

**SANCIÓN ADMINISTRATIVA POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN  
EL ETIQUETADO DEL ACEITE DE OLIVA, QUE NO  
ERA «VIRGEN EXTRA», SINO «VIRGEN»<sup>1</sup>**

**STSJ Madrid (Sala de lo Contencioso-administrativo) núm. 903/2014,  
de 22 de diciembre (JUR 2015\47464)**

*Jesús Almarcha Jaime*  
*Centro de Estudios de Consumo*  
*Universidad de Castilla-La Mancha*  
*Departamento de Gestión del Conocimiento de Gómez-Acebo & Pombo*

*Fecha de publicación: 22 de septiembre de 2015*

La sentencia 903/2014 del Tribunal Superior de Justicia de Madrid recoge el caso de una empresa productora de aceite de oliva que fue sancionada con 30 051 € por la Viceconsejería de Ordenación Sanitaria e Infraestructura de la Comunidad de Madrid tras obtenerse los resultados de los análisis de las muestras tomadas en una inspección, los cuales señalaban que el aceite de oliva que se vendía en el mercado con el etiquetado de «virgen extra» en realidad no ostentaban tal calidad, sino «virgen».

El tribunal desoye los alegatos del representante legal de la empresa concernientes a que no se tiene en cuenta la aportación de un análisis contradictorio y que, además, se infringió el plazo de remisión de las muestras para el posterior análisis contradictorio, lo cual le causaba indefensión. Asimismo, alega vulnerado el principio de proporcionalidad de las sanciones, pues de tenerse en cuenta las circunstancias anteriores la infracción debería calificarse de grado medio, no como muy grave.

Para el tribunal, la pericial contradictoria carece de valor probatorio por haberse efectuado cinco meses antes de los análisis correspondientes a la inspección, cuyos resultados no han sido desvirtuados. También se han respetado los plazos máximos de diez días y cuatro meses para la remisión de muestras contemplados en el artículo 2 del

---

<sup>1</sup> Trabajo realizado en el marco del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento) otorgado al Grupo de investigación y centro de investigación CESCO, *Mantenimiento y consolidación de una estructura de investigación dedicada al Derecho de consumo*, dirigido por el Prof. Ángel Carrasco Perera de la UCLM, Ref.: DER2014-5606-P.

Reglamento Comunitario 2568/91 para el análisis inicial y el contradictorio, respectivamente, por lo que no existe indefensión. Tampoco se ha desvirtuado por la empresa que se incumplieran los requisitos previstos para el traslado de las muestras al laboratorio (protegido de la luz y de las elevadas temperaturas). En consecuencia, la sanción es procedente por devenir una infracción de consumo en materia de publicidad engañosa.

Finalmente, destacar que el tribunal considera que las circunstancias que se quieren tener en cuenta para la aplicación del principio de proporcionalidad de la sanción guardan relación con la prueba de la comisión de la infracción, no a las circunstancias utilizadas para su graduación y calificación, cuya regulación se contiene en los artículos 52.1 y 4 y 54 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid.