

WEintangia

GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

JULIO - SEPTIEMBRE 2015 REVISTA N.º 18

MARCA PERSONAL

¿CÓMO NOS PERCIBEN
LOS DEMÁS?

REGISTRO DEL DERECHO DE
IMAGEN DE UNA PERSONA

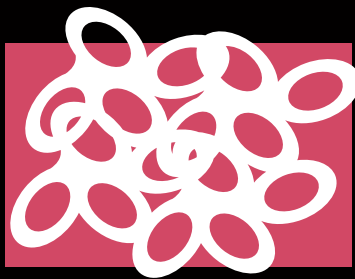
DERECHOS DE
PROPIEDAD
INTELLECTUAL
QUÉ EXIGE LA LPI
PARA QUE UN
CONTENIDO SEA
ORIGINAL Y
PROTEGIBLE

INTANGIBLES
EL REGISTRO DE
MARCA PERSONAL

EXPERIENCIAS
INTERNACIONALES
NACE EL REGISTRO
DE DERECHOS DE
IMAGEN. GUERNSEY
IMAGE RIGHTS

ASOCIADOS
ENTREVISTA A
JOANA ARANDA,
DE KONJUNTO

ACTIVIDAD INTANGIA
MESA REDONDA
SOBRE MARCA
PERSONAL PARA
ARTISTAS Y
CREATIVOS.
PRÓXIMAS
ACTIVIDADES



intangia
GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

REVISTA N^o. 18

SALUDO

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL
QUÉ EXIGE LA LPI PARA QUE UN CONTENIDO SEA ORIGINAL Y PROTEGIBLE.

INTANGIBLES

EL REGISTRO DE MARCA PERSONAL.

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

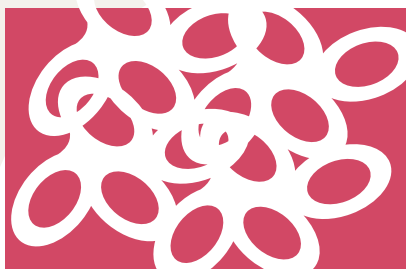
NACE EL REGISTRO DE DERECHOS DE IMAGEN. GUERNSEY IMAGE RIGHTS.

ASOCIADOS INTANGIA

ENTREVISTA A JOANA ARANDA, DE KONJUNTO.

ACTIVIDAD INTANGIA

MESA REDONDA SOBRE MARCA PERSONAL PARA ARTISTAS Y CREATIVOS. PRÓXIMAS ACTIVIDADES.



intangia

GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

SALUDOS

Saludo Asociación

Estimad@s Soci@s

*Os saludamos de nuevo desde la Asociación Intangia, a través de un nuevo número de nuestra **Revista We Intangia**, la edición **Nº 18**.*

*Esta edición de la revista está dedicada al tema de la **marca personal**.*

*Para ello contamos con la inestimable colaboración de **Joana Aranda de Castro**, asociada de Intangia que nos impartirá en una Mesa Redonda el próximo 18 de noviembre, una charla sobre Marca Personal enfocada al sector creativo y los artistas.*

*Nos parece importante que un autor o autora, empresario autónomo que vive de su trabajo como artista, cree, potencie y gestione su marca personal, ya que en ningún otro profesional se puede mezclar más los atributos personales (la creatividad, por ejemplo) con el resultado de su trabajo. Por ello, dedicamos la revista a instruir a los asociados para que sepan **cómo registrar su marca personal**, y qué más aspectos de su personalidad pueden proteger.*

*Un registro pionero para ello es el registro de la isla de Guernsey (Gran Bretaña), **registro de derechos de imagen** que permite tener protegidos estos atributos. Esperemos que este sea sólo la primera de posteriores iniciativas legislativas similares en el resto de Europa.*

Esperamos que estos contenidos os resulten de utilidad. Un cordial saludo para todos.

Conchi Cagide Torres
Presidenta Intangia

QUÉ EXIGE LA LPI PARA QUE UN CONTENIDO SEA ORIGINAL Y PROTEGIBLE

LA ORIGINALIDAD DE LAS OBRAS INTELECTUALES

Esta edición We Intangia N° 18 está dedicada al tema de la Marca Personal. Contamos con la colaboración de Joana Aranda, asociada y experta en este campo, quien ha colaborado con una entrevista y análisis de lo que es una marca personal.

**MARCA
PERSONAL**

AUTENTICIDAD

TRANSPARENCIA

VISIBILIDAD

La marca personal se construye mediante tres pilares:

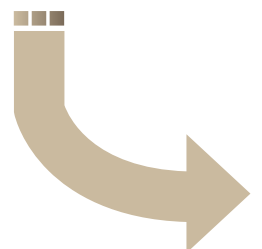
1. la autenticidad
2. la transparencia
3. la visibilidad

Es decir, es importante que para construir una marca personal, utilicemos las distintas herramientas para construir y compartir contenidos, que sean auténticos, es decir, originales, y que si son copiados de otros, siempre citemos a esos terceros que han contribuido a la publicación de los contenidos.

Pues bien, la Ley de propiedad intelectual tiene mucho que decir al respecto, tanto en relación a la originalidad de los materiales como al derecho de cita.

De entrada, esta norma establece **qué es un contenido ORIGINAL**, y qué requisitos debe cumplir dicho contenido para ser considerado auténtico u original, lo que es importantísimo, ya que crear una obra original es una de las condiciones exigibles para que el contenido se considere OBRA INTELECTUAL y por lo tanto, para que su creador o creadora, tenga derechos de autor.

El concepto de originalidad se ha ido matizando con el tiempo. En momentos anteriores a la evolución tecnológica, la impronta de la personalidad del autor reflejada en la creación era manifestación de originalidad. Se decía que una obra era original o singular si se manifestaba algún atributo o aspecto de su personalidad en ella. O más bien, la obra era original si era la expresión de la persona que la había creado. De esta forma, se podía confirmar que no podía haber dos obras prácticamente iguales, elaboradas de forma independiente por dos autores, excepto que por motivos técnicos o del proceso creativo, estos autores estuvieran limitados por el material, proceso, materia o tema, tipo de soporte, etc, cuánto menos creativo y más técnico fuera el proceso, más posibilidades de que aparecieran dos obras similares o iguales de distintos autores.



Con la aparición de las obras técnicas, o mejor dicho, tecnológicas, hemos pasado de un concepto subjetivo a un concepto objetivo de originalidad. Un plano técnico o un programa de ordenador encajan difícilmente con el concepto de obra que constituye el reflejo de la personalidad del autor, por lo que a partir de la extensión del sistema de protección ofrecido por la propiedad intelectual al ámbito informático, la Directiva Europea sobre programas de ordenador deja muy claro en el año 1991, que "el programa de ordenador quedará protegido si fuese original en el sentido de que sea una creación intelectual propia de su autor. No se aplicará ningún otro criterio para conceder la protección".

Desde esta regulación, que, en los años sucesivos a la entrada en vigor de la norma europea, es trasladada a todas las legislaciones nacionales para todo tipo de obras intelectuales, se considera ORIGINAL una obra intelectual si es una CREACION PROPIA de su autor, siendo requisito esencial que la obra no sea copia de otra para que sea considerada original.

Hablamos en todo momento de originalidad, no de novedad. Este último es un concepto exigible en determinados tipos de obras, como las patentes de invención, ya que una de las condiciones para poder registrar un invento es que éste no se conozca o no se haya difundido por ningún medio antes de la solicitud del registro. Estamos hablando de que se valora en el concepto de novedad que el invento "no se haya conocido" o "no se haya aplicado".

Este concepto de novedad no se puede aplicar a una obra intelectual, en la que no se está protegiendo una idea, un concepto o un producto nuevo, sino la forma en que se expresan esas ideas, que es auténtica y propia de una persona. Y es en este tipo de obras intelectuales donde juega un papel fundamental el soporte en el que se expresan esas obras, ya que es esencial, para que exista obra intelectual, que ésta se exprese en un soporte, se exteriorice y sea percibido por los demás, aunque se trate de un mero boceto o una obra inacabada que trazamos en una servilleta de papel.

En resumen, para que exista una obra intelectual original es necesario que cumplamos tres requisitos cuando elaboramos un material:

- que sea un material propio
- que se plasme en un soporte de cualquier tipo
- que no se trate de una mera idea o concepto

Y para ilustrar esta expresión, nada mejor que la ilustración que el dibujante Mingote divulgó en el dominical El Semanal el 3 de abril de 2005, que explica de forma visual qué se entiende por obra original.



© Mingote. El Semanal 3 abril 2005. Todos los derechos reservados. El uso de esta obra se hace a título ilustrativo y no lucrativo.

EL REGISTRO DE MARCA PERSONAL CÓMO PROTEGER LA MARCA PERSONAL

Una parte importante de tu Marca Personal irá asociada a tu nombre, a tu firma, a tu imagen o a un conjunto formado por nombre e imagen, estos apartados puedes protegerlos como Marca, acudiendo al registro de marcas de la Oficina Española de Patentes y Marcas.
www.oepm.es

El procedimiento es relativamente sencillo: un formulario rellenable te permitirá solicitar el registro, pudiendo ser:

Una marca denominativa:

nombre y apellidos, pseudónimo o nombre profesional o artístico.

Ejemplo: A77764493 marca denominativa FRANK GEHRY
M3571574, marca denominativa EL RUBIUS

Una marca mixta:

puede consistir en un nombre profesional o artístico junto a una imagen o logotipo o bien una firma.

Ejemplo: M2876675, marca mixta MIGUEL BOSE

MIGUEL BOSE



En el caso en que una imagen gráfica sea la identidad del artista, también se podrá registrar como **marca gráfica**.

Estos casos son los menos habituales pero también se dan como el registro de la famosa imagen de los Rolling Stones.

Marca de Estados Unidos nº US86002185

(Los ejemplos marcarios han sido obtenidos de fuentes accesibles al público, siendo información pública del Boletín Oficial de la Propiedad Industrial. Su uso es meramente ilustrativo y no lucrativo).

Este registro va a asociado a tu actividad artística, por lo que deberás elegir, de entre un listado de clases de productos o servicios, en cuál quieres registrar tu marca. Para las actividades artísticas y culturales, la clase 41 puede ser la acertada. Aunque puedes ser un arquitecto a quien le interesa más una clase relacionada con su actividad profesional (clase 42), o te dedicas al mundo de la moda y prefieres registrarte como productor de prendas textiles (clase 25). La elección de la clase de producto o servicio es un apartado importante en esta primera fase de registro.

Elegida la clase de actividad deberá especificarse también en el formulario, firmarlo y , previo abono de la tasa correspondiente, se podrá presentar en la forma y en las oficinas habilitadas por la Oficina Española de Patentes y Marcas, o bien a través del trámite online de presentación de la solicitud.

El **proceso de registro** es un trámite administrativo, que consta de varias fases:

1. el abono de la tasa y presentación del formulario de solicitud;
2. la fase de revisión formal del formulario y publicación en el Boletín Oficial de la propiedad industrial, aproximadamente a las 3 semanas de la solicitud;
3. la fase de oposiciones, tras la publicación quién tenga una marca previa igual o similar podría plantear una oposición en el plazo de 2 meses;
4. la fase de resolución de incidencias, si hubiera oposiciones, de manera que puedes contestar a la oposición en el plazo de 1 mes desde que se te haya notificado la oposición;
5. la fase de conclusión, en la que se concede el registro y puedes obtener el título de marca, o bien se deniega el mismo por la existencia de oposiciones u otro motivo de fondo;
6. la marca, una vez concedida, estará vigente un periodo de 10 años. Pasado ese tiempo, se puede renovar por periodos iguales, abonando la tasa de renovación vigente en cada momento.

Este es el proceso administrativo, que puede durar entre 5-9 meses.

¿Qué ventajas tiene este registro de marca?

La primera de ellas, es la posibilidad de **tener en exclusiva tu nombre, firma o imagen, para la actividad a la que te dedicas**, adquiriendo dicha marca como activo, lo que permite darle un valor al intangible;

En segundo lugar, la exclusividad te permite que ninguna otra persona, empresa o entidad use tu marca en el mercado, de manera que **puedes prohibir e impedir que otro explote comercialmente dicha marca**;

Por último, evitarás que un tercero registre dicha marca para aprovecharse de la imagen, reputación o buen hacer asociado al nombre; **el registro es constitutivo y genera derechos para el primero que registra**, lo que podría complicar la situación en el mercado si alguien usa el mismo nombre para sus propios productos o servicios aprovechándose de la imagen que has creado. Esto se puede evitar si tú la has registrado previamente, ya que el proceso de oposición lo puedes plantear siempre si tu marca es anterior a la nueva solicitud de registro.

NACE EL REGISTRO DE DERECHOS DE IMAGEN. GUERNSEY IMAGE RIGHTS

Esta revista está sumergida en el tema de la Marca Personal. Una marca personal se basa en los atributos que nos definen como personas. Hasta ahora, las legislaciones nos han ofrecido la posibilidad de proteger a los creadores y a sus obras intelectuales, mediante las leyes de propiedad intelectual, y también nos permiten proteger los nombres de las personas para un sector concreto, el de los productos o servicios en el que tiene dicha persona su actividad empresarial o profesional, a través de los registros de marcas nacionales, europeas e internacionales.

A partir de ahora, surge otra opción, que es el registro del derecho de imagen de una persona. Ha nacido una nueva forma de protección y gestión de otro intangible, el derecho de imagen, aunque por el momento, sólo en la isla británica de Guernsey, isla ubicada en el Canal de la Mancha que ha creado, en el mes de mayo de este mismo año 2015, el primer registro de derechos de imagen del mundo.

¿Qué protege este registro? No se trata de un registro de propiedad intelectual, ni tampoco de un registro de marca. El registro de imagen protege el derecho sobre la imagen personal, definida como la **expresión de la personalidad**, y que se puede proteger en el dominio público y en el ámbito de la explotación comercial, lo que permite darle una definición, un valor y una protección a este derecho, hasta ahora protegido como derecho fundamental, dentro del ámbito de la intimidad de una persona.

El registro se basa en el concepto de "personnage" y de los derechos de personalidad asociados a una persona. Pero este registro no es válido sólo para una persona física, sino que este concepto se puede adquirir también por una persona jurídica, por dos o más personas físicas, por un grupo o colectivo de personas o entidades, o incluso por el titular de un personaje de ficción.



Imagen del actor cómico Rowan Atkinson con uno de sus gestos característicos.
Fuente: www.independent.co.uk (noticia de 26 de enero de 2015).

El derecho de imagen registrado otorga **derechos exclusivos** para la explotación de los siguientes atributos personales: la voz, la firma, la semejanza, la apariencia, la silueta, las características antropomórficas, los rasgos de la cara, la expresión verbal o facial, los gestos, las maneras, u otras características que se consideren atributos auténticos de la persona.

Así, una vez registrado uno o varios atributos, cualquier representación de ese atributo en fotos, ilustraciones, imágenes audiovisuales, podrá estar limitada por el ejercicio del derecho exclusivo de imagen de su titular.

Imagen del actor cómico Rowan Atkinson con uno de sus gestos característicos.

Fuente: www.independent.co.uk (noticia de 26 de enero de 2015).

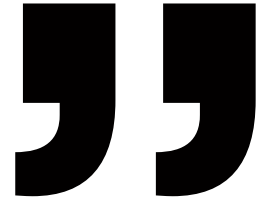
Este registro pionero no tiene precedentes, ¿habrá Estados que tomarán la senda de la isla británica y formarán a partir de ahora registros similares? Estaremos pendientes de la información que publique el propio registro y os iremos avanzando estadísticas de uso del mismo, por el momento, no tenemos conocimiento de las mismas, ya que lleva unos meses sólo en funcionamiento, pero nos parece interesante seguirles la pista ya que es otra herramienta más para proteger un intangible muy particular, el derecho de imagen.

Otras fuentes para la redacción del artículo:

Revista OMPÌ nº 2/2015, de mayo.



ENTREVISTA A JOANA ARANDA DE CASTRO EXPERTA EN MARCA PERSONAL



Una de nuestras asociadas, **Joana Aranda de Castro**, profesional dedicada al sector inmobiliario y al Home Staging..., también es la encargada de crear **KONJUNTO**, un grupo de expertas y profesionales que ofrecen servicios relacionados con marca personal, branding, coaching, formación comercial, y asesoría fiscal y legal.

Joana, ¿cómo definirías la marca personal? ¿Qué características tiene para diferenciarla de una marca comercial, de producto o servicio?

La marca personal al contrario de lo que piensan muchas personas no trata de nosotros, si no de lo que como los demás nos perciben. La marca personal es "la huella", "la marca" que dejamos en los demás. La gran diferencia reside en que la marca comercial se crea, diseñamos un logo etc, y la marca personal es inherente a nosotros mismos, así que es imposible crearla, se gestiona.

¿La marca personal puede estar asociada a la forma de trabajar, de hacer, a la creatividad de un profesional, empresario o artista?

Por supuesto. La base de la marca personal es el autoconocimiento, conocer que nos hace único y diferentes, que puede ser una manera concreta de hacer algo, valores, nuestros diseños... una vez hemos identificado nuestros talentos el siguiente paso es preparar una estrategia y un plan de visibilidad, porque podemos ser muy buenos en algo pero sino lo comunicamos correctamente, sino somos percibidos como queremos, sino nos encuentran difícilmente nos van a contratar.

En próximo 29 de octubre estamos organizando contigo una mesa redonda sobre marca personal, en el Centro Huarte de Arte Contemporáneo, dirigida precisamente al sector creativo e intelectual, ¿qué ventajas puede tener para un autor o un artista crear su marca personal?

Trabajar la marca personal independientemente de que en sector trabajes tiene como ventaja posicionarte en tu medio.

Actualmente existe un entorno laboral muy competitivo con personas muy bien preparados, por lo que resulta imprescindible destacar, los creativos e intelectuales deben de potenciar aquello que saben hacer de manera única y que esa misma cualidad sea percibida y valorada por su público. Puede ser algo tangible como un cuadro o intangible... como una experiencia estética.

Después de adentrarnos en el mundo de la marca personal, hemos podido confirmar que es un gran valor añadido en internet y en las redes sociales, ¿qué puede significar tener una marca personal en el entorno de internet?

Me alegro que me hagas esta pregunta, ya que erróneamente muchas personas creen que se tiene una marca en el entorno online. Marca eres tu, y tiene que haber una coherencia entre la parte offline y online. Internet es una herramienta muy potente que bien trabajada nos ayuda a posicionarnos y a que los demás nos encuentren, es un escaparate donde podemos mostrar lo que somos capaces de hacer, pero para ello tiene que haber un trabajo previo y continuo que ayude a posicionar nuestra marca personal, además de aportar valor a nuestro público. La visibilidad es la punta del iceberg. En la charla, hablaremos de redes sociales, y el efecto que tienen en la marca personal, ¿debemos estar en todas?, esta es la pregunta de muchas personas, mi respuesta es que no, debemos estar en las que nos sentimos más cómodos, y en las que sean atractivas para nuestra actividad. Los perfiles se deben actualizar constantemente, da muy mala imagen un perfil sin actualizar desde hace tiempo.

ACTIVIDAD

intangia

EL PROYECTO SELF COPYRIGHT

Como sabéis, este año 2015 será el año de lanzamiento del proyecto Self Copyright o símbolo de la autogestión. A partir de este verano de 2015 estamos trabajando en el proyecto, teneis a continuación una reproducción del símbolo tal y como se utilizará en las obras.



Es un proyecto que ha tenido además el respaldo mediante el sello MECNA de mecenazgo del Gobierno de Navarra.



Esto significa que todas las aportaciones que realicemos los socios al proyecto, a su ejecución y continuidad, estarán fiscalmente deducibles con porcentajes de desgravaciones en vuestro Impuesto de Renta de personas físicas o Impuesto de Sociedades en el caso de empresas; las desgravaciones son las siguientes:

Un 80% para los primeros 150 euros que aporten personas físicas; a partir de 150 euros, el porcentaje es del 30%

Un 40% para los primeros 150 euros que aporten las empresas, a partir de 150 euros, el porcentaje es del 20%; además, se deducirán como gasto el total de lo aportado.

No sólo se pueden aportar al proyecto cantidades económicas, también bienes, servicios o derechos, y con las empresas y profesionales podemos firmar convenios de colaboración para sacar adelante el proyecto.

Para empezar a trabajar con el símbolo de la autogestión, proyecto que tiene una duración prevista de 5 años, las **actividades que vamos a realizar son:**

- Primero, **registro de la marca colectiva a nivel europeo**, coste 1.850 euros (tasa pública);
- Segundo, **creación de una web y un manual de identidad del símbolo**, con varios modelos en distintos soportes para poder insertarlo en : obras impresas, carátulas de obras audiovisuales y software, soportes digitales para web, obras multimedias y archivos gráficos; soportes en metacrilato para obras plásticas y artesanales; los distintos soportes se irán elaborando para las necesidades de los materiales en que estén ejecutadas las obras intelectuales- coste aproximado, 2.000 euros;
- Tercero, actividades a partir de la presentación del proyecto europeo de la autogestión (a partir de septiembre 2015 y 2016): presentación del proyecto en otros Estados europeos, presentación del símbolo, exhibiciones y exposiciones de obras y símbolo de la autogestión para explicar su funcionamiento; No se ha presentado aún presupuesto económico, pero será imprescindible para participar en las exposiciones en Europa haber realizado alguna aportación económica en las fases previas.

ACTIVIDAD

intangia

EL PROYECTO SELF COPYRIGHT

Para costear los primeros gastos del proyecto, y tras un cálculo, hemos considerado que cada socio puede realizar una aportación de 20 euros; en el caso de personas físicas, se les enviará un certificado de la asociación para que puedan presentar en su declaración de la renta del año 2016 y el Gobierno de Navarra le devuelva el 80% de la cantidad (18 euros); para las empresas, además de deducirse como gasto el total de los 20 euros, se les enviará un certificado para que puedan presentar en la declaración del Impuesto de Sociedades del año 2016 y el Gobierno de Navarra le devuelva el 40% de la cantidad aportada (8 euros).

En el caso de aportaciones distintas de las económicas, se emitirán igualmente certificados con la valoración contable de los bienes, servicios, préstamos o colaboraciones realizadas en beneficio del proyecto Self Copyright.

Se publicará, junto con los medios y soportes de promoción del símbolo, un listado de personas físicas y empresas que han aportado y son, por lo tanto, mecenas de la asociación Intangia.

PODEIS REALIZAR VUESTRAS APORTACIONES EN EL SIGUIENTE NÚMERO DE CUENTA BANCARIA:
IBAN INTANGIA ES20 3008 0231 0625 6689 6912

También podrán realizar aportaciones las personas físicas o empresas que no estén asociadas. Siempre será recomendable que se asocien para después poder participar en las actividades a nivel europeo.

IMPORTANTE: los asociados de Comunidades Autónomas distintas a la Comunidad Foral de Navarra no podrán disfrutar, por el momento, de las desgravaciones que corresponden al sello MECNA, ya que sólo se podrán disfrutar por asociados domiciliados en Navarra. En el momento en que conozcamos que tu comunidad autónoma aprueba una Ley de Mecenazgo de actividades culturales y artísticas, similar a la aprobada en 2014 por Gobierno de Navarra, intentaremos cumplir con todos los requisitos exigidos para que tú también puedas tener las ventajas fiscales de los asociados de Navarra.

Para estos casos de asociados que no teneis domicilio fiscal en Navarra, no se emitirán certificados fiscales.

8 DE OCTUBRE:

NUEVA ETAPA EN EL CENTRO HUARTE DE ARTE CONTEMPORÁNEO

El próximo jueves 8 de octubre comienza nuestra **4ª etapa de asesoramiento en el Centro Huarte de Arte Contemporáneo**, para resolver todas aquellas consultas sobre derechos de autor y otros intangibles. La oficina de asesoramiento en derechos de autor lleva abierta desde finales del año 2012.

Durante dos jueves al mes, en horario de 5 a 8 de la tarde, proporcionamos **asesoramiento gratuito** en estos temas, tanto a asociados como a artistas y empresas creativas no asociadas y que pueden conocer el

ACTIVIDAD

intangia

servicio a través del Centro de Arte Contemporáneo.
 Próximos horarios de apertura de la oficina de asesoramiento en Centro Huarte durante el 2015:
 jueves 8 de octubre
 jueves 22 de octubre
 jueves 12 de noviembre
 jueves 26 de noviembre
 jueves 10 de diciembre

18 NOVIEMBRE 2015

CHARLA SOBRE MARCA PERSONAL

También en el Centro Huarte de Arte Contemporáneo, hemos organizado una **charla sobre Marca Personal, que impartirá Joana Aranda** de la empresa Konjunto. Esta charla está enfocada a autores, artistas y artesanos que quieran potenciar este intangible.

Horario: de 18 a 19,30 horas.

Lugar: Centro Huarte de Arte Contemporáneo, Huarte.



MARCA PERSONAL PARA CREATIVOS

18 NOV. CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO HUARTE
18:00 - 19:30 CHARLA

*Ponente: Joana Aranda de Castro. www.joanaaranda.com
 Experta en Marca Personal
 Propietaria de la firma Casas a Punto Home Staging S.L.
 Fundadora de Konjunto Consultoría*

*Asistencia gratuita. Previa inscripción:
info@intangia.es - 948 32 13 99*

intangia  Huarte  Gobierno de Navarra



CIERRE WE INTANGIA N°18

¿QUIERES PARTICIPAR?

En el caso en que deseéis participar en el contenido de esta revista, podeis poneros en contacto con Intangia en la siguiente dirección de correo electrónico: info@intangia.es

¿QUIERES PUBLICITARTE?

Si deseas publicitarte en los apartados de esta revista, puedes ponerte en contacto llamando al teléfono 948 321399 o en la dirección de correo electrónico: info@intangia.es

Edición nº. 18 Revista Digital We Intangia.

© Intangia Asociación para la defensa de intangibles. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin previa autorización de sus autores y titulares.

En varios de los apartados de la revista se muestran textos, imágenes e ilustraciones realizados por los colaboradores de la entidad. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin permiso expreso de sus autores.

© artículos revista. Conchi Cagide Torres

© edición gráfica. Anuska Arbildi