicaz, se produce error sobre el carácter indicativo de la procedencia empresarial de dichos productos, debido a la existencia de similitud denominativa y a la evidente relación de afinidad de los ámbitos aplicativos indicados.

Cabe poner de relieve que resulta directamente aplicable, en el supuesto enjuiciado, la doctrina expuesta en la sentencia de esta Sala jurisdiccional del Tribunal Supremo de 25 de febrero de 2008 , en que, siguiendo la doctrina del Tribunal de Justicia formulada en la sentencia de 6 de abril de 2005 (C-120/04 ), sostuvimos que «puede existir un riesgo de confusión para el público, en caso de identidad de los productos o de los servicios, cuando el signo controvertido está formado mediante la yuxtaposición, por una parte, de la denominación de la empresa del tercero y, por otra, de la marca registrada, dotada de un carácter distintivo normal, y esta última, aunque no determina por sí sola la impresión de conjunto del signo compuesto, ocupa en dicho signo una posición distintiva y autónoma», ya que advertimos que, en este caso litigioso, la inscripción de la marca aspirante no garantizaría la protección de función de origen empresarial de la marca anterior número 1.965.009 "NEXO" (denominativa).

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 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.

No resulta ocioso recordar los postulados que informan la 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 » .

Se constata, asimismo, que la Sala de instancia ha respetado el principio de especialidad, cuyo enunciado se infiere del artículo 6 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, y 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, puesto que cabe descartar la existencia de un elevado grado de similitud denominativa y aplicativa entre los signos confrontados.

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 .» .

En último término, debe recordarse 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 .».*

En consecuencia con lo razonado, al desestimarse el único motivo de casación articulado, procede declarar no haber lugar al recurso de casación interpuesto por la representación procesal de la mercantil EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA contra la sentencia de la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid de 2 de diciembre de 2010, dictada en el recurso contencioso-administrativo número 310/2007 .

#### **TERCERO.- Sobre las costas procesales.**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 139 de la Ley reguladora de la jurisdicción contencioso-administrativa , procede imponer las costas procesales causadas en el presente recurso a la parte recurrente.

A tenor del apartado tercero de dicho artículo 139 de la Ley jurisdiccional , la imposición de las costas podrá ser "a la totalidad, a una parte de éstas o hasta una cifra máxima". La Sala considera procedente en este supuesto limitar la cantidad que, por todos los conceptos enumerados en el artículo 241.1 de la Ley de Enjuiciamiento Civil , ha de satisfacer a la parte contraria la condenada al pago de las costas, hasta una cifra máxima total de dos mil euros.

En atención a lo expuesto, en nombre del Rey, y en ejercicio de la potestad jurisdiccional que emana del Pueblo español y nos confiere la Constitución,

#### **FALLAMOS**

**Primero.-Declarar no haber lugar** al recurso de casación interpuesto por la representación procesal de la entidad mercantil EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA contra la sentencia de la Sección Segunda de la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid de 2 de diciembre de 2010, dictada en el recurso contencioso-administrativo número 310/2007 .

**Segundo.- Efectuar expresa imposición de las costas procesales** causadas en el presente recurso de casación a la parte recurrente, en los términos fundamentados respecto de la determinación del límite máximo de su cuantía.

Así por esta nuestra sentencia, que deberá insertarse por el Consejo General del Poder Judicial en la publicación oficial de jurisprudencia de este Tribunal Supremo, definitivamente juzgando lo pronunciamos, mandamos y firmamos .- Pedro Jose Yague Gil.- Manuel Campos Sanchez-Bordona.- Eduardo Espin Templado.- Jose Manuel Bandres Sanchez-Cruzat.- Maria Isabel Perello Domenech.- Rubricados.

**PUBLICACIÓN.-** Leída y publicada fue la anterior sentencia en el mismo día de su fecha por el Magistrado Ponente Excmo. Sr. D. Jose Manuel Bandres Sanchez-Cruzat, estando constituida la Sala en audiencia pública de lo que, como Secretario, certifico.- Aurelia Lorente Lamarca.- Firmado.