

DECRETERO DE SENTENCIAS

//tevideo, 12 de diciembre de 2019.

No. 786

VISTOS:

Para sentencia definitiva estos autos caratulados:

con ESTADO. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS. Acción de Nulidad” (Ficha N° 77/2018).

RESULTANDO:

I) El 6 de marzo de 2018, a fs. 18-29, compareció la parte actora debidamente representada, a demandar la nulidad de la resolución N° 8/15/2017 de fecha 28 de julio de 2017, dictada por el Encargado de Despacho de la División Grandes Contribuyentes de la DGI, en ejercicio de atribuciones delegadas.

Mediante la referida volición, se declara que a la contribuyente le correspondió abonar las siguientes obligaciones tributarias: IRAE Saldo por concepto de promoción del empleo, gastos no deducibles, servicios denominados “*intercompany*” y por concepto de regalías; IVA; más multas y recargos por mora, por el período 12/2012 al 12/2014.

Como fundamento de su pretensión sostuvo que la DGI pretende aplicar indirecta y retroactivamente la legislación sobre precios de transferencia a un negocio de cesión de marcas que se efectivizó hace 30 años, cuando no había regulación. La DGI cuestiona que

le esté pagando regalías a la sociedad

por marcas que fueron cedidas hace 30 años en forma gratuita, argumentando también que desarrolló las marcas y por eso no puede admitirse que pague regalías.

Entendió que la posición de la DGI tiene graves errores que vician el acto de ilegitimidad: 1) De la documentación aportada por la DGI surge que el negocio por el que se cedieron las marcas y se compró la empresa local titular de las mismas fue un negocio oneroso, complejo y que se fue consolidando durante varios años. La cesión de las marcas de

fue una mera formalización de algo ocurrido hace años, y por ello pagaba regalías desde antes de la cesión; 2) Cuestionar el pago de las regalías basándose en un negocio que ocurrió hace más de 30 años supone un intento de aplicación retroactiva de una legislación de precios de transferencia que tiene 10 años de vigencia.

La DGI reconoce que las marcas por la que paga regalías son propiedad de la sociedad y que los montos se ajustan a la normativa de precios de transferencia. Sin embargo haciendo una división artificiosa entre “marcas internacionales” y “marcas locales”, cuestiona el pago realizado por éstas últimas sobre la base de que *“ningún tercero independiente estaría dispuesto a pagar regalías por marcas desarrolladas o adquiridas por sí mismo y que fueron transferidas sin contraprestación adecuada al principio de plena competencia”*.

Manifestó que la normativa aplicable a la Materia de Precios de Transferencia fue impuesta por la Ley N° 18.083, de Reforma Tributaria, vigente desde el 1° de julio de 2007. El artículo 38 del Título IV del TO de

DGI dispone que los sujetos pasivos de IRAE que realicen operaciones con personas o entidades vinculadas, con sus filiales extranjeras, sucursales, establecimientos permanentes o entidades no residentes vinculadas a ellos serán consideradas como celebradas entre partes independientes cuando las prestaciones se ajusten a las practicas normales del mercado. Dicho artículo sigue los principios y lineamientos dispuestos por la OCDE en materia de precios de transferencia siendo uno de ellos el denominado "*Standard arm's length*" o principio de plena competencia.

El pago de regalías hecho por [redacted] no se apartó del principio de *arm's length* y ello es reconocido por la DGI. Sostuvo en tal sentido que el contrato de licencia entre [redacted] fija una remuneración mensual por licencias de marcas, Know how, patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, procesos, etc. y que la adecuación de esta remuneración por regalías con el principio de *arm's length* fue validada por las Consultoras KPMG y Deloitte en sus respectivos Estudios de Transferencia.

Afirmó que el monto abonado por concepto de regalías no solo tiene respaldo en los Estudios de Precios de Transferencia referidos, sino que fue expresamente validado por la DGI en el transcurso de la inspección fiscal. En el informe preparado por la Encargada del Departamento de Fiscalía Internacional de fecha 5 de diciembre de 2016, las funcionarias actuantes expresan que el pago por regalías se encuentra dentro del rango de precios pactados por compañías comparables y por lo tanto refleja un precio como entre partes independientes.

Esgrimió que “las marcas locales” como categoría relevante para la aplicación de la normativa de precios de transferencia es una creación de la DGI, a través de una separación artificial (no reconocida en los Contratos de Licencia) entre las “marcas no locales y “marcas locales”. Lo que DGI denomina “marcas locales” es un conjunto heterogéneo de marcas que fueron desarrolladas o adquiridas por [redacted] en distintos momentos y bajo distintas circunstancias. Y recalcó que la argumentación de la demandada no se basa en que el valor “local” de las marcas locales obste a un pago de regalías al exterior, sino en que, estas marcas locales fueron desarrolladas y adquiridas por [redacted] y transferidas a una vinculada del exterior sin contraprestación. Y esta premisa de la que parte la DGI es falsa.

Recalcó que las marcas [redacted] pre existieron a [redacted] y que ya habían operado cesiones de marcas que solo se realizaron para dar forma a lo que ya ocurría en la realidad.

Respecto al monto admitido como pago de regalías por las Marcas Locales, afirmó que el monto que paga es del 5% del importe de las ventas de los productos y que la única excepción es la regalía pagada por la marca [redacted] que ascendía al 2%. Señaló que los representantes de [redacted] explicaron a la DGI que cuando un producto es comercializado bajo más de una marca, las regalías se calculan sobre la marca de mayor valor. Y entendió que la desagregación que realiza la DGI

entre el porcentaje de regalías por la “marca paraguas” y el porcentaje por las “marcas locales”, no se ajusta a la realidad de lo pactado por las partes.

Por último, argumentó que, incluso aunque hubiese transferido las marcas locales sin contraprestación, ello no invalida el pago de regalías. Expresó que lo afirmado por la DGI en el sentido de que ningún tercero pagaría por regalías de sí mismo, no es más que un sofisma; y que en todo caso se trata de operaciones que ocurrieron hace más de 30 años y cualquier reclamo es irremediabilmente prescripto, por lo que se intentaría una aplicación retroactiva de la ley.

En definitiva, solicitó el amparo de la demanda.

II) Conferido traslado de la demanda, el 30 de abril de 2018, a fs. 36-54, comparecieron , en representación del Ministerio de Economía y Finanzas- Dirección General Impositiva, a contestar la demanda incoada.

Manifestaron que el expediente en donde se dictó la resolución impugnada tuvo su origen en la auditoria parcial realizada por el período 01/01/2012 a 31/10/2015, en lo que respecta a ajustes fiscales correspondientes a las liquidaciones de IRAE, e IP, IVA y aplicación del régimen de precios de transferencia.

Con relación a la aplicación indirecta y retroactiva de la legislación de precios de transferencia y en cuanto a que el pago de las regalías hecho por la contribuyente no se apartó del principio de *arm's length*, entendieron que corresponde distinguir entre “marcas locales” y “marcas no locales”

cuenta que _____ es quien realiza funciones, utiliza activos, asume riesgos, desarrolla, mejora, protege y explota el intangible, por lo que a los efectos de los precios de transferencia no se le confiere al titular de la marca, sino a quien desarrolla tales actividades, derecho a conservar el rendimiento obtenido por el uso del intangible y es por ello que el informe afirma a fs 2452 AA, que atendiendo a lo que hubieran realizado partes independientes, no se explica que _____ pague regalías por el uso de marcas que desarrolló y explotó la propia empresa y cuya transferencia se realizó a un precio que no verifica el principio de plena competencia.

Si bien la propiedad legal de la marca recae sobre una entidad suiza, quien realiza funciones, utiliza activos, asume riesgos, desarrolla, mejora, mantiene, protege y explota es la entidad actora de autos, por lo que es ella quien se beneficia con la explotación de las marcas. Por ende, nada justifica el pago de la totalidad de las regalías a una empresa extranjera que es meramente la tenedora de la marca uruguaya, sin realizar ninguna de las acciones anteriormente descriptas.

La titularidad corresponde a una ingeniería tributaria elaborada por el grupo multinacional _____ y no a la realidad comercial de la operativa y explotación de las marcas.

Resulta irrelevante el hecho de que la cesión de las marcas haya sido mera formalización de lo que ocurría antes, ya que el cuestionamiento se centra en el hecho de que no es la empresa suiza sino la uruguaya la que se beneficia con la explotación de las marcas, siendo que el precio que fue

fijado para las transacciones de pagos de regalías se aleja de un precio de competencia, siendo operativo su ajuste y reliquidación en el marco de las normas sobre precios de transferencia.

Afirman que la distinción entre marcas “locales y no locales” no se trata de una distinción artificiosa, sino de una forma clara de clasificar las diferentes marcas por las que la accionante paga regalías; y asimismo, surge del tratamiento que también realiza la compareciente y que fue realizada en base a sus dichos.

La reliquidación refiere al periodo indicado y no al momento de la cesión de las marcas. Más allá de eso, la Administración evaluó la existencia de las cesiones de marcas como elementos relevantes a considerar, ya que indudablemente revelan la existencia de negocios jurídicos en los cuales la contraprestación no era relevante y no se relacionaba con la importancia de las marcas cedidas. Esto lleva a la conclusión de que las cesiones se trataron meramente de una estructuración interna del grupo multinacional, lo que fue reconocido por la propia actora al referir a que las mismas solo reflejaron la realidad.

La Administración Tributaria ha analizado a la luz de la normativa de precios de transferencia los valores abonados por concepto de regalías - no el precio de las cesiones propiamente dichas- y en dicho marco, ha reliquidado IRAE. Y agregaron que los informes de las consultoras no le son vinculantes, pudiendo reliquidar los tributos en aquellos casos en que surge acreditado el alejamiento del principio de libre competencia en lo que respecta a las marcas locales.

En cuanto a la determinación del monto admitido como pago de regalías por las marcas locales, indicaron que la actora no funda su agravio, sino que simplemente reitera lo que ya expresó en vía administrativa en relación a cómo ella determinó el precio a ser abonado por las regalías de marcas locales. En ningún momento de su libelo cuestiona el método de precios comparables empleado por la Administración Tributaria. De hecho, según expresa, la única marca que pagaba regalías sobre la base del 2 % es , sin embargo, no considera la situación de la totalidad de las marcas locales.

Afirmaron que utilizaron los métodos sugeridos por la OCDE y que si existe un propietario legal de los registros y titularidad no quiere decir que tenga derechos a todos o incluso a alguno de los ingresos que se obtengan del intangible y que para determinarlos habrá de atender el análisis funcional (funciones activos y riesgos) que lleve adelante la propietaria en relación al intangible.

Recalaron que fue (o sus antecesores) quien creó el intangible, lo desarrolló y realizó actividades destinadas al mantenimiento, así como soportó los riesgos asociados con dichas actividades y funciones. Por lo que, en función del principio de plena competencia, los beneficios asociados a dicha marca, a su desarrollo y generación de valor, deben ser de

En suma, la Administración ha realizado al amparo de la normativa vigente la reliquidación de IRAE considerando que el precio pactado por la accionante se aleja de un precio de libre competencia, por lo que el

ajuste correspondía con independencia de quien formalmente sea el titular de la marca.

En definitiva solicitaron se confirme el acto enjuiciado.

III) Se abrió el juicio a prueba por auto N° 3095/2018 (fs. 56) y se diligenció la que luce certificada a fs. 67.

IV) Alegaron las partes por su orden, haciéndolo la parte actora a fs. 70-79; y la demandada a fs. 82-96.

V) Fue oído el Sr. Procurador del Estado en lo Contencioso Administrativo (dictamen N° 89/2019, fs. 99-101), quien aconsejó confirmar el acto impugnado.

VI) Por decreto N° 1924/2019 (fs. 103), se citó a las partes para sentencia, la que se acordó en legal y oportuna forma, previo estudio de los Sres. Ministros.

CONSIDERANDO:

I) La pretensión anulatoria se dirige contra la resolución N° 8/15/2017 de fecha 28 de julio de 2017 dictada por el Encargado de Despacho de la División Grandes Contribuyentes de la DGI, en ejercicio de atribuciones delegadas.

Por la referida volición, se declara que a la contribuyente

le correspondió abonar las siguientes obligaciones tributarias: IRAE Saldo por concepto de promoción del empleo, gastos no deducibles, servicios denominados “*intercompany*” y por concepto de

regalías; IVA; más multas y recargos por mora, por el período 12/2012 al 12/2014. (fs. 2487-2488 AA, pieza 10; y fs. 8-9 *infolios*).

II) Desde el punto de vista formal, se han cumplido con los extremos exigidos por la normativa vigente para habilitar el examen del presente accionamiento (Constitución de la República, arts. 317 y 319 y Ley N° 15.869, arts. 4° y 9°).

El acto fue notificado a la pretensora el 16 de agosto de 2017, según consta a fs. 2489 *ibídem*; y los recursos de revocación y jerárquico, en subsidio, fueron presentados en tiempo y forma, el 22 de agosto de 2017 (fs. 2490 *vto.*).

Por resolución del Director General de Rentas N° 7611/2017, de 15 de noviembre de 2017, no se hizo lugar al recurso de revocación (fs. 2508 y *vto. ib.*) y por resolución N° 9177, de 11 de enero de 2018, dictada por el Ministerio de Economía y Finanzas, en ejercicio de atribuciones delegadas (fs. 2514 y *vto. ib.*), se confirmó la resolución impugnada. Esta última fue notificada a la parte actora el 22 de enero de 2018, según luce a fs. 2516 *cit.*

La demanda de nulidad fue entablada útilmente el 6 de marzo de 2018, según nota de cargo de fs. 30.

III) El Tribunal, por unanimidad, compartiendo lo aconsejado por el Procurador del Estado en lo Contencioso, confirmará la resolución impugnada por los fundamentos que a continuación se explicitarán.

IV) Las actuaciones administrativas tuvieron origen en la inspección realizada a la empresa accionante en noviembre de 2015 (fs. 2-12 AA).

Luego de incorporada profusa documentación comercial de la empresa y tomadas declaraciones a distinto personal gerencial de la misma, los inspectores fiscales actuantes del Departamento de Fiscalidad Internacional de la DGI en materia de regalías, en su informe final de actuación (fs. 2416-2427 AA) concluyeron: *“A partir de los importes contenidos en el mencionado detalle se obtuvo el importe de ventas netas obtenido por [redacted] por cada una de las marcas y por cada ejercicio fiscal. En base a dichas ventas se calculó el porcentaje de regalías imputable a las “marcas locales” (2% sobre ventas netas) obteniendo el ajuste (menor gasto) a la renta fiscal. (...) En otros términos se estaría admitiendo para los productos comercializados bajo marcas locales un pago de regalías por la “marca paraguas” [redacted] del 3%, salvo para los productos que en el período auditado no llevaban dicho logo, para lo cual no se admite como gasto la regalía pagada. El 3% surge de la diferencia entre el 2% que se pagaba por los productos [redacted] que no contenían la identificación [redacted] y el 5% que se pagaba por el resto de los productos...”*

Con fecha 7 de diciembre de 2016 se labró Acta final de inspección (fs. 2428-2430 AA) y se elaboró un nuevo informe de actuación, al que se agregó el informe del Departamento de Fiscalidad Internacional en cuanto a los precios de transferencia (servicios y regalías) (fs. 2431-2444 AA).

Pasados los obrados al Departamento Jurídico-Tributario de la DGI, las asesoras [redacted] elaboraron un extenso informe en el cual concluyeron al igual que el Departamento de Fiscalidad Internacional, que el pago de regalías a sociedades vinculadas en el exterior por la cesión de uso de los intangibles identificados como

“marcas locales” no se ajusta a las condiciones de plena competencia requeridas por nuestro régimen tributario y por las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (fs. 2448-2466vto. AA).

Así expresaron: *“En efecto, ningún tercero independiente estaría dispuesto a pagar regalías por marcas desarrolladas o adquiridas por sí mismo, transferidas a un tercero sin una contraprestación adecuada al principio de plena competencia...”*.

Se procedió a conferir vista de las actuaciones a la empresa accionante (fs. 2472), la que fue evacuada en escrito que luce a fs. 2478 de los A.A, el cual centra sus discrepancias con el tratamiento realizado por la DGI al tema de las regalías.

Finalmente, la División Grandes Contribuyentes de la DGI procedió al dictado del acto de determinación que se enjuicia en los presentes obrados.

V) La discusión de la presente *litis* se centra en el tratamiento tributario que la DGI realizó al pago de regalías realizado por la empresa accionante a compañías vinculadas del exterior del [redacted] por la explotación de “*marcas locales*”

[redacted], las cuales nacieron y fueron desarrolladas a nivel local por la accionante o adquiridas por ésta y posteriormente cedidas a título gratuito o por la suma simbólica de U\$S 1 a la matriz [redacted] con sede en Suiza (fs. 949-950, 952 y 975 AA, pieza 4; y fs. 1237 a 1298 AA, piezas 5 y 6).

Ahora bien, surge debidamente probado en autos que dichas cesiones o transferencias marcarias respondieron a una mera adecuación

administrativa del grupo multinacional en cuanto a la titularidad formal de las marcas, mas, en la realidad empresarial, el desarrollo y explotación de las referidas marcas locales correspondió siempre y únicamente a la empresa local accionante durante el período fiscalizado.

VI) El artículo 38 del Título IV IRAE T.O. 1996, prevé: *“Las operaciones que los sujetos pasivos de este impuesto realicen con personas o entidades vinculadas, serán consideradas a todos los efectos, como celebradas entre partes independientes cuando sus prestaciones y condiciones se ajusten a las prácticas normales del mercado entre entidades independientes, sin perjuicio de los casos que se hayan establecido limitaciones a la deducción de gastos para determinar la renta neta.*

(...)

Cuando las prestaciones y condiciones referidas en el presente artículo no se ajusten a las prácticas del mercado entre entidades independientes, lo que deberá ser probado fehacientemente por la Dirección General Impositiva, las mismas se ajustarán de conformidad con lo establecido en el artículo 41 de este Título”.

El Departamento de Fiscalidad Internacional, al examinar los precios de transferencia de las regalías pagas por la actora a las compañías vinculadas del exterior, realizó la distinción entre “marcas locales” y “marcas no locales”. Efectuó, así, un ajuste únicamente respecto de las primeras, en el entendido que no se ajustaron a las condiciones de plena competencia, en aplicación del principio del “*standard arm’s length*”

recogido por nuestra normativa tributaria en materia de precios de transferencia -art. 38 referido-.

VII) La distinción que realiza la Administración entre “*marcas locales*” y “*marcas no locales*”, según las marcas sean desarrolladas en territorio local o no, fue discutida por la parte actora. Sin embargo, tal distinción es el reflejo de la realidad comercial y operativa de la pretensora.

Al respecto, la Gerente de Marketing de la empresa desde el año 2010, en acta de fecha 16 de junio de 2016, señaló:

“(...) Nuestras marcas locales:

son portafolios de marcas locales, desarrolladas localmente. Nosotros tendremos redil que se envasan en Uruguay en el período 2012-2014 también se envasa acá en frascos de vidrio. es una marca que no existe en otro del mundo. Para estos productos se traba un proceso de inteligencia comercial y un proceso complejo de investigación y desarrollo se busca detectar oportunidades locales y desarrollar nuevos productos o mejoras en los productos existentes adaptados a la realidad local.

Para las marcas con abastecimiento del exterior el marketing también se realiza localmente. Para los productos importados también se realiza un análisis para detectar oportunidades y para ello se traen productos que ya existen en otras Por otra parte toda la toma de decisiones sobre qué invertir y cuánto invertir en comunicaciones es local. (...) Una vez aprobados localmente, queda definido el plan de trabajo. (...) para las marcas locales es muy difícil tomar desarrollos de marketing del exterior para adaptarlos”. (fs. 961 y 962 AA, pieza 4).

Por su parte, se encuentra anexado a los presentes obrados, el Libro titulado “Good Food, Good Life, La Historia de [redacted] fs. 2533 y ss. AA, pieza 10), publicación que el Gerente General de [redacted] califica de *“alta calidad gráfica y periodística, que intenta recorrer los primeros 33 años de vida de [redacted] procurando reflejar la impronta que la empresa y sus más reconocidas marcas han dejado en nuestro país y su gente”*. (Vide fs. 2537 ibídem).

En la referida publicación, el Gerente de Ventas de [redacted], expresó: *“Lo interesante de trabajar con tantas oportunidades de crecimiento personal y profesional, está en el reto de desarrollar con creatividad las marcas locales, y al mismo tiempo de aprender con las marcas globales”*. (fs. 2580 ib.).

Asimismo, en el Suplemento sobre los 150 años de [redacted], publicado en el Diario “El Observador”, el 30 de setiembre de 2016, se señala: *“ [redacted] cuenta con un equipo de desarrollo de productos que lleva a cabo numerosos proyectos nacionales y regionales. La compañía pone mucho énfasis en el desarrollo local, considerando que se cuenta con marcas muy valiosas y que ocupan un lugar especial en los hogares uruguayos, como [redacted]”* (fs. 2531 ib.).

De manera que la valoración que realiza la Administración Tributaria en referencia a “marcas locales” no resulta artificiosa, como arguye la pretensora, sino ajustada a la realidad fáctica.

VIII) El Tribunal comparte el informe de los inspectores fiscales actuantes del Departamento de Fiscalidad Internacional de la DGI

en cuanto expresan: *“Resulta pues cuestionable, atendiendo a lo que hubieran realizado terceros independientes, que pague regalías por el uso de marcas que desarrolló y explotó la propia empresa y cuya transferencia se realizó a un precio que no verifica el principio de plena competencia. realizó el desarrollo, mantenimiento y explotación de las marcas locales – propias o adquiridas a terceros- en Uruguay, contribuyendo a generar el valor de las mismas. Por su parte, se constató que la transferencia de dichas “marcas locales” a Societé des Produits sociedad vinculada Suiza, se realizó en condiciones que se apartaron de las prácticas de mercado entre entidades independientes. Por este motivo, las regalías pagas por el uso de estas marcas resultan apartadas del principios de plena competencia y se realizó un ajuste de precios de transferencia por el importe correspondiente a las mismas.”* (A.A fs. 2424 vto.).

En el Contrato General de Licencias celebrado entre el
y la actora en diciembre de 1999 se estableció en la cláusula 32 que: *“Como remuneración por las licencias de Marcas, Know-How, Patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, procesos, secretos y fórmulas de fabricación y asistencia técnica y gerencial de producción, administración, marketing, comercialización, distribución y venta, previstos en este contrato LA LICENCIATARIA por los productos elaborados y/o vendidos en Uruguay, una remuneración mensual ascendente a un 5% bruto del importe neto de las ventas realizadas de todos los productos, excepto aquellos fabricados y vendidos bajo la marca
' que pagarán el 2%...”* (A.A fs. 785).

De modo que la Administración tributaria tenía fundadas razones para apartarse de lo pactado entre las partes en atención a la *realidad de los hechos* probados en autos, esto es, que ha sido

S.A quien ha mantenido y explotado las marcas locales durante el período inspeccionado, generando valor en las mismas y soportando los riesgos asociados a tal actividad y por tanto, resulta desproporcionado lo pagado por regalías por parte de la empresa local demandante a su vinculada en el exterior.

En tal sentido, la plataforma fáctica verificada en estos obrados justifica plenamente la aplicación por parte de la Administración tributaria del principio de primacía de la realidad consagrado en el inciso segundo del artículo 6° del Código Tributario.

IX) Por último, a juicio de la Sede, la Administración tributaria demandada realizó el ajuste de precios de transferencia, de conformidad con los métodos establecidos en el **artículo 41 del Título IV del T.O 1996** el cual dispone que para la determinación de tales precios *“serán utilizados los métodos que resulten más apropiados de acuerdo al tipo de transacción realizada”*.

En efecto, luce como razonable el porcentaje de ajuste establecido entre lo efectivamente pagado (5% de las ventas netas de los productos comercializados por las marcas locales bajo el paraguas) y el 2% de las ventas de la marca , única que no tenía adherida la marca ' durante el período fiscalizado y que no debía ser abonado por lo expuesto anteriormente.

Dicha conclusión, como reafirma el Procurador del Estado, no supone la aplicación retroactiva de las normas de precios de transferencia a

cesiones de marca operados anteriormente, sino la aplicación de dicha normativa únicamente para el período 12/2012 a 12/2014, donde existió actividad relevante de la actora respecto a la explotación de las “marcas locales”.

Por los fundamentos expuestos, lo establecido en el artículo 309 de la Constitución de la República, el Tribunal, por unanimidad,

FALLA:

Desestímase la demanda y en su mérito confirmase el acto administrativo impugnado.

Sin sanción procesal específica.

A los efectos fiscales, fíjense los honorarios profesionales del abogado de la parte actora en la suma de \$33.000 (pesos uruguayos treinta y tres mil).

Oportunamente, devuélvanse los antecedentes administrativos agregados; y archívese.

Dr. Corujo, Dr. Gómez Tedeschi, Dr. Echeveste, Dr. Vázquez Cruz, Dra. Klett (r.).

Dr. Marquisio (Sec. Letrado).

