



Roj: **SAP A 250/2018 - ECLI: ES:APA:2018:250**

Id Cendoj: **03014370082018100031**

Órgano: **Audiencia Provincial**

Sede: **Alicante/Alacant**

Sección: **8**

Fecha: **11/01/2018**

Nº de Recurso: **295/2017**

Nº de Resolución: **11/2018**

Procedimiento: **Civil**

Ponente: **FRANCISCO JOSE SORIANO GUZMAN**

Tipo de Resolución: **Sentencia**

TRIBUNAL DE MARCAS DE LA UNIÓN

EUROPEA

ROLLO DE SALA n.º 295 (27-U) 17.

PROCEDIMIENTO: juicio ordinario n.º 862/15.

JUZGADO DE MARCAS DE LA UNIÓN EUROPEA n.º 1.

SENTENCIA NÚMERO 11/18

Iltmos.:

Presidente: Don Enrique García Chamón Cervera.

Magistrado: Don Luis Antonio Soler Pascual.

Magistrado: Don Francisco José Soriano Guzmán (ponente).

En la ciudad de Alicante, a once de enero del año dos mil dieciocho.

El Tribunal Español de Marcas de la Unión Europea, situado en Alicante e integrado orgánicamente en la Sección Octava de su Audiencia Provincial, estando constituido por los Magistrados antes expresados, ha visto los presentes autos, derivados del procedimiento referido, seguidos en el Juzgado n.º 1 de Marcas de la Unión Europea; de los que conoce, en grado de apelación, en virtud del recurso interpuesto por RÍO LUNA, SL, ISABEL BISUTERÍA, SL y RIO SOL BISUTERÍA, SL, parte apelante, por tanto, en esta alzada, interviniendo con su Procuradora D.ª FABIOLA MONERRIS JUAN, con la dirección letrada de D.ª ELISA VAGNONE LASARACINA; siendo la parte apelada SANRIO COMPANY LTD, actuando con su Procuradora D.ª ESTHER PÉREZ HERNÁNDEZ, con la dirección letrada de D.ª MÓNICA MARÍA ESTEVE SANZ.

I - ANTECEDENTES DE HECHO.-

PRIMERO.- En los autos referidos, del Juzgado de Marcas de la Unión Europea n.º 2, se dictó Sentencia, de fecha 6 de abril de 2017, cuyo fallo es del tenor literal siguiente: " *Que debo estimar y estimo íntegramente la demanda interpuesta por doña Esther Pérez Hernández, Procuradora de los Tribunales y de la mercantil SANRIO COMPANY LTD contra RIO LUNA, S.L., RIO STAR BISUTERÍAS, S.L., ISABEL BISUTERÍA S.L. y RIO SOL BISUTERÍA, S.L. y en consecuencia:*

A) *Declaro que las demandadas las mercantiles RIO LUNA, S.L., RIO STAR BISUTERÍAS, S.L., ISABEL BISUTERÍAS.L. y RIO SOL BISUTERÍA, S.L. han vulnerado los derechos exclusivos sobre las Marcas de la Unión Europea n.º 6.824.701, 3.389.129, 103.721, 6.662.571 y 6.983.282 Marca Internacional con designación en*



España nº 506.633 y Marcas Españolas nº 1.025.276, 1025278, 1025273, 1025281 y 1025279 titularidad de SANRIO COMPANY LTD.

B) Condeno a las codemandadas RIO LUNA, S.L., RIO STAR BISUTERÍAS, S.L., ISABEL BISUTERÍA S.L. y RIO SOLBISUTERÍA, S.L.:

- A cesar y a abstenerse en el futuro en su incontestada utilización en la Unión Europea y en España de toda forma de uso del signo infractor, en relación con los productos para los que las marcas prioritarias se encuentran registradas, prohibiéndoles en especial la realización bajo tal signo en la Unión Europea y en España, de cualquiera de las actuaciones que se detallan en las letras a) a la c) del artículo 9 apartado 2 del Reglamento de la Marca Comunitaria y de las letras a) a la f) del artículo 34 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

- A retirar a su costa del tráfico económico, en el plazo máximo de un mes o en el que alternativamente se fije por el Juzgado, la totalidad de los productos, medios o materiales publicitarios, documentos mercantiles y cualesquiera otros soportes, documentos o publicaciones, analógicos o digitales, en los que se haya materializado la infracción.

- A destruir a su costa (salvo que fuera posible la eliminación de los mismos de los signos sin afectar al producto), los productos, los materiales publicitarios y cualesquiera otros documentos, publicaciones o soportes en los que se reproduzcan o utilicen los signos infractores de las marcas de la actora, tanto los que se encuentren a su disposición como los que se retiren del comercio por orden del Juzgado

- A indemnizar solidariamente a la actora en los daños y perjuicios en la cantidad de OCHOCIENTOS NOVENTAY CUATRO EUROS Y NOVENTA CÉNTIMOS (89490€) así como al abono de los beneficios ilícitamente obtenidos en concepto de lucro cesante que se liquiden en ejecución de sentencia de conformidad con lo dispuesto en el Fundamento Cuarto de la presente con el mínimo del 1% de la cifra de negocio.

- A pagar las costas del procedimiento.

C) Condeno a la codemandada RIO SOL BISUTERÍA, S.L. a abonar a la actora la cantidad de CUATRO MIL TREINTA Y CUATRO EUROS Y SETENTA Y CINCO CÉNTIMOS (4.03475€) en concepto de gastos de almacenamiento más las cantidades que se devenguen con posterioridad a las facturas presentadas y hasta la destrucción de las mercaderías intervenidas."

Dicha sentencia fue aclarada mediante auto de fecha 3 de mayo de 2017, cuya Parte Dispositiva establece: " Que debo estimar y estimo la aclaración solicitada por doña Esther Pérez Hernández, Procuradora de los Tribunales y de Sanrio Company, LTD frente a la sentencia de 6 de abril de 2017 de tal manera que donde dice "las marcas españolas nº1.025.273 y 1.025.279" debe decir "marcas españolas 1.026.273 y 1.026.274"

SEGUNDO.- Contra dicha Sentencia se interpuso recurso de apelación, del que se dio traslado a las demás partes. Seguidamente, tras emplazarlas, se elevaron los autos a este Tribunal, donde fue formado el Rollo, en el que se señaló para la deliberación, votación y fallo el día 15 / 11 / 17, en que tuvo lugar.

TERCERO.- En la tramitación del presente proceso, en esta alzada, se han observado las normas y formalidades legales.

II - FUNDAMENTOS DE DERECHO.-



PRIMERO.-

La sentencia dictada en primera instancia ha estimado la demanda, declarando que la parte demandada ha infringido diversas marcas de la Unión Europea (marcas UE), nacionales e internacionales con designación en España, notorias, titularidad de la mercantil actora, al comercializar una serie de productos con el signo "HOLA GATO" y con figuras muy semejantes con la gatita de las marcas "HELLO KITTY", existiendo riesgo de confusión, ex art. 9.1.b del Reglamento sobre la Marca Comunitaria n.º 207/2009 .

Contra dicha decisión se alzan las otroras codemandadas, articulando un recurso basado en una serie de motivos impugnatorios, que abordarán en los siguientes fundamentos.

SEGUNDO.-

Punto de partida de la presente resolución es la referencia a la familia de marcas titularidad de la parte actora, calificadas de notorias en la instancia (lo que no se discute), que giran en torno a una serie de signos bastante conocidos:

FONDO DOCUMENTAL CIVIL





HELLO KITTY

SEGUNDO. Infracción marcaria por titular de marca registrada con posterioridad.-

En un muy confuso segundo motivo de recurso, se discute la existencia de infracción por existir un registro marcario (de un tercero no interviniente en el procedimiento) que ampararía el uso que efectúan las demandadas, con lo que, no existiendo mala fe, no debe existir condena al pago de indemnización alguna.

La marca española (titularidad de D.^a Maite , al parecer vinculada con alguna de las codemandadas) es la n.º 2.934.333 y tiene la siguiente representación gráfica:



Hola Gato

Hemos de advertir, como punto de partida, que la infracción declarada en la instancia no se produce únicamente por la utilización de dicha marca registrada, sino también por la de otros signos que incorporan los elementos HOLA GATITO y/o la gatita de aquella, igual o con alguna variante.

Como ha establecido con reiteración este Tribunal (por ejemplo, sentencia de 26 de enero de 2017), la infracción de la marca puede producirse por la actuación del titular de una marca registrada con posterioridad, confundible con la primera, sin necesidad siquiera de que, previa o simultáneamente, se haya ejercitado acción de nulidad de la misma.

La STJUE de 21 de febrero de 2013, asunto C-561/11 , ha establecido, en relación al artículo 9 RMC, que el derecho exclusivo del titular de una marca comunitaria de prohibir a cualquier tercero el uso en el tráfico económico de signos idénticos



o similares a su marca, se extiende al tercero titular de una marca comunitaria posterior, sin que sea necesaria una declaración previa de nulidad de esta última marca. Por tanto, el infractor puede ser el titular de la marca posterior, el "tercero" a que se refiere el Reglamento, pues éste no limita el derecho exclusivo del titular de la marca anterior respecto del titular de una marca de la Unión posterior, y, en virtud del llamado principio de prioridad, la marca anterior prima sobre la marca posterior, pues se presume que la registrada en primer lugar cumple los requisitos para obtener la protección comunitaria antes que la registrada en segundo lugar.

El Tribunal Supremo español, haciéndose eco de dicha doctrina jurisprudencial en la Sentencia 14 de octubre de 2014, la ha considerado extensible al caso de las marcas nacionales, lo que significa que tampoco el titular de una marca española registrada con posterioridad puede oponer a la infracción de la prioritaria el *ius utendi* derivado de un registro.

Esta posición ya ha sido asumida por este Tribunal de Marcas de la Unión Europea, en sentencia de 19 de junio del 2015, en que dijimos que el titular de una marca española posterior puede infringir otra prioritaria "... si se dan las razones para ello ...", es decir, si se da alguno de los casos del art. 34.2 LM.

Sentado, pues, que ya se ha superado la no tan antigua doctrina de que no puede existir infracción cuando se hace uso de un título válidamente registrado, la cuestión que debe abordarse es la relativa a las consecuencias de la infracción, en orden a la indemnización de daños y perjuicios.

La indemnización de los daños y perjuicios está sujeta, como no puede ser de otra forma, a la concurrencia de alguno de los presupuestos del art. 42 LM ("*Presupuestos de la indemnización de daños y perjuicios*"):

a) según el número primero del precepto, responderán, en todo caso, de los daños y perjuicios causados los responsables de la primera comercialización de los productos o servicios ilícitamente marcados así como quienes realicen alguno de los actos previstos en el art. 34.3.a) ("*poner el signo en los productos o en su presentación*") o 34.3.f ("*poner el signo en envoltorios, embalajes, etiquetas u otros medios de identificación u ornamentación del producto o servicio, elaborarlos o prestarlos, o fabricar, confeccionar, ofrecer, comercializar, importar, exportar o almacenar cualquiera de esos medios incorporando el signo, si existe la posibilidad de que dichos medios puedan ser utilizados para realizar algún acto que conforme a las letras anteriores estaría prohibido*"); b) según el número segundo, los que realicen cualquier otro acto de violación de la marca sólo estarán obligados a indemnizar si hubieran sido advertidos suficientemente por el titular de la marca o, en su caso, la persona legitimada para ejercitar la acción acerca de la existencia de ésta, convenientemente identificada, y de su violación, con el requerimiento de que cesen en la misma, o cuando en su actuación hubiere mediado culpa o negligencia o la marca en cuestión fuera notoria o renombrada.

En el caso que nos ocupa, la sentencia ha considerado que el presupuesto del que nace la obligación de indemnizar es el carácter notorio de las marcas de la actora, lo que no se discute.

Por tanto, los argumentos vertidos sobre la ausencia de mala fe son inanes a los fines que se pretenden.

TERCERO. Riesgo de confusión.-

Otra parte del motivo va dirigida a negar la existencia de riesgo de confusión, desde la perspectiva de un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, por existir importantes diferencias entre los signos enfrentados (lazo de la gatita, ojos, bigotes, etc).



En este punto, compartimos los razonamientos vertidos en el fundamento tercero de la resolución recurrida, que daremos por reproducidos, a fin de evitar inútiles reiteraciones

Este Tribunal viene habitualmente abordando el análisis del riesgo de confusión (desde el conocido como Asunto "Matrix - DediegoMatrix", sentencia de 18 de marzo del 2010 , que recoge criterios ya apuntados en Sentencia de fecha 22 de noviembre de 2005), con una serie de razonamientos, perfectamente extrapolables al caso que nos ocupa y que se reproducen a continuación, particularizados al supuesto ante el que nos hallamos.

" Los criterios generales para la apreciación del riesgo de confusión vienen compendiados en la Sentencia del Pleno del TJCE de 22 de junio de 1999 (Lloyd c. Klijsen) y, en lo que aquí interesa, ha de destacarse:

1.- Constituye riesgo de confusión el riesgo de que el público pueda creer que los correspondientes productos o servicios proceden de la misma empresa o, en su caso, de empresas vinculadas económicamente.

2.- La existencia de un riesgo de confusión para el público debe apreciarse globalmente, teniendo en cuenta todos los factores del supuesto concreto que sean pertinentes. La apreciación global mencionada implica una cierta interdependencia entre los factores tomados en consideración y, en particular, la similitud entre las marcas y la existente entre los productos o los servicios cubiertos. Así, un bajo grado de similitud entre los productos o servicios cubiertos puede ser compensado por un elevado grado de similitud entre las marcas, y a la inversa.

3.- Por lo que se refiere a la similitud gráfica, fonética o conceptual de las marcas en conflicto, la apreciación global del riesgo de confusión debe basarse en la impresión de conjunto producida por éstas, teniendo en cuenta, en particular, sus elementos distintivos y dominantes. En efecto, se deduce que la percepción de las marcas que tiene el consumidor medio de la categoría de productos o servicios de que se trate tiene una importancia determinante en la apreciación global del riesgo de confusión. Pues bien, el consumidor medio normalmente percibe una marca como un todo, cuyos diferentes detalles no se detiene a examinar. A los efectos de esta apreciación global, se supone que el consumidor medio de la categoría de productos considerada es un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. No obstante, debe tenerse en cuenta la circunstancia de que el consumidor medio rara vez tiene la posibilidad de comparar directamente las marcas, sino que debe confiar en la imagen imperfecta que conserva en la memoria. A fin de apreciar el grado de similitud que existe entre las marcas controvertidas, el órgano jurisdiccional nacional debe determinar su grado de similitud gráfica, fonética y conceptual y, en su caso, evaluar la importancia que debe atribuirse a estos diferentes elementos, teniendo en cuenta la categoría de productos o servicios contemplada y las condiciones en las que éstos se comercializan.

4.- Por otra parte, puesto que el riesgo de confusión es tanto más elevado cuanto mayor resulta ser el carácter distintivo de la marca anterior, las marcas que tienen un elevado carácter distintivo, bien intrínseco, o bien gracias a lo conocidas que son en el mercado, disfrutan de una mayor protección que las marcas cuyo carácter distintivo es menor. Para determinar el carácter distintivo de una marca, el órgano jurisdiccional nacional debe apreciar globalmente la mayor o menor aptitud de la marca para identificar los productos o servicios para los cuales fue registrada atribuyéndoles una procedencia empresarial determinada y, por tanto, para distinguir dichos productos o servicios de los de otras empresas. Al realizar la apreciación mencionada, procede tomar en consideración, en particular, las cualidades intrínsecas de la marca, incluido el hecho de que ésta carezca, o no, de cualquier elemento descriptivo de los productos o servicios para los que ha sido registrada, la cuota de mercado poseída por la marca, la intensidad, la extensión geográfica y la duración del uso de esta marca, la



importancia de las inversiones hechas por la empresa para promocionarla, la proporción de los sectores interesados que identifica los productos o servicios atribuyéndoles una procedencia empresarial determinada gracias a la marca, así como las declaraciones de Cámaras de Comercio e Industria o de otras asociaciones profesionales." Procederemos, a continuación, a aplicar los criterios anteriores al caso que nos ocupa.

1º) En primer lugar, hemos de determinar el concepto de público pertinente susceptible de padecer el riesgo de confusión. El público pertinente normalmente percibe una marca como un todo, cuyos diferentes detalles no se detiene a examinar (sentencias SABEL y Lloyd Schuhfabrik Meyer), siendo un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, que rara vez tiene la posibilidad de comparar directamente diferentes marcas y que debe confiar en la imagen imperfecta de éstas que conserva en la memoria, variando el nivel de atención del consumidor medio en función de la categoría de productos o servicios contemplada (STJUE del caso Lloyd Schuhfabrik Meyer citada, y entre otras, STGUE de 13 de febrero de 2007). Según jurisprudencia europea constante " el público pertinente está formado por consumidores que pueden utilizar tanto los productos y servicios de la marca anterior como los de la de marca solicitada " (STGUE de 26 de junio de 2014, con cita de la previa del mismo Tribunal de 30 de septiembre de 2010).

En el presente asunto, el público destinatario de los productos de la actora y de la demandada es idéntico, esto es, se trata de un consumidor medio, del que no cabe predicar una preparación o conocimientos especiales de los productos. Al tratarse, pues, de productos de consumo habitual, que no precisan del destinatario unos conocimientos especializados, habremos de concluir que estamos ante un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, en los términos antedichos.

2º) En segundo lugar, la comparación de los signos debe realizarse desde los planos fonético o literario, gráfico o visual y conceptual. Como ya advirtiera la resolución recurrida, existen importantes semejanzas entre los gatos que aparecen en ambos signos, así como entre las denominaciones HOLA GATO y HELLO KITTY (gatito, en inglés).

3º) En lo que se refiere a la comparación entre los productos, la identidad es absoluta, pues no se discute.

La conclusión que alcanzamos, a la vista de los razonamientos anteriores (extrema semejanza entre los signos enfrentados, para productos idénticos), es la existencia de riesgo de confusión, pues el público pertinente puede creer erróneamente que los productos designados con la marca de la demandada tiene el mismo origen empresarial que los designados con la marca de la actora.

CUARTO. Riesgo de confusión y notoriedad de las marcas.-

También desde la perspectiva de la notoriedad de las marcas de la actora y el riesgo de confusión, la sentencia habría de ser confirmada.

Como ha establecido con reiteración este Tribunal, una de las consecuencias del carácter notorio o renombrado de las marcas es la elevación del riesgo de confusión porque es mayor su carácter distintivo. Así lo expresa la Sentencia del Pleno del TJCE de 22 de junio de 1999 (Lloyd/Klijnsen): " *Por otra parte, puesto que el riesgo de confusión es tanto más elevado cuanto mayor resulta ser el carácter distintivo de la marca anterior, las marcas que tienen un elevado carácter distintivo, bien intrínseco, o bien gracias a lo conocidas que son en el mercado, disfrutan de una mayor protección que las marcas cuyo carácter distintivo es menor* ".

La STJUE de 10 de abril de 2.008, asunto C-102/07 (Adidas AG- Marca Mode CV) también ha fijado con claridad cuál es el ámbito de protección que corresponde a una marca notoria y en particular, en relación al régimen de confundibilidad



exigible, señalando que "... basta que el grado de similitud entre el signo y la marca de renombre tenga como efecto que el público pertinente establezca un vínculo entre el signo y la marca " (ap. 41)", marcando la STJUE 18 junio 2009, asunto C-487/07 (LOreal) las diferencias de " grado de similitud " que existen entre riesgo de confusión y vínculo al afirmar que "... no se exige que el grado de similitud entre el signo utilizado por el tercero y la marca de renombre sea tal que exista, para el público pertinente, un riesgo de confusión . Basta que el grado de similitud entre el signo y la marca de renombre tenga como efecto que el público pertinente establezca un vínculo entre el signo y la marca ". Finalmente la STJUE de 27 de noviembre de 2008 ("Intel-CPM") justifica la razón de la mayor protección de la marca notoria en que "... por el uso de dicha marca, más probable será que, ante una marca posterior idéntica o similar, el público pertinente evoque la marca anterior " .

Como se evidencia, la jurisprudencia se pronuncia a favor de la mayor protección que se confiere a la marca notoria. En este sentido la STJUE de 18 de junio de 2009, C-487/07 (LOreal) reiteró que " el artículo 5 apartado 2 de la Directiva 89/104 establece, a favor de las marcas de renombre, una protección más extensa que la regulada en el apartado 1 de dicho artículo 5 ", concretando la STJUE de 23 de octubre de 2003, C-408/01 (Adidas) que " la protección que confiere el artículo 5 apartado 2 de la Directiva, no está supeditada a que se constate un grado de similitud entre el signo y la marca de renombre (y) que exista, para el público pertinente, un riesgo de confusión entre ambos. Basta que el grado de similitud entre el signo y la marca de renombre tenga como efecto que el público pertinente establezca un vínculo entre el signo y la marca " .

En conclusión, hay infracción de marca notoria cuando hay similitud, pero el grado de similitud exigida para que haya infracción es el que sea suficiente para generar en la mente del consumidor un mero vínculo entre marcas, no siendo necesario que se produzca un riesgo de confusión.

La notoriedad o renombre de las marcas, por tanto, no excluye o minimiza el riesgo de confusión, sin que incluso lo agrava, como hemos visto.

Si hemos destacado el grado de similitud entre las marcas de la actora y los signos utilizados por la demandada y la identidad de los servicios que reivindican, la concurrencia del carácter notorio de las marcas de la actora acentúa aún más, si cabe, el riesgo de confusión.

CUARTO.-

Por último, varios motivos de recurso giran en torno a la infracción de los arts. 218 y 219 LEC , en lo que se refiere al cálculo de la indemnización.

Ninguno de dichos preceptos se infringe, en la medida en que la sentencia condena al pago de los beneficios ilícitamente obtenidos, en concepto de lucro cesante, que se liquiden en ejecución de sentencia, conforme a las bases establecidas en el fundamento de derecho cuarto. Pronunciamiento que es congruente con la pretensión indemnizatoria deducida en la demanda.

QUINTO.-

La desestimación del recurso de apelación conlleva, de conformidad con los 394 y 398 de la LEC, la imposición de las costas a la parte apelante, al no apreciarse que la cuestión promovida presente serias dudas de hecho o de derecho.

La confirmación de la resolución recurrida supone la pérdida del depósito constituido para interponer el recurso (D. A. 15ª.9 LOPJ).

SEXTO.-

La presente sentencia no es firme y podrá interponerse contra ella, ante este tribunal, recurso de casación (bien porque la cuantía del proceso exceda de 600.000 € - art.477.2.2ºLEC -, bien porque se considere que su resolución puede presentar



interés casacional) - art. 477.2.3° LEC) y, en su caso, también, y conjuntamente, recurso extraordinario por infracción procesal, en el plazo de veinte días a contar desde el día siguiente al de su notificación, del/los que conocerá la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo.

Al tiempo de la interposición de dicho/s recurso/s deberá acreditarse la constitución del depósito para recurrir -que se ingresará en la Cuenta de Consignaciones de esta Sección Octava abierta en BANCO SANTANDER y tasas que legalmente pudieran corresponder, advirtiéndose que sin la acreditación de la constitución del depósito indicado no será/n admitido/s.

VISTAS las disposiciones citadas y demás de general y pertinente aplicación, siendo ponente de esta Sentencia, que se dicta en nombre de SM. El Rey y por la autoridad conferida por el pueblo español, en el ejercicio de la potestad jurisdiccional, el Magistrado Don Francisco José Soriano Guzmán, quien expresa el parecer del Tribunal Español de Marcas de la Unión Europea.

III - PARTE DISPOSITIVA

FALLAMOS: Que con **desestimación** del recurso de apelación interpuesto por la representación de RÍO LUNA, SL, ISABEL BISUTERÍA, SL y RIO SOL BISUTERÍA, SL contra la sentencia dictada por el Juzgado de Marcas de la Unión Europea n.º 2, de fecha 6 de abril de 2017, en los autos de juicio ordinario n.º 862 / 15, **debemos confirmar y confirmamos dicha resolución**, imponiendo a la parte apelante las costas de esta alzada.

Se acuerda la pérdida del depósito constituido por la/s parte/s recurrente/s o impugnante/s cuyo recurso/ impugnación haya sido desestimado.

Notifíquese esta resolución en forma legal y, en su momento, devuélvanse los autos originales al Juzgado de procedencia, de los que se servirá acusar recibo, acompañados de certificación literal de la presente resolución a los oportunos efectos de ejecución de lo acordado, uniéndose otra al Rollo de apelación.

La presente resolución podrá ser objeto de recurso, de conformidad con lo establecido en los fundamentos de derecho de esta sentencia.

Así, por esta nuestra Sentencia, fallando en grado de apelación, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.

PUBLICACIÓN: Leído y publicado fue la anterior sentencia en el día de su fecha, siendo Ponente el Ilmo. Sr. D. Francisco José Soriano Guzmán, estando el Tribunal celebrando audiencia pública en el día de la fecha. Certifico.

AVISO LEGAL

Para la realización de cualesquiera actos de reutilización de sentencias y otras resoluciones judiciales con finalidad comercial, debe ponerse en contacto con el Centro de Documentación Judicial -CENDOJ-