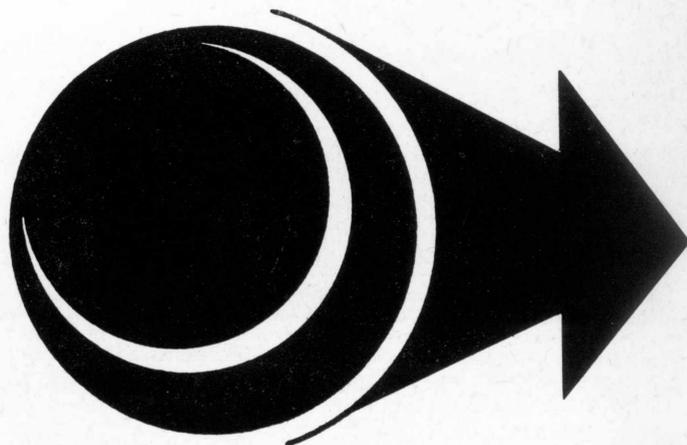


**PRIMER CONGRESO ITALO-ESPAÑOL
DE PROFESORES DE DERECHO ADMINISTRATIVO
SEVILLA**

**régimen jurídico de las denominaciones
turísticas**

**GUILLERMO JIMENEZ SANCHEZ
JOSE LUIS BALLESTER ALMADANA
PROFESORES AYUDANTES DE DERECHO
MERCANTIL DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA**



SUMARIO

- I. INTRODUCCIÓN.
 - II. CONCEPTO.
 - A. Objeto protegido.
 - B. Denominación geoturística y denominación geográfica.
 - C. Denominación geoturística y denominación comercial.
 - a) Utilización geoturística de denominaciones comerciales.
 - b) Utilización comercial de denominaciones geoturísticas.
 - III. EL REGISTRO.
 - 1. Obligatoriedad.
 - 2. Requisitos necesarios para que una denominación geoturística sea inscribible.
 - 3. Expediente de inscripción.
 - IV. EFECTOS DE LA INSCRIPCIÓN.
 - A. De la inscripción definitiva.
 - B. Del asiento provisional.
 - V. RÉGIMEN DE RECURSOS.
 - A. Contra los actos de la Administración que resuelvan sobre el expediente de inscripción o sancionen conductas contrarias a la O. C. R. D. G.
 - B. Contra los actos que lesionen derechos o intereses privados mediante el uso ilegítimo de una denominación como geoturística.
 - VI. PROTECCIÓN INTERNACIONAL DE LAS DENOMINACIONES GEOTURÍSTICAS.
- APÉNDICE.
- Relación alfabética de las denominaciones inscritas en el Registro General de Denominaciones Geoturísticas hasta el 12 de mayo de 1966.

I. INTRODUCCION

Como inciso en un Congreso de Administrativistas, abusando de la cordialidad y hospitalidad de su organización, esta comunicación, aunque contemplando un problema más de la ordenación jurídico-pública de esta realidad social de nuestro tiempo que es el turismo, va a dedicar su atención al estudio de un fenómeno que trasciende al campo de los intereses privados de las empresas que consideran al turismo como objeto propio de su peculiar actividad, y, por consiguiente, se puede en cierto sentido adecuar a la mentalidad privatista propia de sus autores. Ello, entendemos, requiere unas palabras de justificación previa.

No son, ciertamente, frecuentes, a lo menos en nuestros días, las excursiones de los estudiosos del Derecho privado por los terrenos del Derecho público, si bien lo sea algo más el fenómeno contrario, motivado por la acusada publicación, si no queremos decir socialización, de la vida contemporánea. Y esto es lógico, y responde a un honesto planteamiento y a una humildad científica ante sus propias limitaciones de quienes así se comportan, que, ante una rama jurídica que construye sus principios específicos basándose en postulados diversos de los propios de los esquemas clásicos, se encuentran con la mayor dificultad del jurista: no aprender cosas nuevas, sino olvidar o precindir de las ya conocidas.

A romper esta normal cautela iusprivativista nos ha animado el considerar que esta dificultad es en nuestro caso mínima, puesto que muy poco o nada tenemos que olvidar, y por lo mismo podemos concedernos la natural osadía del que tiene muy poco que perder. Por otra parte, creemos que, en última instancia, quizá no sea inútil una visión que, por una incipiente, si bien todavía escasa deformación profesional, tienda a enfocar preferentemente los intereses privados que puedan presentarse en la regulación de cualquier figura jurídica, para estudio de un tema, como el de la denominación geoturística, tan conexo con el general de la publicidad, tema vital en el desarrollo de la actividad económica de una empresa, y al que por lo mismo el Derecho mercantil consagra una especial atención, desde luego compartida por otras ramas jurídicas, como especialmente las del Derecho público, que lo consideran bajo otras perspectivas que les son propias.

Toda empresa, en su actuación externa, colocación en el mercado de bienes o servicios, utiliza una serie de signos distintivos que le permiten diferenciarse a sí misma o a sus productos de los posibles competidores, a efectos de atraer o conservar el mayor número posible de clientes.

Para que dicha función de atracción se realice debidamente es necesario asegurar a cada empresa el uso exclusivo de los signos distintivos, y a esto atienden en Derecho español las normas sobre propiedad industrial, cuyo texto básico es el Estatuto de la Propiedad Industrial aprobado por Real Decreto-Ley de 26 de julio de 1929, refundido y revisado por Real Orden de 30 de abril de 1930.

La empresa turística, cuya actividad da lugar a lo que oficialmente se llama «industria turística», siente las necesidades generales de toda empresa de individualizarse frente a la concurrencia, y para ello se sirve como cualquier otra de los signos distintivos protegidos por el Derecho español en el citado Estatuto de la Propiedad Industrial.

Pero el régimen de signos distintivos que hemos contemplado considera aisladamente el fenómeno de una empresa que pretende individualizarse para reservarse una clientela derivada de su propio y peculiar aviamiento. Junto a este fenómeno, el más general y extendido, la realidad nos presenta otros supuestos en los que la atracción de una determinada clientela no viene determinada por las características propias de una concreta empresa, sino por las especiales cualidades vinculadas en general a los productos de una zona o lugar geográfico. Para identificar los mismos, y proteger a la par a la clientela y a las empresas enclavadas en dicha zona, de las falsas indicaciones de posibles concurrentes, el Derecho español, aparte de las normas generales que sancionan la falta de veracidad y los abusos en la propaganda, ha instituido un sistema de protección especial de la veracidad en el uso de las denominaciones geográficas a través del régimen de las denominaciones de origen y de las indicaciones de procedencia.

Este problema de la necesidad de asegurar una veracidad en las indicaciones geográficas se encuentra muy particularmente acusado en el campo de la actividad turística, en la que los bienes o servicios ofrecidos por las empresas están estrechamente relacionados con las características propias de

los lugares concretos en que se encuentran enclavadas. Y además en este campo, junto a esta específica manifestación de un problema general, debe apreciarse la presencia de un muy acentuado interés público, local o regional, en consideración a los beneficios generales que produce para una determinada zona la presencia de una fuerte demanda turística, y estatal, en cuanto que a la economía nacional interesa indudablemente la formación de importantes centros geográficos dotados de un valor atractivo de la demanda turística para facilitar y hacer más efectiva la costosa propaganda destinada a tal efecto, y para poder reducir y hacer más productivas las inversiones que han de crear las condiciones mínimas de infraestructura económica necesarias para establecer la industria turística sobre una base rentable.

A llenar estas necesidades atiende el régimen de las denominaciones geoturísticas. Como claramente indica el preámbulo de la Orden de 31 de marzo de 1964, creador del Registro de Denominaciones Geoturísticas (en lo sucesivo, O. C. R. D. G.), «el valor propagandístico y descriptivo de determinadas denominaciones geográfico-turísticas exige su delimitación territorial para evitar que puedan darse idénticos nombres a sectores diferentes con perjuicio de la información; por ello, y al amparo del artículo 2.º de la Ley 48-1963, de 8 de julio, sobre competencia en materia turística, procede crear un Registro en el cual se inscriban aquellas denominaciones, independientes y diferentes de la propia geográfica y puramente comercial que se emplee específicamente en los diversos medios de propaganda turística».

II. CONCEPTO

A. OBJETO PROTEGIDO.

El objeto protegido por el régimen implantado con la O. C. R. D. G. es la denominación geográfico-turística, denominación que alude a un nombre «que tiene por objeto definir, fijar y delimitar la extensión territorial de aquellos lugares, pueblos, villas, ciudades, centros, zonas, costas, sierras, comarcas o regiones turísticas de cuyas denominaciones se realice propaganda turística, oficial o particular, interna o hacia el exterior» (art. 1.º de la Orden de 31 de marzo de 1964).

El área territorial comprendida bajo la denominación geoturística puede ser de muy diversa extensión, desde el litoral de varias provincias españolas (v. gr., «Costa del Sol», que comprende el litoral de las provincias de Almería —desde el cabo de Gata—, Granada, Málaga y Cádiz —hasta la punta de Tarifa—) hasta una urbanización enclavada en un término municipal (v. gr., «Andalucía la Nueva», situada en el término de Marbella, Málaga). Esta elasticidad de extensión permite que dentro de una de las grandes zonas territoriales a que puedan hacer referencias las denominaciones geoturísticas amplias se concreten otras menores amparadas específicamente bajo otra denominación geoturística menos comprensiva.

B. DENOMINACIÓN GEOTURÍSTICA Y DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA.

En cuanto la denominación geoturística hace referencia a una zona territorial se puede presentar el problema de su coincidencia con una denominación geográfica. Según manifiesta el preámbulo de la O. C. R. D. G., la denominación geoturística debe ser «independiente y diferente de la propia geográfica» ¿Qué debemos entender por tal? Creemos que una interpretación lógica y sistemática del régimen establecido por la Orden que comentamos debe conducirnos a entender que la denominación geográfica a que se alude en las palabras citadas de su preámbulo es aquella dotada de una cierta fijeza oficial, v. gr., a través de su inclusión en el *Índice Oficial del Instituto Geográfico de España*. No se refiere, por tanto, a la considerada con mayor extensión como tal por el Tribunal Supremo en su sentencia de 11 de julio de 1941, que, a los efectos derivados del régimen de propiedad industrial, entiende que es aquella denominación conocida con general notoriedad, puesto que ya la misma Orden, en su artículo 3.º, párrafo primero, alude a la *tradición* de la denominación cuya inscripción se pretenda en el Registro creado al efecto, con lo que se prevé que la denominación geoturística haya tenido notoriedad general antes de su inscripción como tal.

Si bien, como se deduce de las anteriores consideraciones, la denominación geoturística debe ser diferente de la geográfica, entendida ésta en sentido estricto, no obstante creemos que es admisible el empleo de una denominación geográfica estricta en la construcción de una geoturística, que vendría compuesto por aquélla y una indicación de fantasía, que resaltara algún aspecto turístico atrayente del lugar, como ha ocurrido, entre otros, con los casos de las denominaciones «Teruel mudéjar, ciudad de los Amantes»; «Brihuega, jardín de la Alcarria» o «Sigüenza, la ciudad del Doncel».

C. DENOMINACIÓN GEOTURÍSTICA Y DENOMINACIÓN COMERCIAL.

El preámbulo de la O. C. R. D. G. hace también referencia a la posible denominación comercial de un sector o zona para contraponerla a la geoturística en forma algo confusa, aludiendo a «aquellas denominaciones independientes y diferentes de la propia geográfica y puramente comercial». Entendemos que con esta expresión se ha pretendido distinguir la geoturística, a la par que de la geográfica, de las denominaciones empleadas para realizar una actividad propagandística de instalaciones, establecimientos, empresas, etc., situados o que desarrollen sus actividades en determinadas zonas del territorio nacional.

No creemos que la referencia de la Orden esté limitada a aquellas denominaciones comerciales dotadas de una especial fijeza mediante su inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial, sino que debe extenderse a toda aquella utilizada en el tráfico aun sin cumplir dicho requisito administrativo, en cuanto que el Estatuto de la Propiedad Industrial, por regla general, no es constitutivo respecto a lo en él inscrito, sino que se limita a estatuir un régimen especial y riguroso de protección.

Argumento que refuerza nuestra tesis de interpretación amplia de las denominaciones comerciales es el hecho de que muchas de éstas están compuestas de nombres geográficos, y por este motivo no son inscribibles en el Registro de la Propiedad Industrial, a tenor del artículo 124, 6, del Estatuto que regula dicha propiedad y doctrina jurisprudencial del Tribunal Supremo contenida en la citada sentencia de 11 de julio de 1941.

Ahora bien, esta referencia de la exposición de motivos nos lleva a plantear esta doble cuestión: ¿Es admisible la utilización, como denominación geoturística, de aquellas que sean empleadas como denominaciones comerciales? Inversamente, ¿lo es la utilización como comercial de una denominación geoturística?

a) *Utilización geoturística de denominaciones comerciales.*

Entre las diversas Ordenes del Ministerio de Información y Turismo que han inscrito denominaciones geoturísticas en el Registro creado al efecto podemos encontrar algunas correspondientes a los nombres comerciales de los instantes interesados en el expediente de inscripción; tales son los casos de «Costabella del Médano» (solicitada por el presidente del Consejo de Administración de Costabella del Médano, S. A.), «Torremuelle» (solicitada por Inmobiliaria Torremuelle, S. A.) o «Acantilados de los Gigantes» (solicitada por un consejero delegado de Acantilados de los Gigantes, S. A.).

No consideramos que esté prohibida en principio la inclusión en la denominación geoturística de una comercial, puesto que ninguna norma al respecto está incluida en el texto dispositivo de la Orden, y la simple referencia de la exposición de motivos a las notas de «independientes y diferentes», aparte de no vinculante, es demasiado oscura para basar en ella dicha prohibición. Además, la finalidad pública perseguida por el régimen de la denominación geoturística, la delimitación territorial de las denominaciones empleadas en la propaganda turística, no se altera en modo alguno por este hecho.

Ahora bien, una justa ponderación de los intereses en presencia exige concretar dos supuestos:

1) Si el expediente de inscripción de una denominación como geoturística se ve promovido por los mismos interesados en una denominación comercial, no puede, naturalmente, apreciarse perjuicio alguno.

2) En el caso contrario, es decir, cuando la solicitud de inscripción de la denominación geoturística no provenga del titular de la denominación comercial, éste, si considera que la utilización como geoturística de una denominación semejante a la suya puede perjudicarlo, tiene a su alcance un sistema de defensa de sus derechos que, como veremos al estudiar el régimen de recursos (*infra*, epígrafe V, letra B), consiste en la posible oposición al acceso al registro de dicha denominación y, en determinados casos, en el derecho a impedir el uso de la misma, por aplicación de la legislación especial de propiedad industrial.

b) *Utilización comercial de denominaciones geoturísticas.*

La utilización como comercial de una denominación geoturística podemos a su vez diversificarla en una doble cuestión:

1) ¿Puede continuarse utilizando la denominación comercial precedente que ha sido recogida en una geoturística? Entendemos que, en principio, debe responderse a este interrogante afirmativamente. La configuración de una denominación como geoturística no puede privar a los titulares de una denominación comercial de su derecho a utilizarla.

Claro es que dicha utilización habrá de realizarse de acuerdo con los fines propios de las denominaciones comerciales, no pudiéndose, por ende, servirse de las mismas para hacer propaganda turística de una determinada zona, función que incumbe a la denominación geoturística.

2) ¿Puede crearse una denominación comercial en la que se incluya una geoturística preexistente? Ante todo, en este punto debemos tener presente el interés público que persigue el régimen de estas denominaciones, y, por tanto, no podrá utilizarse una posible denominación así formada en propaganda turística que, por referirse a zona distinta de la comprendida en ella, pueda inducir a errores al público.

Sometida a esta limitación, entendemos que la utilización como comercial, comprendido este término en sentido amplio, de una denominación geoturística es factible. Pero en cuanto a la posibilidad de su inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial, para alcanzar el carácter de denominación comercial *strictu sensu* creemos que en este caso la denominación geoturística puede entrar en el concepto amplio que mantiene nuestro Tribunal Supremo de denominación geográfica (sentencia ya citada de 7 de julio de 1941), y que, por tanto, no tendrá acceso al Registro de la Propiedad Industrial (124, 6.º) en su forma simple, pero podrá alcanzar valor distintivo, y conferir derechos de exclusividad de uso, si se integra con otras expresiones, llegando a formar una nueva y original designación.

III. EL REGISTRO

1. *Obligatoriedad.*

La O. C. R. D. G., de acuerdo con su propósito de establecer una categoría especial de denominaciones empleadas específicamente en los diversos medios de propaganda turística, dispone en su articulado que solamente las denominaciones cuya inscripción en el Registro de Denominaciones Geoturísticas haya alcanzado el carácter de definitivas podrán ser empleadas libremente en la propaganda turística, oficial o particular, interna o hacia el exterior (vid. arts. 5.º y 1.º).

«La difusión de una denominación geoturística que no hubiera alcanzado la condición de definitiva y no se halle debidamente registrada dará lugar a la incoación por el Ministerio de Información y Turismo de un expediente de sanción, conforme a las Ordenes de 22 de octubre de 1952 y 29 de noviembre de 1956, y a la retirada de los medios de difusión utilizados, así como, en su caso, a la aplicación de otras medidas a que en derecho haya lugar» (art. 6.º).

El estudio concreto de las sanciones que acarrea la utilización de una denominación en la propaganda turística sin haber cumplido este deber de inscripción previa lo realizaremos cuando nos ocupemos de los efectos de la inscripción (*infra*, epígrafe IV).

2. *Requisitos necesarios para que una denominación geoturística sea inscribible.*

La consideración de las disposiciones contenidas en la Orden que comentamos dentro del marco general del régimen español sobre denominaciones y signos distintivos entendemos que debe llevarnos a establecer las siguientes conclusiones:

A) Puede ser utilizada como denominación geoturística cualquier denominación, sin que sea necesario que ésta tenga una base objetiva. Al no existir prohibición concreta a este respecto podrá consistir, por tanto, en una denominación de fantasía, tradicional, etc.

B) ¿Cabe utilizar un idioma diferente del castellano para la construcción de la denominación geoturística? En el Derecho español, «por el sentimiento nacional y españolista proclamado por el nuevo Estado» (preámbulo de la Orden del Ministerio de Industria y Comercio de 20 de mayo de 1940), se dictaron con posterioridad a la guerra civil una serie de Ordenes (16 y 20 de mayo y 8 de julio de 1940) en las que se restringía el uso de idiomas extranjeros o dialectos en los diversos medios de propaganda industrial. Desde luego, estas disposiciones, en cuanto prohibitivas, han de ser interpretadas restrictivamente, y no son aplicables al fenómeno de las denominaciones geoturísticas que no contemplan directamente. No obstante, ¿podrán a lo menos deducirse de ellas una tendencia general del Derecho español que pueda conducir a la Administración pública, de quien depende en definitiva la concesión de la inscripción de una denominación como geoturística, a rechazar aquellas que no respeten esta dirección?

Creemos que no se seguirá este camino por la Administración. En primer lugar, porque las denominaciones en catalán, gallego o vascuence de ciertos lugares de indudable interés turístico pueden gozar de un prestigio atractivo del turismo del que no sería lógico prescindir, e incluso, aunque el supuesto es más infrecuente, pueden admitirse ciertos casos en los que el empleo de una denominación extranjera tenga una gran eficacia en la propaganda internacional de zonas turísticas españolas. Y, en segundo lugar, porque el criterio restrictivo de la legislación nacional de la posguerra que dejamos señalado ha sido paulatinamente modificado por una serie de disposiciones, entre las cuales podemos citar la Orden de 10 de mayo de 1949, que modificando la de 20 de mayo de 1940 admite ya la incorporación de leyendas en idioma extranjero en ciertos supuestos.

La definitiva apertura a la utilización de idiomas no castellanos creemos que se deduce claramente de la adhesión de España, en el 20 de diciembre de 1955, al Convenio de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial, en su revisión de Londres de 1934.

En dicho Convenio, en su artículo 6.º, se establece que «toda marca de fábrica o de comercio regularmente registrada en el país de origen podrá ser depositada y protegida sin modificación en los demás países de la Unión...». Por aplicación de este precepto resultará que las marcas extranjeras serán protegidas en España y se podrán utilizar en su idioma original.

Esta posibilidad se clarifica a la luz del artículo 2.º, apartado D, del Reglamento para la Ejecución del Arreglo de Madrid relativo al registro internacional de marcas de fábricas o de comercio, revisado también en Londres en 1934 y ratificado por España, que dispone que «cuando una marca contiene inscripciones en lenguas o en caracteres generalmente poco conocidos, la Administración del país de origen exigirá al propietario que una a su depósito internacional una docena de ejemplares de la traducción en francés de estas inscripciones, a fin de acelerar el examen de la marca en los países». Es decir, que se parte de la existencia de marcas que serán protegidas en todos los países en su idioma original, y para el caso de que éste sea poco conocido hay que aportar su traducción en francés a los únicos efectos de facilitar su examen en los distintos países.

C) La denominación geoturística ha de tener carácter diferenciador, por lo que tiene que ser distinta de cualquiera otra preexistente. El requisito de novedad respecto a las denominaciones ya inscritas en el Registro se exige expresamente en el artículo 3.º de la O. C. R. D. G., pero además entendemos que este requisito debe referirse también a las no inscritas preexistentes, y la existencia de una rancia no inscrita determina ya la carencia y la imposibilidad de inscripción de cualquiera otra novedad semejante.

Este requisito de novedad debe entenderse regido por los siguientes principios:

a) No caben denominaciones que por su semejanza fonética o gráfica con otras preexistentes puedan inducir a error o confusión.

b) Tampoco aquellas que coincidan materialmente con otras preexistentes, a las que sólo se haya suprimido o agregado algún vocablo para conseguir una aparente diferenciación.

c) Asimismo, están excluidas aquellas denominaciones tan genéricas que carezcan de todo carácter diferenciador, aun cuando, desde luego, este dato deberá ser valorado con un criterio amplio, entendiéndose excluidas solamente aquellas expresiones que, como «La Playa» o «El Bosque», no supongan en absoluto ningún elemento diferenciador o singular.

D) Son inadmisibles las denominaciones que contengan expresiones inmorales o contrarias a algún culto religioso o que puedan ser causa de escándalo o tiendan a ridiculizar ideas, personas u objetos dignos de consideración.

E) Tampoco serán admitidas las denominaciones que puedan inducir a error con su uso sobre la exacta localización de la zona de que se trate, como podrá ser el caso de designar a una comarca andaluza como «Costa del Cantábrico», etc.

F) De acuerdo al carácter utilitario con que la O. C. R. D. G. concibe el fenómeno de las denominaciones geoturísticas, el artículo 3.º hace referencia a la «conveniencia» entre los extremos que deben acreditarse en el oportuno expediente previo a la inscripción de una denominación como geoturística. En la práctica esta referencia posible a denominaciones convenientes e inconvenientes viene a conceder a la Administración un amplio margen de apreciación discrecional en la decisión definitiva sobre la inscripción.

G) Finalmente, la denominación geoturística, como se deduce del mismo artículo 3.º de la O. C. R. D. G., ha de hacer referencia a un lugar en el espacio, a una concreta extensión territorial, es decir, ha de ser determinada en su individualización geográfica.

3. Expediente de inscripción.

A) OBJETO DE LA INSCRIPCIÓN.

Es una denominación que define, fija y delimita la extensión territorial de un lugar con el fin de realizar propaganda turística del mismo, oficial o particular, interna o hacia el exterior (art. 1.º de la O. C. R. D. G.).

B) INICIATIVA DE LA INSCRIPCIÓN.

El expediente podrá ser incoado de oficio a instancia de las Corporaciones locales y entidades públicas o personas naturales o jurídicas interesadas (art. 2.º de la O. C. R. D. G.). En uno u otro caso será de aplicación lo establecido en los artículos 68 ó 69 de la Ley de Procedimiento administrativo.

C) REGISTRO DE REFERENCIA.

Es el registro de Denominaciones Geoturísticas, creado por el artículo 1.º de la O. C. R. D. G. y encuadrado en la Subsecretaría de Turismo.

D) TRÁMITES NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN.

El expediente se inicia, bien de oficio, bien a solicitud de cualquiera de las personas que puedan adoptar la iniciativa del expediente, que deberá reunir los requisitos indicados en el artículo 69 de la Ley de Procedimiento administrativo y que deberá ser dirigida al Subsecretario de Turismo.

Presentada la solicitud, la Subsecretaría de Turismo verificará por Resolución procedente la inexistencia previa de aquella denominación en el Registro, y en caso de comprobarse dicha inexistencia se procederá al asiento provisional de la denominación solicitada (art. 3.º de la O. C. R. D. G.).

Al mismo tiempo la Subsecretaría solicitará obligatoriamente una serie de informes (no vinculantes, en virtud de la norma general del artículo 85, párrafo segundo, de la Ley de Procedimiento administrativo) sobre:

- la extensión territorial;
- la tradición de la denominación, en su caso;
- la conveniencia de la misma;
- la Dirección General de Promoción del Turismo;
- la o las Delegaciones Provinciales del Ministerio de Información y Turismo en cuyo ámbito territorial esté comprendida la zona a que haga referencia la denominación geoturística;
- el o los Ayuntamientos igualmente afectados;
- la o las Diputaciones que se encuentren en el mismo caso, siempre que la referida zona afecte a más de tres municipios de su provincia;
- el o los Gobiernos civiles, como en el caso anterior, y cuando sean afectados más de seis municipios.

Potestativamente, la Subsecretaría, si así lo considera oportuno, podrá abrir un período de información pública durante el tiempo que en cada caso específico se determine, y que, en los expedientes hasta ahora tramitados, en que se ha hecho uso de esta posibilidad (no se ha acudido a ella en los casos de expedientes promovidos de oficio por la misma Subsecretaría de Turismo), ha venido siendo, respetando el límite mínimo establecido por el artículo 87 de la Ley de Procedimiento administrativo, de treinta días.

A la vista de estos informes, la Subsecretaría procederá a elevar propuesta de inscripción definitiva al ministro de Información y Turismo, que acordará en definitiva la inscripción por Orden ministerial (art. 4.º de la O. C. R. D. G.).

IV. EFECTOS DE LA INSCRIPCION

A. DE LA INSCRIPCIÓN DEFINITIVA.

La inscripción en el Registro de Denominaciones Geoturísticas da derecho a utilizar una denominación en la propaganda turística de todo género, como precisa la O. C. R. D. G., artículo 1.º, oficial o particular, interna o hacia el exterior. Entendemos por tal toda actividad de divulgación publicitaria dirigida a provocar la atención del turismo hacia una determinada zona del territorio nacional y hacia los servicios turísticos que la misma ofrece.

Naturalmente, en cuanto que no podrá ser inscrita en el Registro dos veces una misma denominación (art. 3.º de la O. C. R. D. G.) la denominación geoturística tendrá que ser siempre empleada en referencia a una misma zona del territorio nacional.

Contrariamente, «la difusión de una denominación geoturística que no hubiera alcanzado la condición de definitiva y no se halle debidamente registrada dará lugar a la incoación por el Ministerio de Información y Turismo de un expediente de sanción, conforme a las Ordenes de 22 de octubre de 1952 y 29 de noviembre de 1956, y a la retirada de los medios de difusión utilizados, así como, en su caso, a la aplicación de otras medidas a que en derecho haya lugar» (art. 6.º de la O. C. R. D. G.).

La triple serie de consecuencias que se establecen en la norma citada hace referencia: 1) En primer lugar, a la imposición de sanciones por los normales cauces establecidos al efecto en el Ministerio de Información y Turismo. Al tema del régimen de los posibles recursos contra estas medidas dedi-

caremos más adelante nuestra atención (*infra*, epígrafe V); 2) En segundo lugar, a hacer cesar el incumplimiento, que en nuestro caso reviste el carácter de continuo, mediante la retirada de los medios de difusión empleados; 3) Finalmente, a las posibles consecuencias que puedan derivarse en nuestro caso de la violación de las reglas generales de la competencia mercantil por falsas indicaciones, violación de derechos de terceros, etc., sancionadas, con carácter general, civil y penalmente en nuestro ordenamiento.

La aplicación de este régimen de sanciones exige la concreta delimitación de dos supuestos que pueden crear una cierta confusión:

a) *Denominaciones geográficas en sentido estricto.*

Nos referimos a aquellas denominaciones que poseen una fijeza oficial a través, v. gr. de su inclusión en el *Índice Oficial del Instituto Geográfico de España*. De estas denominaciones (v. gr., «SEVILLA») cabrá, naturalmente, hacer propaganda turística sin necesidad de que hayan de ser inscritas en el Registro de Denominaciones Geoturísticas, ya que, como el propio preámbulo de la O. C. R. D. G. afirma, en éste sólo se inscriben «aquellas denominaciones, independientes y diferentes de la propia geográfica y puramente comercial que se emplee específicamente en los diversos medios de propaganda turística».

La O. C. R. D. G. persigue dar una estabilidad y concreción a las denominaciones empleadas en propaganda turística para, como dice en su preámbulo, «evitar que puedan darse idénticos nombres a sectores diferentes, con perjuicio de la información». Sin embargo, en estas denominaciones estrictamente geográficas no existe este riesgo, en cuanto las mismas están perfectamente concretadas a un lugar determinado y no hay posibilidad de que se utilicen idénticos nombres para designar lugares diferentes de la geografía nacional.

En cambio, las denominaciones consideradas en sentido amplio como geográficas, a los efectos de la legislación de propiedad industrial, no reúnen aquellos requisitos de concreción y estabilidad, por lo que estimamos que no podrán ser utilizadas para propaganda turística sin antes ser inscritas en el Registro de Denominaciones Geoturísticas.

b) *Denominaciones comerciales.*

Como tales entendemos, a los efectos que aquí nos interesan, tanto las inscritas en el Registro de la Propiedad Industrial (denominación comercial *strictu sensu*) como aquellas que, sin reunir este requisito, sean utilizadas normalmente en el comercio.

Todas estas denominaciones pueden utilizarse en propaganda turística de acuerdo con sus propios fines. Es decir, no en el sentido de utilización general, sino para dar a conocer una determinada empresa, su establecimiento o sus productos. No servirán, por el contrario, para designar a una zona territorial, puesto que no es ésta su función, y no hay un mecanismo jurídico que dé certeza o estabilidad a la posible referencia geográfica que pudieran suponer. V. gr., piénsese en el caso, plenamente admisible, del traslado territorial de una empresa y la conservación por la misma de los signos distintivos que utilizaba anteriormente.

Por consiguiente, no se incurrirá en las sanciones previstas por utilizar a fines turísticos las ordinarias denominaciones comerciales, excepto si se pretende emplearlas en la función propia de las denominaciones geoturísticas, es decir, en la designación absoluta de zonas territoriales a fines turísticos.

B. DEL ASIENTO PROVISIONAL.

Seguramente, por inspiración en el régimen propio de otros registros jurídicos, la O. C. R. D. G. contempla la figura del asiento provisional previo a la inscripción definitiva. Este asiento no concede

el derecho a utilizar la denominación en propaganda turística, por lo que, en caso de hacerlo, procederán las sanciones *supra* analizadas.

No obstante, estimamos que dicho asiento provisional crea una situación jurídica de la que pueda derivarse un cierto derecho de preferencia para el supuesto de que posteriormente se solicite la inscripción de una denominación idéntica o semejante que pueda producir confusión con la que ya ha sido objeto de aquel asiento.

Esto último, por supuesto, sin perjuicio de la influencia en este punto de la «tradición en la denominación» y del margen de apreciación que se otorga a la Administración, que habrá de juzgar sobre la «conveniencia» de la denominación (art. 3.º de la O. C. R. D. G.), criterios que habrían de ser tenidos en cuenta para la justa resolución que deba adoptarse.

V. REGIMEN DE RECURSOS EN MATERIA DE DENOMINACIONES GEOTURISTICAS:

A) CONTRA LOS ACTOS DE LA ADMINISTRACIÓN QUE RESUELVAN SOBRE EL EXPEDIENTE DE INSCRIPCIÓN O SANCIONES CONDUCTAS CONTRARIAS A LA O. C. R. D. G.

1) No cabe recurso alguno contra el acto administrativo que decide la apertura del expediente de inscripción de una denominación en el Registro de Denominaciones Geoturísticas, tanto en caso de que se promueva de oficio como de que lo haya sido a instancia de parte.

Por el contrario, cuando solicitada la apertura de expediente por un particular resuelva la Administración que no hay lugar a ello, cabe que por éste, en cuanto titular de un interés directo, personal y legítimo en el asunto, se interpongan los recursos administrativos previstos en el artículo 113 de la Ley de Procedimiento administrativo, que en nuestro caso se concretan en alzada ante el ministro de Información y Turismo contra la decisión de la Subsecretaría de Turismo (art. 122 de la Ley de Procedimiento administrativo), en su caso, posteriormente, con carácter potestativo (art. 126 de la Ley de Procedimiento administrativo en relación con el 53 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa), reposición ante el mismo ministro, y, finalmente, contencioso-administrativo ante el Tribunal Supremo (arts. 37 y 14 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa).

Podría ocurrir que ante la solicitud de apertura de expediente no se adoptase ninguna resolución por parte de la Administración: ni en el sentido de proceder a la misma ni en el de denegarla. La solución a que ante ello podrá acudir el particular será la de aplicar la doctrina del silencio administrativo, denunciando la mora en el plazo de un mes una vez transcurridos los tres meses de la presentación de su solicitud, y una vez transcurridos otros tres meses de silencio desde la fecha de su denuncia (art. 94 de la Ley de Procedimiento administrativo) tendrá la vía abierta para el recurso de alzada contra la denegación presunta de su solicitud.

2) Como en el caso precedente, frente al acto administrativo que ordene el asiento provisional de la denominación en el Registro, no es admisible ningún recurso.

Frente a la denegación de dicho asiento, que sólo procederá en virtud de la estimación por la Administración de la existencia previa en el Registro de la misma denominación, cabrán los mismos recursos indicados en el número anterior.

3) Contra la resolución del subsecretario que cierre el expediente declarando la no elevación de una propuesta definitiva cabrá recurso de alzada, y, tras el potestativo de reposición, contencioso-administrativo (arts. 113, 122 y 126 de la Ley de Procedimiento administrativo, y 14, 37 y 53 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa).

Podría no formularse expresamente esta resolución, dándose lugar simplemente a una paralización de hecho del expediente, por lo que podrá recurrirse en queja (art. 77 de la Ley de Procedimiento administrativo) por paralización del recurso que implique violación de los límites temporales para resol-

ver los expedientes administrativos que establece el artículo 61 de la Ley de Procedimiento administrativo.

4) Respecto de la Orden ministerial que acuerde o, en su caso, deniegue la inscripción definitiva de la denominación cabrá recurso contencioso-administrativo, a tenor de los artículos 37 y 39, número 1.º, de la Ley Reguladora de dicha Jurisdicción, sin que sea necesaria la previa interposición del recurso de reposición, como dispone el artículo 53 e) de la misma Ley.

5) Contra las sanciones que haya pronunciado el Ministerio de Información y Turismo en virtud de los expedientes incoados en conformidad a las Ordenes de 22 de octubre de 1952 y 29 de noviembre de 1956 podrán interponerse los recursos ordinarios de alzada y, en su caso, de reposición (artículo 10 de la Orden de 22 de octubre de 1952 e indicados como aplicables de las Leyes de Procedimiento administrativo y reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa), y, finalmente, en contencioso-administrativo.

6) La retirada de los medios de propaganda, que en esencia no es una medida sancionadora, sino un medio de hacer cesar directamente una actividad ilícita, deberá ser impuesta en virtud de un acto administrativo distinto del anterior, ya que las Ordenes sancionadoras citadas no abren cauce válido para el pronunciamiento sobre este extremo, y, por tanto, deberá ser objeto de recursos (alzada, reposición o contencioso-administrativo, en virtud de los preceptos legales, ya reiteradamente citados, de las Leyes de Procedimiento administrativo y Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa) específicamente dirigidos contra ella.

B) CONTRA LOS ACTOS QUE LESIONEN DERECHOS O INTERESES PRIVADOS MEDIANTE EL USO ILEGÍTIMO DE UNA DENOMINACIÓN COMO GEOTURÍSTICA.

1) Ante el uso de la denominación geoturística en propaganda que comprenda lugares fuera de su ámbito propio de delimitación territorial cabrá aplicar, por posibles interesados, las normas de represión de la competencia ilícita o desleal, en virtud de las normas y principios contenidos en los artículos 1.902 del Código civil, 244 y siguientes del Estatuto de la Propiedad Industrial, y 131 y siguientes de la Ley de Propiedad Industrial, de 16 de mayo de 1902.

2) Puede plantearse el problema, al que ya hemos hecho anteriormente referencia, de los conflictos derivados de la utilización geoturística de nombres comerciales. Ciertamente, como hemos manifestado al ocuparnos de este tema en el apartado C), a), del epígrafe II, los titulares de estos derechos de propiedad industrial podrán válidamente oponerse al acceso al Registro de Denominaciones Geoturísticas de tales denominaciones. Pero puede también plantearse el supuesto de que se haya verificado la inscripción sin oposición por tales titulares, y que sea posteriormente, ante su efectivo uso de los medios de propaganda, cuando se aprecie por éstos un perjuicio y quiera reaccionarse contra el mismo.

Si el tercer perjudicado tiene inscrito su derecho en el Registro de la Propiedad Industrial tendrá derecho al uso exclusivo del mismo, y a proceder contra todo aquel que utilizare uno igual o semejante con posterioridad al registrado, según la norma contenida en el artículo 199 del Estatuto de la Propiedad industrial, aplicable a los nombres comerciales y a los rótulos de establecimientos, y que, respecto de las marcas, puede deducirse del carácter necesario en todo caso de su inscripción en el Registro y del requisito de novedad que para tal inscripción se impone (arts. 120 y 124 del citado Estatuto).

En virtud de este derecho podrá perseguirse criminalmente ante los Tribunales de la Jurisdicción ordinaria a quienes lesionen este derecho, y pedirse en vía civil el cese en la violación y con la indemnización de los daños y perjuicios. Pero frente a esta solución, el artículo 5.º de la O. C. R. D. G. establece el principio de la posibilidad de uso general, a efectos de propaganda turística, de la denominación geoturística inscrita. Entendemos que, aunque por haber pasado los plazos de la posible oposición a la Orden ministerial de inscripción en el Registro creado por la O. C. R. D. G. de una determinada denominación el acto administrativo que inscribe quede firme y no pueda ser recurrido, siempre permanecerá abierta la posibilidad de impedir el uso a que hace referencia el artículo 5.º citado, puesto

que la posibilidad concedida por una Orden ministerial no puede modificar el régimen general establecido por una norma de rango de Ley que concede exclusividad en el uso del nombre inscrito.

Pero si el tercero no tiene su derecho amparado por una inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial la solución ha de ser diversa. Como hemos ya indicado, puede válidamente oponerse a la inscripción de la denominación en el Registro de las geoturísticas, pero una vez ésta inscrita, y firme la Orden que así lo disponga, no ve amparado su derecho de uso exclusivo en ningún precepto que pueda válidamente contraponerse a la autorización del artículo 5.º de la Orden de 31 de mayo de 1966, por lo que tendrá que soportar el uso, a efectos de propaganda turística, de la denominación en cuestión, y sólo podrá ampararse en el general 1.902 del Código civil, cuando concurren sus supuestos, y no pueda oponérsele la compensación de culpas, para reaccionar contra los posibles perjuicios comerciales que se le sigan.

VI. PROTECCION INTERNACIONAL DE LAS DENOMINACIONES GEOTURISTICAS

Indudablemente, la progresiva intensificación de las relaciones internacionales constituye un carácter definidor de la época en que vivimos, que, frente al aislacionismo presente en otros momentos históricos, presencia el más extenso y recíproco intercambio humano.

Necesariamente, esta especial configuración de las relaciones sociales va a encontrar su reflejo en el mundo del Derecho, que, ante la consideración de que no son ya suficientes las simples normas internas de los diferentes ordenamientos jurídicos para solucionar justamente los problemas que esta especie de vida internacional plantea, encuentra su fórmula más idónea en los Acuerdos o Convenios internacionales, cada vez más frecuentes y de contenido más preciso, por lo que los diferentes Estados se comprometen a introducir como Derecho positivo en sus propios ordenamientos la regulación que los mismos contienen sobre una concreta y específica materia.

En este orden de ideas podemos encuadrar el sistema general, universalmente aceptado, de protección de los signos distintivos del tráfico, fundamentalmente constituida por la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial como régimen general, y los diferentes Arreglos particulares sobre cuestiones concretas y determinadas, que extiende al ámbito internacional la protección de los derechos reconocidos a una persona en su propia legislación nacional. Régimen que, aunque directa y predominantemente está concebido para la protección de los derechos e intereses privados de los empresarios particulares, mediatamente persigue, desde luego, la protección de las economías nacionales de los diferentes Estados que lo han convenido, y que incluso revela muy claramente esta vinculación de la protección a los signos distintivos de los productos industriales con el interés de los diferentes Estados a prestigiar su producción nacional en algunas normas, como las contenidas en el Arreglo de Madrid sobre represión de falsas indicaciones de procedencia, revisado en la Conferencia de Londres de 2 de junio de 1934.

Este fenómeno general cobra un especial relieve en relación con la protección de los intereses enormemente complejos y cada vez de mayor entidad económica que la gran explosión turística del momento plantea. La atracción del turismo exige, como acertadamente pone de relieve el artículo 1.º de la O. C. R. D. G., la realización de propaganda «hacia el exterior». La denominación geoturística va a ser la etiqueta bajo la cual, en la propaganda externa, se van a dar a conocer las bellezas y atractivos, así como los servicios o productos, que ofrece una determinada zona de nuestro territorio nacional. Y, lógicamente, dicha publicidad, unida a otros factores, como pueden ser la propaganda que realicen los mismos turistas a su regreso a su país de origen, y, en definitiva, las propias condiciones del centro turístico, va a repercutir lentamente en la creación de un prestigio y de una reputación de la extensión territorial a que haga referencia la denominación geoturística.

Pensemos, por ejemplo, en la notoriedad y prestigio internacionales alcanzados ya por ciertas denominaciones como las de «Costa del Sol», «Costa Brava», «Rías Bajas», etc. ¿Qué ocurriría si en el territorio de un Estado extranjero se intentara designar a ciertas zonas turísticas con tales nombres? ¿Qué ocurriría si, en el mismo sentido e inversamente, en España se pretendiese utilizar en la propa-

ganda turística de nuestras costas las universalmente famosas denominaciones de la «Costa Azul» o de la «Riviera»?

Indudablemente, el Derecho no puede prescindir del problema que plantean estos supuestos, que implican por su propia naturaleza la realización de una actividad contraria a las reglas éticas de un correcto comportamiento internacional y que, en última instancia, ocasiona un indudable perjuicio a los lugares turísticos que prestigiaron originariamente aquellas denominaciones, al determinar una concurrencia en la propaganda que puede acarrear una confusión en el público y, en definitiva, una posible desviación de la clientela.

Naturalmente, en cuanto que, por su modernidad, el fenómeno específico de las denominaciones geoturísticas no ha sido contemplado por ninguno de los Convenios internacionales sobre regulación de los problemas publicitarios, no existe un régimen propio previsto concretamente para él, y en cuanto que por ello pueden resultar una serie de dudas y vacilaciones sobre las soluciones que deban darse a los posibles casos que la práctica presente, entendemos que lo más aconsejable sería el establecimiento de un régimen internacional propio para el tema a través de un Convenio específico.

Pero como la práctica nos puede enfrentar con una serie de problemas antes de conseguir llegar a dicha solución final deseable, que, es más, difícilmente se producirá sin que antes la presencia de algunos casos clamorosos hayan llamado la atención de los Gobiernos sobre la conveniencia de establecer una regulación clara y concreta del tema en aras de la seguridad jurídica, creemos que, si bien simplemente con el carácter de posible solución, debemos apuntar una dirección con arreglo a la cual solucionar las cuestiones que dejamos indicadas.

El régimen aplicable entendemos que podrá construirse en base a las normas reguladoras de la competencia desleal establecidas en la Unión General para la Protección de la Propiedad Industrial, constituida por el Convenio de París de 1883, en su texto revisado de Londres de 1934, que es Ley española al haber sido ratificado por nuestro país el 20 de diciembre de 1955 (*Boletín Oficial del Estado* de 23 de abril de 1956).

Dicho Convenio internacional, en su artículo 1.º, dispone: «La protección de la propiedad industrial tendrá por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad..., así como la represión de la *competencia desleal*». Y en su artículo 10 establece: «Los países de la Unión quedarán obligados a asegurar a los súbditos de la misma una protección efectiva contra la competencia desleal. Será acto de competencia desleal cualquier acto de competencia contrario a las costumbres de probidad en materia industrial o comercial». Además, este artículo, al concretar qué actos deben especialmente prohibirse, se refiere específicamente a «todos los actos que pudieran crear una confusión de cualquier forma con el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor».

Ciertamente, estas normas, como ya hemos advertido, no contemplan directamente nuestro problema. No obstante, en cuanto que por la utilización incorrecta por parte de un Estado o de sus súbditos de una denominación geoturística acuñada con referencia al territorio de otro Estado se produce una actividad desleal que, en sus repercusiones en el campo económico, empresarial, se manifiesta como creadora de una confusión causa de una desviación de clientela, podemos ampararnos en ellas, a falta de otros preceptos específicos, puesto que no es lícito al jurista rehusar la solución justa de un conflicto por falta de norma expresa dictada con tal propósito.

APENDICE

RELACIÓN ALFABÉTICA DE LAS DENOMINACIONES INSCRITAS EN EL REGISTRO GENERAL DE DENOMINACIONES GEOTURÍSTICAS HASTA EL 12 DE MAYO DE 1966.

«ACANTILADOS DE LOS GIGANTES»

Solicitante:

Don Juan Manuel Capdevielle San Martín, consejero delegado de Acantilados de los Gigantes, S. A.

Localización:

Terrenos sitos en Santiago del Teide (Tenerife).

Fecha Orden inscripción:

10 de febrero de 1966 (B. O. E. de 26 de febrero).

«ANDALUCIA LA NUEVA»

Solicitante:

Don José Banús Masdeu y don Carlos Anabitarte Romero.

Localización:

Terrenos sitos en Marbella (Málaga).

Fecha Orden inscripción:

26 de agosto de 1965 (B. O. E. de 14 de septiembre).

«BASTION IBERICO»

Solicitante:

Alcalde de Tarazona (Zaragoza).

Localización:

Moncayo y su ciudad-montaña.

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 31 de marzo).

«BOSQUE DE LOS TILOS»

Solicitante:

Alcalde de San Andrés y Sauces (Isla de La Palma, Santa Cruz de Tenerife).

Localización:

Paraje sito en dicho término municipal.

Fecha Orden inscripción:

9 de febrero de 1965 (B. O. E. de 26 de febrero).

«BRIHUEGA, JARDIN DE LA ALCARRIA»

Solicitante:

Alcalde de Brihuega (Guadalajara).

Localización:

Villa de Brihuega y su núcleo urbano.

Fecha Orden inscripción:

14 de diciembre de 1964 (B. O. E. de 17 de febrero de 1965).

«CERRO DE GUI SANDO»

Solicitante:

Doña Inmaculada Peláez y de la Puente, condesa de Casa Loja.

Localización:

Terrenos sitos en el término de El Tiemblo (Avila).

Fecha Orden inscripción:

17 de julio de 1965 (B. O. E. de 29 de julio).

«COSTA BLANCA»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de las provincias de Alicante, Murcia y Almería (hasta el cabo de Gata)

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 27 de marzo).

«COSTA BRAVA»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de la provincia de Gerona.

Fecha Orden inscripción:

10 de diciembre de 1964 (B. O. E. de 26 de diciembre).

«COSTA DE LA LUZ»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de la provincia de Huelva y de la de Cádiz (desde Sanlúcar de Barrameda hasta la punta de Tarifa).

Fecha Orden inscripción:

26 de enero de 1965 (B. O. E. de 11 de febrero).

«COSTA DEL AZAHAR»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de las provincias de Castellón y Valencia.

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 27 de marzo).

«COSTA DE LOS CANCAJOS»

Solicitante:

Alcalde de Breña Baja (Isla de La Palma, Santa Cruz de Tenerife).

Localización:

Franja del litoral de dicho municipio, con profundidad máxima de 600 metros.

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 31 de marzo).

«COSTA DEL SOL»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de las provincias de Almería (desde el cabo de Gata), Granada, Málaga y Cádiz (hasta la punta de Tarifa).

Fecha Orden inscripción:

10 de diciembre de 1964 (B. O. E. de 26 de diciembre).

«COSTA DORADA»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de las provincias de Barcelona y Tarragona.

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 27 de marzo).

«COSTABELLA DEL MEDANO»

Solicitante:

Don Isidoro Luz Carpenter, presidente del Consejo de Administración de la Campaña Urbanizadora Costabella del Médano, S. A.

Localización:

Finca sita en Granadilla de Abona (Tenerife).

Fecha Orden inscripción:

10 de febrero de 1966 (B. O. E. de 26 de febrero).

«CRESTERIA MANCHEGA»

Solicitante:

Alcalde de Consuegra (Toledo).

Localización:

Paraje del cerro Caldérico que domina dicha ciudad.

Fecha Orden inscripción:

9 de febrero de 1965 (B. O. E. de 25 de febrero).

«DEHESA DE CAMPOAMOR»

Solicitante:

Don Antonio Tárrago Escibano.

Localización:

Finca situada en el término de Orihuela (Alicante).

Fecha Orden inscripción:

15 de septiembre de 1965 (B. O. E. de 2 de octubre).

«ELVIRA»

Solicitante:

Don Salvador Guerrero Ramírez.

Localización:

Finca sita en Marbella y Ojén (Málaga).

Fecha Orden inscripción:

10 de febrero de 1966 (B. O. E. de 26 de febrero).

«ISLA BLANCA»

Solicitante:

Gobernador civil de Baleares.

Localización:

Isla de Ibiza.

Fecha Orden inscripción:

22 de marzo de 1965 (B. O. E. de 5 de abril).

«LA BARRANCA DE NAVACERRADA»

Solicitante:

Alcalde de Navacerrada.

Localización:

Polígono enclavado en el valle de La Barranca.

Fecha Orden inscripción:

23 de abril de 1965 (B. O. E. de 14 de mayo).

«LA TOJA, ISLA DE ENSUEÑO»

Solicitante:

Sociedad Anónima La Toja.

Localización:

Ría de Arosa, término de El Grove (Pontevedra).

Fecha Orden inscripción:

10 de febrero de 1966 (B. O. E. de 26 de febrero).

«MIRADOR DE CARVAJAL»

Solicitante:

Don Antonio Roig Forn.

Localización:

Término municipal de Benalmádena (Málaga).

Fecha Orden inscripción:

15 de septiembre de 1965 (B. O. E. de 2 de octubre).

«MIRADOR DE LA MANCHA»

Solicitante:

Alcalde de Consuegra (Toledo).

Localización:

Paraje del cerro Caldérico que domina la ciudad.

Fecha Orden inscripción:

9 de febrero de 1965 (B. O. E. de 25 de febrero).

«MONTGAVINA»

Solicitante:

Don Francisco Fontana Puget, en representación de la Compañía Española de Terrenos y Urbanizaciones, S. A.

Localización:

Paraje denominado «Aiguadolca», en el término de Sitges (Barcelona).

Fecha Orden inscripción:

16 de noviembre de 1965 (B. O. E. de 7 de diciembre).

«PEÑA MARIA»

Solicitante:

Alcalde de Gestalgar.

Localización:

Paraje del término de Gestalgar (Valencia).

Fecha Orden inscripción:

24 de marzo de 1966 (B. O. E. de 11 de abril).

«PERLA DEL MEDITERRANEO»

Solicitante:

Alcalde de Ceuta.

Localización:

Ciudad de Ceuta.

Fecha Orden inscripción:

9 de julio de 1965 (B. O. E. de 28 de julio).

«PINOMAR»

Solicitante:

Don Casto Susino González.

Localización:

Finca de su propiedad en el término de Marbella (Málaga).

Fecha Orden inscripción:

9 de febrero de 1965 (B. O. E. de 25 de febrero).

«PLAYA DE LAS GAVIOTAS»

Solicitante:

Don José González Ramírez, director de Actuca, S. L.

Localización:

Finca sita en el término de San Andrés (Santa Cruz de Tenerife).

Fecha Orden inscripción:

10 de febrero de 1966 (B. O. E. de 26 de febrero).

«PLAYA DE ORO»

Solicitante:

Alcalde de Sitges (Barcelona).

Localización:

Litoral de la ciudad de Sitges.

Fecha Orden inscripción:

24 de marzo de 1966 (B. O. E. de 11 de abril).

«PLAYA DE SANTO TOMAS»

Solicitante:

Don José María Mercadal Fornaris, administrador-gerente de Agricultura y Actividades Turísticas, S. A. (Agrytursa).

Localización:

Finca denominada «Santo Tomás», en el término de Mercadal (Menorca).

Fecha Orden inscripción:

10 de febrero de 1966 (B. O. E. de 26 de febrero).

«PUERTO REY»

Solicitante:

Don Luis Alonso Manglano, director-gerente de Inmofinancia Española, S. A.

Localización:

Finca propiedad de dicha empresa en el término de Vera (Almería).

Fecha Orden inscripción:

2 de marzo de 1965 (B. O. E. de 22 de marzo).

«RIAS BAJAS GALLEGAS»

Solicitante:

Propuesta de la Subsecretaría de Turismo.

Localización:

Litoral de las Provincias de Pontevedra (desde la desembocadura del Miño) y La Coruña (hasta la desembocadura del río Jalla).

Fecha Orden inscripción:

10 de diciembre de 1964 (B. O. E. de 26 de diciembre).

«S'AGARO»

Solicitante:

Don José Enseca Gubert.

Localización:

Urbanización en los terrenos de San Felú de Guixols y Castillo de Aro (Gerona).

Fecha Orden inscripción:

28 de abril de 1965 (B. O. E. de 13 de marzo).

«SIETE VILLAS»

Solicitante:

Alcalde de Gijón, presidente de la Mancomunidad Turística de las Siete Villas (Luanco, Candes, Gijón, Villaviciosa, Colunga, Caravia y Ribadesella).

Localización:

Extensión territorial de los Concejos de Gozón, Carreño, Gijón, Villaviciosa, Colunga, Caravia y Ribadesella.

Fecha Orden inscripción:

17 de diciembre de 1964 (B. O. E. de 18 de febrero).

«SIGÜENZA, LA CIUDAD DEL DONCEL»

Solicitante:

Presidente del Centro de Iniciativas y Turismo de Sigüenza (Guadalajara).

Localización:

La citada ciudad y su núcleo urbano.

Fecha Orden inscripción:

14 de diciembre de 1964 (B. O. E. de 17 de febrero).

«SOTOGRANDE»

Solicitante:

Don Augusto Miranda Maristany, presidente del Consejo de Administración de Financiera Sotogrande del Guadiaro, S .A.

Localización:

Finca propiedad de la citada empresa, sita en Guadiaro, término de San Roque (Cádiz).

Fecha Orden inscripción:

29 de marzo de 1965 (B. O. E. de 9 de abril).

«TARAZONA, CIUDAD MUDEJAR»

Solicitante:

Alcalde de Tarazona (Zaragoza).

Localización:

Conjunto urbano de la ciudad.

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 30 de marzo).

«TERUEL MUDEJAR, CIUDAD DE LOS AMANTES»

Solicitante:

Alcalde de Teruel.

Localización:

Ciudad de Teruel.

Fecha Orden inscripción:

1 de septiembre de 1965 (B. O. E. de 14 de septiembre).

«TORREMUELLE»

Solicitante:

Don Benito Parrilla Güiza, en nombre y representación de Inmobiliaria Torremuelle, S. A.

Localización:

Término de Benalmádena (Málaga).

Fecha Orden inscripción:

31 de mayo de 1965 (B. O. E. de 21 de junio).

«VALLPINEDA»

Solicitante:

Don Diego Casanova Muñoz y don Miguel Amirola Abad.

Localización:

Finca de su propiedad, sita en los términos de Sitges y San Pedro de Ribas (Barcelona).

Fecha Orden inscripción:

13 de marzo de 1965 (B. O. E. de 31 de marzo).