

# PROPIEDAD INTELECTUAL

Con la aparición de este número, nuestro Boletín Informativo inicia su segundo año de vida. Difícil tarea la que nos hemos propuesto de continuar con su publicación; pero, que la sabremos cumplir, con el apoyo de todos los miembros de AEPI y el estímulo de amigos y clientes. Desde ahora vamos a divulgar las sentencias judiciales y contencioso administrativas que consideramos más importantes y artículos obtenidos de revistas especializadas en propiedad intelectual que, así mismo, estimamos serán de utilidad.

Nuestro aniversario coincide con la formalización del ingreso de Ecuador -después de tres años de negociaciones- como primer nuevo miembro a la Organización Mundial de Comercio (OMC) que se realizará a fines de septiembre, cuando ese Parlamento ratifique su aceptación.

La OMC, que reemplazó al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio), en la pretensión de acabar con el proteccionismo en el comercio internacional, incorporó decenas de acuerdos que se incluyeron en la Ronda Uruguay; uno de estos, el que rige el comercio de bienes y servicios, es la Propiedad Intelectual.

Cuando se adopte el TRIPS (Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio), Ecuador incorporará a sus leyes, materias tan importantes que hasta la fecha no habían sido legisladas, como:

- Esquemas de trazados (topografías) de circuitos integrados.
- Protección de la información no divulgada.
- Control de las prácticas anticompetitivas en las licencias contractuales.

Con estas nuevas disciplinas, estamos seguros que la Propiedad Intelectual, estará debidamente protegida.

## DECISION 344 y DECRETOS EJECUTIVOS 1344-A y 1738

*César Guerrero Villagómez*

(continuación)



Con esta entrega, concluyo las secciones 2da. y 3ra. del capítulo V referente a Marcas de la Decisión 344.

- Dentro de 30 días hábiles, siguientes a la publicación, cualquier persona, con legítimo interés, podrá presentar observaciones al registro de una marca.

También tienen legítimo interés para presentar observaciones en los Países Miembros, tanto el titular de una marca idéntica o similar para productos o servicios, que pueda inducir a error; como quien primero solicitó el registro de esa marca en cualquiera de los países miembros.

- La Dirección Nacional de Propiedad Industrial (DNPI) no tramitará observaciones que:
- Fueren presentadas extemporáneamente;
- Se fundamente en una solicitud de fecha posterior a la petición de registro;
- Se fundamente en convenios o tratados no vigentes en el país;
- No haya pagado las tasas.

- Admitida la observación, se notificará al peticionario para que, dentro de treinta días hábiles, haga valer sus alegatos.

Tanto el solicitante como el observante podrán presentar los documentos que justifiquen sus aseveraciones.

Vencido el plazo, la DNPI decidirá sobre las observaciones y la concesión o denegación del registro, lo que notificará al peticionario mediante resolución motivada. Si no se contestan las observaciones se declarará abandonada la solicitud.

- El acuerdo a que lleguen los interesados será obligatorio para el Director Nacional de Propiedad Industrial.

- Si no se presentaren observaciones, la DNPI realizará el examen de registrabilidad en el término de 15 días, vencido el cual, si no hubiere objeción alguna, se entenderá que el signo es registrable y se extenderá el correspondiente registro.

- Se concederá el registro de una marca cuyos productos o servicios estén expuestos en una exposición realizada en el país y reconocida oficialmente, siempre que se la solicite dentro de los seis meses. Se podrá tener por presentada la solicitud desde la fecha de exhibición lo que se acreditará con una certificación expedida por la autoridad de la exposición.
- El registro de una marca durará diez años contados desde su concesión.

### DIRECTORIO

Dr. Luis Andrade Nieto  
Presidente

Dr. Bernardo Tobar Carrión  
Vicepresidente

Dra. María Esthela Guerrero  
Tesorera

Dr. Alfredo Gallegos Banderas  
Secretario

Dr. Vicente Bermeo Lañas  
Vocal

Lcdo. César Guerrero Villagómez

Dr. Enrique Chiriboga Barba

Dr. Alejandro Ponce Martínez  
Ex-presidentes

Podrá renovarse por períodos iguales contados a partir del último plazo otorgado.

- La renovación deberá solicitarse dentro de los seis meses anteriores a la fecha de expiración, o dentro del plazo de gracia de seis meses, contados desde el vencimiento de la renovación anterior. Se acompañará los comprobantes de pago respectivos. Durante el plazo, el registro o la solicitud, mantendrán su plena vigencia.

Para la renovación no se exigirá la prueba de uso de la marca y se otorgará, en los mismos términos del registro. El titular podrá renunciar a parte o a la totalidad (sic) de los productos o servicios.

- Contra la solicitud de registro presentada dentro de los seis meses posteriores al vencimiento del plazo de gracia, por su último titular, no procederán observaciones en base de registro de terceros que hubiesen coexistido.
- Se utilizará la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, de Niza del 15 de junio de 1957, sus actualizaciones y modificaciones.

### 3. DERECHOS CONFERIDOS POR LA MARCA

- El derecho al uso exclusivo de una marca se adquiere por su registro ante la DNPI.
- La primera solicitud válidamente presentada en un país miembro del Acuerdo de Cartagena, o en otro país que conceda trato recíproco a estos países, conferirá al solicitante o a su cuasahabiente el derecho de prioridad de seis meses contados desde la fecha de presentación de la solicitud, para solicitar el registro de la misma marca en cualquiera de los países miembros. La solicitud no deberá incluir productos o servicios distintos o adicionales a los contemplados en la primera solicitud.
- El derecho de prioridad fundado en convenios internacionales o en el de París, se ejercerá dentro de los plazos establecidos en tales convenios.
- La solicitud estará acompañada de una copia de la petición anterior conferida por la autoridad competente del país originario, debidamente legalizada por un cónsul del Ecuador.
- El registro de una marca confiere a un titular el derecho de actuar contra terceros que, sin su consentimiento,

realicen, con relación a productos o servicios idénticos o similares, alguno de los actos siguientes:

- Usar o aplicar la marca o un signo semejante en forma que pueda inducir a error u ocasionar un perjuicio a su titular;
  - Vender, ofrecer, almacenar o introducir en el comercio productos con la marca u ofrecer servicios.
  - Importar o exportar productos con la marca;
  - Usar un signo idéntico o similar a la marca registrada, con relación a productos o servicios distintos, que pudiese inducir al público a error o confusión, causar un perjuicio económico o comercial, o produzca una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial de la marca; o.
  - Cualquier otro que por su naturaleza o finalidad pueda considerarse análogo o asimilable a los actos indicados.
- Siempre que se haga de buena fe y no constituya uso a título de marca, los terceros podrán utilizar en el mercado: su propio nombre, domicilio o seudónimo; un nombre geográfico; o de cualquier otra indicación cierta, relativa a la especie, calidad, cantidad, destino, valor, lugar de origen o época de producción de sus productos o de la prestación de sus servicios u otras características de esto; siempre que el uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a error sobre su procedencia.

El registro no confiere el derecho de prohibir usar la marca para anunciar, ofrecer en venta o indicar la existencia o disponibilidad de productos o servicios legítimamente marcados; o para indicar la compatibilidad o adecuación de piezas de recambio o de accesorios utilizables con los productos de la marca registrada; siempre que sea de buena fe, se limite al propósito de información y no induzca a error o confusión sobre el origen empresarial de los productos.

El titular de la marca registrada podrá ejercitar las acciones del caso frente a terceros, que utilicen en el tráfico económico y sin su consentimiento, una marca o signo idéntico o semejante para distinguir productos o servicios idénticos o similares, cuando dicha identidad o similitud induzca al público a error.

- El derecho conferido por el registro de una marca, no concede la posibilidad de prohibir su utilización con relación a los productos marcados por el titular, su

**ESTUDIO ENRIQUE CHIRIBOGA**  
Av. Amazonas 4430 y Villalengua  
5to. piso - Of. 505  
P.O. Box 17-03-4617  
Telfs: 254201 - 254202  
Fax: 254213  
Quito - Ecuador

**LUIS A. ANDRADE N.**  
ESTUDIO JURIDICO  
Av. Amazonas 2374  
Casilla 17-07-8738  
Telfs: 526288 - 548550  
Fax: 593-2-504267  
Quito - Ecuador

**ROMERO ARTETA PONCE**  
Av. 18 de Septiembre 213 y 6 de  
Diciembre 9º piso  
P.O. Box 17-03-719  
Telfs: 563332 - 563719 - 563334  
Fax: 563718 - 521394  
Telex: 22364- ROMETA ED  
Quito - Ecuador

licenciatario o alguna otra persona autorizada para ello, que hubiesen sido vendidos o de otro modo introducidos lícitamente en el comercio de cualquier país, por éstos, siempre y cuando las características de los productos no hubiesen sido modificadas o alteradas durante su comercialización.

- Cuando en la Subregión existan registros de una marca idéntica o similar a nombre de titulares diferentes, para distinguir los mismos productos o servicios, se prohíbe la comercialización de las mercancías o servicios identificados con esa marca en el territorio del respectivo país miembro, salvo que los titulares de dichas marcas suscriban acuerdos que permitan dicha comercialización.

- Los acuerdos deberán adoptar las previsiones necesarias para evitar la confusión del público respecto del origen de las mercancías o servicios, incluyendo lo relativo a la identificación del origen de los productos o servicios con caracteres destacados y proporcionales. Deberán inscribirse en la DNPI y respetar las normas sobre prácticas comerciales y promoción de la competencia.

- No se prohibirá la importación de un producto o servicio, cuando la marca no esté siendo utilizada en el territorio del país importador, según lo dispuesto en el primer párrafo del artículo 110, salvo que el titular de dicha marca demuestre ante la DNPI que la no utilización de la marca obedece a causas justificadas.

(continuará)

## NUEVAS FORMAS DE PIRATERIA Y COMPETENCIA DESLEAL

Alejandro Ponce Martínez

**DR. FRANCISCO CORREA**

ABOGADO

Av. Amazonas N° 477 y Roca  
8vo. Piso - Oficinas Nos. 810-811

Teléfono: 554613 - 563584

Fax: 554813

Quito - Ecuador



A pesar de los profundos cambios legislativos derivados de las Decisiones 344, 345 y 351 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, que constituyen un régimen jurídico supranacional, que prima sobre todo el derecho interno, y de los alentadores pasos por la Función Ejecutiva al dictar las Reglamentaciones a las 2 decisiones primeramente nombradas, al suscribir los convenios sobre inversiones y propiedad intelectual con los Estados Unidos de América y al lograr que el Ecuador sea admitido a la Organización Mundial de Comercio, los atentados contra la propiedad intelectual se están multiplicando.

Una de las formas recientemente adoptadas por comerciantes, alguno de los cuales que forma parte de un importante grupo económico, es la de continuar en el uso de marcas de fábrica, derechos de autor o patentes, a pesar de haber concluido los respectivos contratos de licencia o de cualquier forma de utilización de los mencionados derechos.

La Decisión 344 y el Convenio con los Estados Unidos de América exigen que se dicten leyes procesales para que con carácter preventivo se tomen, por parte de los jueces, las medidas inmediatas. Mientras ello ocurra, sin embargo, los jueces deben tomar conciencia de la gravedad de la situación y no alargar los procedimientos tendientes a detener tal práctica.

En un caso planteado ante un Juez de Guayaquil para que prohíba que se use una marca de fábrica en virtud de haber concluido un contrato de licencia, y para que condene a la compañía demandada (ex-licenciataria) al pago de los daños y perjuicios, se ha recurrido por parte de la ex-licenciataria a un Juez de Quito para que éste plantee la competencia aduciendo que se trata de un juicio de «oposición al registro de marcas de fábrica», sobre el cual tiene competencia privativa el juez de la Capital de la República. Este juez de Quito, en vez de

rechazar el planteamiento lo ha acogido. De llegarse a aceptar la tesis peregrina del poderoso grupo pirata, evidentemente se tendrá que llegar a decretar la nulidad del proceso.

Mientras todo ello ocurra, la empresa pirata continuará usando la marca que no le pertenece.

Para detener esta nueva forma de desconocer los derechos de propiedad intelectual es indispensable que la Función Judicial Ecuatoriana comprenda que es parte del Estado y que éste ha adquirido obligaciones de naturaleza internacional que deben ser respetadas.

**ESTUDIO JURIDICO FABIAN**

**PONCE O. & ASOCIADOS**

18 DE SEPTIEMBRE N° 213 y 6 de Diciembre

P.O. Box 17-01-363

Teléfono: 234220 - 237320 - 521582 - 543473 -

563426 - 563549 - 566159 - 565018 - 527661 -

563289

Quito - Ecuador

**Pérez, Bustamante y Pérez**

Avenida Patria N° 640

P.O. Box 17.01.3188 o 17.01.1280

Teléfono: 561710

Fax: 561798

Quito - Ecuador

## NOTICIAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL



### NACIONALES

*Alejandro Ponce Martínez*

- El Juez Décimo Segundo de Quito, en fallo de 9 de Agosto de 1995, ha decidido prohibir el uso del nombre comercial y de la marca de fábrica Mc Donald's a la demandada, sobre la base de que tanto dicho nombre comercial como la marca de fábrica han sido usados por la compañía actora desde 1953, para el servicio de restaurantes en el ramo de hamburguesas y papas fritas. Se ha fundamentado en las normas de la Decisión 85 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y en el Art. 37 de la Ley de Marcas de Fábrica. Ha condenado, además, a la demandada

al pago de los daños y perjuicios por el beneficio económico que le ha reportado el uso de tal nombre y marca desde 1974 en que comenzó a usarlos y a la indemnización de los daños morales causados. Contra la sentencia la demandada ha presentado recurso de apelación (Mc Donald's Corporation Vs. Olga Romero De la Torre).

- El Juez Décimo Segundo de Quito, en fallo de 14 de Agosto de 1995, ha aceptado la oposición planteada contra el registro de la marca BLACK & WHITE para proteger productos

de la clase internacional 34 (cigarillos, productos del tabaco, artículos para fumadores), porque su uso puede causar confusión con la marca BLACK & WHITE, registrada por la actora, que protege «wisky», en la clase internacional 33. Según el fallo existe posibilidad de confusión, debido a la identidad de las marcas, a pesar de que cada una ampara artículos en diversa clase internacional. La compañía demandada ha planteado recurso de apelación. (James Buchanan & Co. Ltd. Vs. Philip Morris Products Inc.)



### INTERNACIONALES

*César Guerrero Villagómez*

**¿PUEDE REGISTRARSE ÚNICAMENTE EL COLOR COMO MARCA?\***  
(CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DE LOS E.E.U.U.)

En 1957, **Qualitex**, un fabricante de almohadillas prensadas para usar en limpieza en seco, bajo la marca «Brillo del Sol», empezó a vender sus almohadillas en color oro-verde. El color oro-verde se registró en la Oficina de Marcas en 1991. El año 1989, **Jacobson** empezó a fabricar almohadillas prensadas bajo la marca «Brillo Mágico» usando el mismo color oro-verde de Qualitex.

**Qualitex** demandó a **Jacobson** por competencia desleal y violación de marca de fábrica. El tribunal resolvió en favor de Qualitex indicando que Jacobson violó el color de la marca de Qualitex: mientras que, el Noveno Cir-

cuito determinó, que en el reclamo de violación, no puede actuar como marca de fábrica «el color per se».

La Corte Suprema decidió estudiar el «Caso Qualitex» para resolver la disputa entre varias cortes de apelaciones que discrepaban si el color en sí mismo puede actuar como marca de fábrica.

La definición establecida por la ley de marcas de fábrica requiere que una persona use o intente usar una marca de fábrica «para identificar y distinguir sus productos, incluyendo un único producto, de aquellos fabricados o vendidos por otros y para indicar la

**TOBAR & TOBAR**  
ESTUDIO JURIDICO  
Av. Patria 640 y Amazonas Piso 3  
P.O. Box. 17-03-883  
Quito - Ecuador  
Telfs: 222820 - 221857  
Fax: 593 2 222815

**QUEVEDO & PONCE**  
Tarqui 747  
P.O. Box 17-01-600  
Telf: 593-2-560388  
Fax: 593-2-562584  
Quito - Ecuador

fuelle de los productos, inclusive si esa fuente es desconocida». El Color puede satisfacer este requisito de identificación.

La Corte reconoció que el color no es inherentemente distintivo como lo son palabras o diseños «fantasiosos», «arbitrarios» o «sugestivos». De todas maneras, no pudo encontrar en los objetivos básicos de la ley de marcas de fábrica, alguna objeción obvia teórica para el uso del color en sí mismo, como marca de fábrica, donde el color en cuestión había obtenido «significado secundario», ej., sirve para identificar y distinguir una marca en particular y por lo tanto, indica la fuente del producto. En su opinión, es la habilidad de la fuente-distintiva de

una marca -no su status ontológico como color, figura, fragancia, palabra o señal- la que le permite servir al propósito básico de la marca.

**Jacobson** argumentó que si el color en sí mismo fuera otorgado con protección de marca de fábrica, ello produciría incertidumbre y disputas irracionales en la Corte acerca de qué tonos de colores un competidor podría usar legítimamente. La Corte reguló que la determinación de la similitud substancial entre dos colores no es diferente que determinar la similitud entre dos palabras, dos símbolos o dos frases.

**Jacobson** argumentó que los colores son limitados y que si uno entre muchos competidores puede apropiarse

de un color particular para usarlo como marca de fábrica, y cada competidor trata de hacer lo mismo, el suministro de colores muy pronto se agotaría.

Habiendo determinado que un color puede algunas veces estar de acuerdo con los requisitos básicos legales para usarse como marca de fábrica, las Cortes de Distrito determinaron que el uso del color oro-verde por **Qualitex** en sus almohadillas prensadas estaba de acuerdo con los requisitos básicos de marcas. La Corte eliminó la decisión del Noveno Circuito que no permitía a **Qualitex** usar únicamente el color como marca de fábrica.

\* Cortecia de INTELLECTUAL PROPERTY LAW. CENTER InProReport

## EL LEGITIMO INTERES EN LAS MARCAS

*Enrique Chiriboga Barba*

**E**l Art. 93 de la Decisión 344 dispone: que dentro de los treinta días hábiles siguientes a la publicación, cualquier persona **QUE TENGA LEGITIMO INTERES**, podrá observar el registro.

Por tanto es una condición obligatoria y necesaria para ser actor u observante.

Si el actor u observante no tiene legítimo interés el Director **DE OFICIO** debe rechazar la observación.

En la Decisión 344 la observación por tanto no puede ser presentada por cualquier persona. La observación **NO CONSISTE** en una acción popular para detener el registro de una marca.

El Tribunal Andino de Justicia manifiesta que las observaciones a la solicitud de registro deben ser presentadas en tiempo **POR LAS PERSONAS QUE ACREDITEN INTERES LEGITIMO** (jurisprudencia del Tribunal, Tomo III, Pag. 163).

También el Tribunal Andino al referirse al Art. 108 de la

Decisión 344 establece la diferencia para la cancelación de un registro. En este caso, la demanda la puede -diseñar cualquier persona -a los que llama simplemente interesados- pues se trata de una acción popular, muy diferente al trámite de la observación, en la que se requiere de **LEGITIMO INTERES** (Jurisprudencia del Tribunal, Tomo III, Pag. 142).

En el proceso No. 2-IP-94 el Tribunal nuevamente establece diferencias y manifiesta:

La oposición es una acción contenciosa que en algunos países se decidió resolver por la vía Judicial.

La oposición puede ser presentada por cualquier persona.

En cambio, la observación tiene por objeto **ILUSTRAR** a la Oficina Nacional Competente sobre la existencia de circunstancias que dan lugar a la no tramitación de solicitud de registro.

Sólo pueden presentar observaciones **LOS QUE ACREDITEN LEGITIMO INTERES**.

### GUDBERTO ORTIZ & HIJOS & ASOCIADOS

Reina Victoria 1539 y Av. Colón,  
Ofc. 1402-1403  
P.O. Box 17-07-9332  
Telfs: 563263 - 563264  
Fax: 593-2-563262  
Quito - Ecuador

### BUSTAMANTE & BUSTAMANTE ESTUDIO JURIDICO

Edificio Cofiec, pisos 5to. 10mo. y 11ro.  
Avdas. Amazonas y Patria  
P.O. Box 17-01-02455  
Telfs: 562680 - 562681  
Fax: 564628 - 564069  
Quito - Ecuador

### BERMEO & BERMEO LAW FIRM

Av. Amazonas 477 y Roca  
Ofic. 201 PO Box 17-15-545-C  
Telfs: 545871 - 523894 - 234710  
Fax: 565861 - 564620  
Quito - Ecuador

## SENTENCIAS JUDICIALES \*

### LEGISLACION CIVIL TERCERA INSTANCIA

**E** Quito a, 7 de diciembre de 1988; a las 10h00.- **VISITOS:**- César Aníbal Guerrero Villagómez, como apoderado de «Beecham Am Group Limited» que ha registrado la marca de fábrica «Sal de Fruta», presenta demandada de oposición a que se inscriba «Sal de Frutas Lua» conforme ha pedido el doctor Julio Vela Suárez, en representación de «Distribuidora Farmacéutica Calox Colombiana S.A.»... No habiendo allanamiento de la parte demandada, la controversia se ha suscitado en juicio verbal sumario, dentro del cual, tanto el Juez de primer nivel como la Quinta Sala de la Corte Superior de Quito declaran, en sentencia, con lugar la oposición y desechan por consiguiente la solicitud de inscripción. Para resolver el recurso de tercera instancia interpuesto por el demandado, se advierte: PRIMERO.- El proceso muestra la existencia de los presupuestos básico de la demanda: la marca «Sal de Fruta» consta, en efecto, registrada desde 1930 -fs. 36- y el doctor Julio Vela Suárez pide, por «Distribuidora Farmacéutica Calox Colombiana S.A.», la inscripción de «Sal de Frutas Lua». Lo que se discute es la procedencia jurídica de esa solicitud de inscripción, que ha

suscitado la oposición del ahora actor, fundada, según el libelo, en la semejanza de las dos denominaciones destinadas, entrambas, a proteger artículos de la misma naturaleza y en las disposiciones que cita de la Ley de Marcas de Fábrica. El demandado, por su parte, tras negar los fundamentos de la acción, finca su defensa en que, conforme manifiesta, su solicitud no contraviene disposición alguna de la Ley, desde luego que la expresión «Sal de Frutas» es genérica y que, con la añadidura «Lua», configura una marca susceptible de ser registrada de acuerdo a la previsión del Art. 6 Num. 6 de la Ley de la materia. SEGUNDO.- No es admisible, a juicio de Sala, el criterio del demandado, pues ocurre que «Sal de Fruta» es una marca registrada, un distintivo y todo lo contrario, por lo mismo, de una expresión genérica desde que fue aceptada como tal marca. No viene al caso dilucidar en este juicio lo que no es materia de este juicio, esto es, si ese registro debía o no ser acogido de esa suerte: el hecho es que existe como marca de fábrica y no resulta compatible, con arreglo al numeral 4 del Art. 6 de la Ley en mención, con el registro, como marca, de nombres o palabras «semejantes» que dice la Ley, entendiéndose que, al tenor del Art. 43

Estudio Jurídico de Patentes y Marcas  
**JULIO C. GUERRERO B. Cía. Ltda.**  
Yaguachi 1122 y Av. Colombia  
P.O. Box 17-01-220  
Telfs: 227192 - 227193  
Fax: 593 2-502140/593-2-229322  
Quito - Ecuador

**ESTUDIO JURIDICO GALLEGOS**  
ABOGADOS  
P.O. Box 17-01-2772  
Telfs: 593-2-521480 - 547722  
Fax: 593-2-560736  
Quito - Ecuador

Inciso 2º *Ibidem*, «legalmente hay semejanza entre dos o más marcas siempre que, una o más de sus partes, se confundan a primera vista». No cabe duda de que, en esos términos, que son los de la Ley, la semejanza se da en el caso de que se trata y que cabe, en consecuencia, la oposición aceptada en las instancias inferiores. Por ello, «ADMINISTRANDO JUSTICIA EN NOMBRE DE LA REPUBLICA Y POR AUTORIDAD DE LA LEY», se confirma, con costas, la sentencia subida en grado. En tres mil sucres se regula el honorario del doctor Teodoro Puertas por su actuación ante la Sala. Notifíquese y devuélvase.

Jaime Hidalgo López.- Salomón Soria Madrid.- Raúl Andrade Guillém.

\* Gaceta Judicial - Serie XV - Nº4 - 1989

**EDITORES**

César Guerrero Villagómez  
Bernardo Tobar Carrión  
Gustavo Romero Ponce

Los artículos son responsabilidad  
de sus autores y no reflejan el  
criterio de los editores