

PROPI | PATENTS
AND
TRADEMARKS



COMO PROTEGER NUESTRA
MARCA; DISTINTAS FIGURAS DE
PROPIEDAD INDUSTRIAL; SUS
DIFERENCIAS CON LA PROPIEDAD
INTELECTUAL; LA NECESARIA
PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN
EN LAS EMPRESAS; UNA FORMA
DE MEJORA PARA LA
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

SU IMPORTANCIA PARA LA
EXPORTACIÓN

PROTECCION INTERNACIONAL

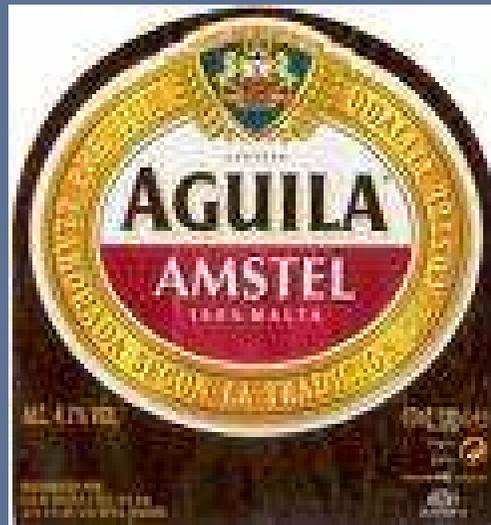
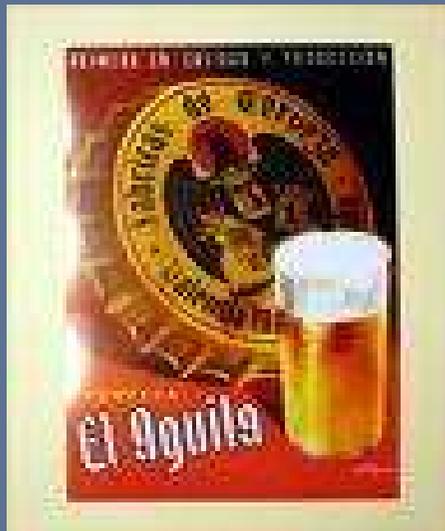
© Propi, Patentes y Marcas 2012

- PROPIEDAD INDUSTRIAL:

A).- La importancia patrimonial de la propiedad industrial; una herramienta de mejora competitiva y comercial.

1984, EL GRUPO HEINEKEN COMPRA CERVEZAS EL AGUILA

2000, Fusión con Cruzcampo: La firma holandesa, alcanza el 37,1% del mercado



CARACTERÍSTICAS DE LAS FIGURAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

I.- MONOPOLIO LEGAL

II.- ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS MEDIANTE LA INSCRIPCIÓN

III.- TEMPORALIDAD

IV.- TERRITORIALIDAD

V.- TRANSMISIBILIDAD

B).- El concepto de territorialidad en la propiedad industrial:

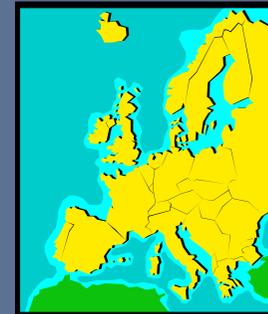
La protección de la propiedad industrial y la exclusiva que de ella se deriva se obtiene única y exclusivamente para aquel país o territorio en el que el derecho ha sido inscrito y registrado

ámbito geográfico:

.- Marcas nacionales (en cada país)



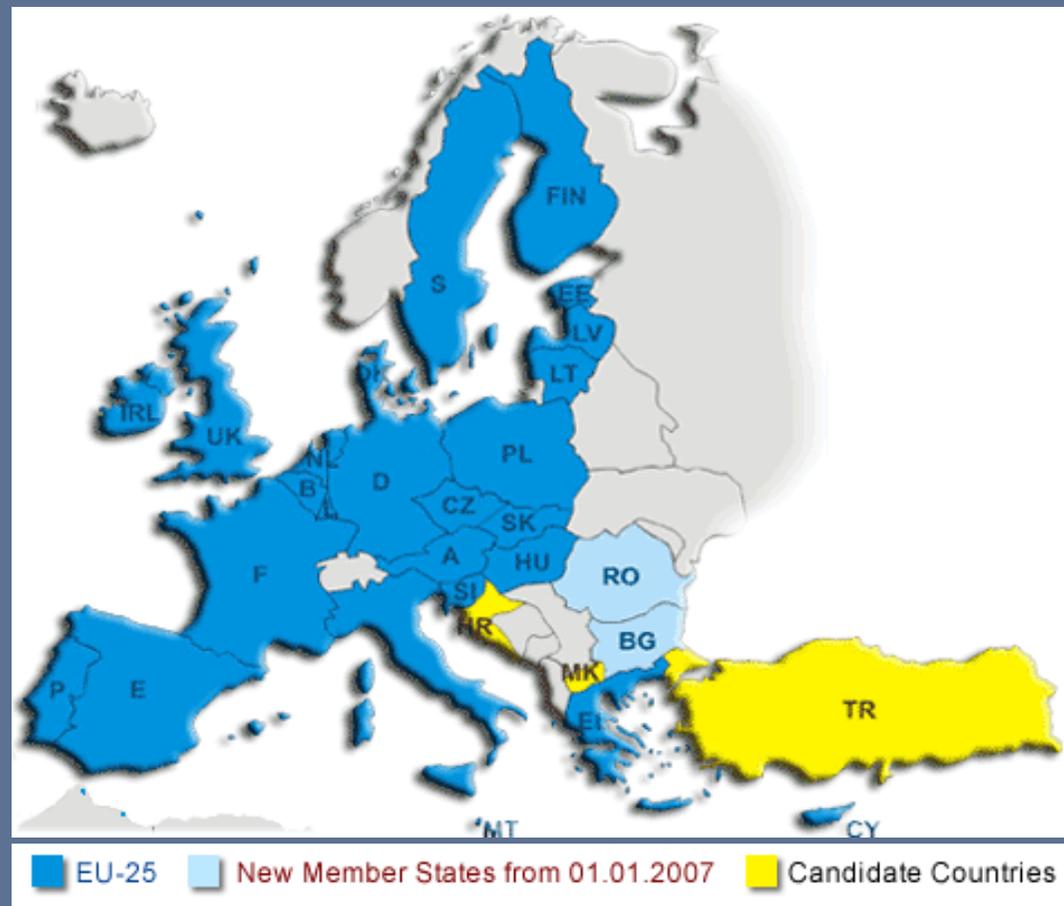
.- Marca comunitaria (para todos los países de la UE)



.- Marca internacional (un procedimiento único de solicitud en diferentes países)



LA MARCA COMUNITARIA



Países Patente PCT



C).- Distintas modalidades de protección;

- **Signos distintivos**
- **Inventiones**
- **Creaciones de forma**

¿Qué queremos proteger?

Invencciones

Elementos que identifiquen los productos o servicios en el mercado

La apariencia externa de un producto, su diseño

Obras artísticas, científicas o literarias

¿Cómo lo protegemos?

Patentes y modelos de utilidad

Marcas, nombres comerciales

Diseños industriales

Derechos de autor

- DIFERENCIAS ENTRE PROPIEDAD INDUSTRIAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL
- ADQUISICIÓN DEL DERECHO
- ÁMBITOS DE PROTECCIÓN
- SUPERPOSICIÓN DE PROTECCIONES

¿QUÉ ES UNA MARCA Y PARA QUÉ SIRVE?

Se entiende por marca todo signo o medio susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.

La marca es un signo distintivo. Su función es la de diferenciar e individualizar en el mercado unos productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como identificar su origen empresarial y, en cierta manera, ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas

El derecho sobre la marca se adquiere por el registro válidamente efectuado

Es decir, sólo se otorga el derecho exclusivo de utilización de una marca al interesado que haya obtenido el correspondiente registro administrativo ante la Oficina Española de Patentes y Marcas. El mero usuario de una marca, sin registrar, carece de derecho alguno sobre la misma

Excepción: se conceden determinados derechos al usuario de una marca notoriamente conocida en España por los sectores interesados, los cuales podrán reclamar ante los Tribunales la anulación de una marca registrada para productos o servicios idénticos o similares que pueda crear confusión con la marca notoria, siempre que se ejercite la acción antes de que transcurran cinco años desde la fecha de publicación de la concesión de la marca registrada, salvo que el registro hubiera sido obtenido de mala fe, en cuyo caso la acción es imprescriptible.

D).- Especial estudio de las marcas, nombres comerciales y diseños industriales; duración de los derechos:

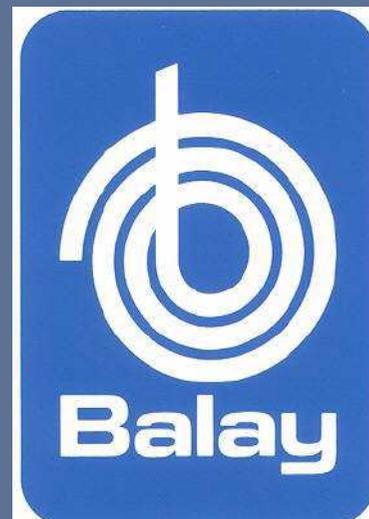
QUÉ SIGNOS PUEDEN CONSTITUIR MARCA

Las palabras o combinaciones de palabras, incluidas las que sirven para identificar a las personas

Las imágenes, figuras, símbolos y dibujos.



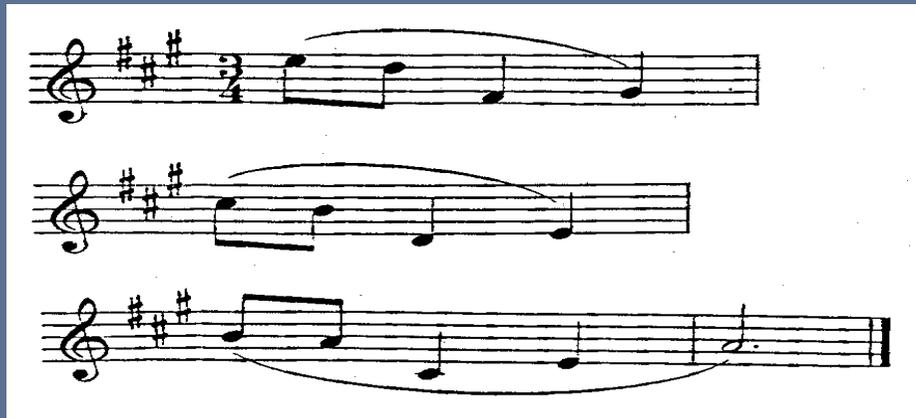
Mixtas: combinación de elementos gráficos y denominativos



Tridimensionales: los envases, envoltorios, la forma del producto



Sonoras: siempre que el sonido pueda ser representado gráficamente. Ej.: melodías de móvil, rugido del león de una productora de cine, etc.



E).- Exclusividad; breve mención al Nomenclátor Internacional de Clasificación de las Marcas:

NOMENCLATOR INTERNACIONAL

- 1 Productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria.
- 2 Colores, barnices, lacas; preservativos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.
- 3 Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.
- 4 Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías y mechas para el alumbrado.
- 5 Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastar los dientes y para improntas dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas.
- 6 Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; cerrajería y ferretería metálica; tubos metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales.
- 7 Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y órganos de transmisión (excepto aquellos para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean manuales; incubadoras de huevos.

- 8 Herramientas e instrumentos de mano impulsados manualmente; cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitar.
- 9 Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección), de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipos para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.
- 10 Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura.
- 11 Aparatos de alumbrado, de calefacción, de producción de vapor, de cocción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua e instalaciones sanitarias.
- 12 Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.
- 13 Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos de artificio.
- 14 Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado no comprendidos en otras clases; joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos.
- 15 Instrumentos de música.
- 16 Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.
- 17 Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos.
- 18 Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería.
- 19 Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.
- 20 Muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas.
- 21 Utensilios y recipientes para el menaje y la cocina; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases.

- 22 Cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto.
- 23 Hilos para uso textil.
- 24 Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa.
- 25 Vestidos, calzados, sombrerería.
- 26 Puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.
- 27 Alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materias textiles.
- 28 Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.
- 29 Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.
- 30 Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.
- 31 Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta.
- 32 Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.
- 33 Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas).
- 34 Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.
- 35 Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.
- 36 Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios.
- 37 Construcción; reparación; servicios de instalación.
- 38 Telecomunicaciones
- 39 Transporte; embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes.
- 40 Tratamiento de materiales.
- 41 Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales.
- 42 Servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y software.
- 43 Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.
- 44 Servicios médicos; servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.
- 45 Servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas; servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales.

EL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD

Las marcas se registran en una o varias clases de productos o servicios, de tal forma que pueden convivir marcas idénticas o similares para productos diferentes



**F).- Prohibiciones de registro:
Prohibiciones absolutas y prohibiciones relativas:**

PROHIBICIONES ABSOLUTAS DE REGISTRO

- Los que no puedan constituir marca por no ser conformes con los requisitos necesarios para serlo (representación gráfica, capacidad distintiva)
- Los que se compongan exclusivamente de signos genéricos o descriptivos en relación a los productos o servicios que pretendan distinguir. Los que sirvan en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de obtención del producto u otras características.
- Los compuestos exclusivamente por signos que se hayan convertido en habituales en el lenguaje común para designar los productos o servicios que pretendan distinguir.

PROHIBICIONES RELATIVAS DE REGISTRO

1.- Los signos que sean idénticos a una marca o nombre comercial anterior que designe productos o servicios idénticos

2.- Los signos idénticos o semejantes a una marca o nombre comercial y que por ser idénticos o similares los productos o servicios que designan exista un riesgo de confusión en el público

Es importante tener en cuenta que, mientras que con relación a las prohibiciones absolutas la Administración hace un examen de viabilidad de las nuevas solicitudes de marcas que se presentan, esto no sucede con relación a las prohibiciones relativas, por lo que si no se produce una oposición por parte del interesado titular de un derecho anterior, la marca solicitada será concedida.

G).- Marcas notorias y marcas renombradas



¿Qué es una patente?

Un título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva la invención registrada (patentada), impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular.

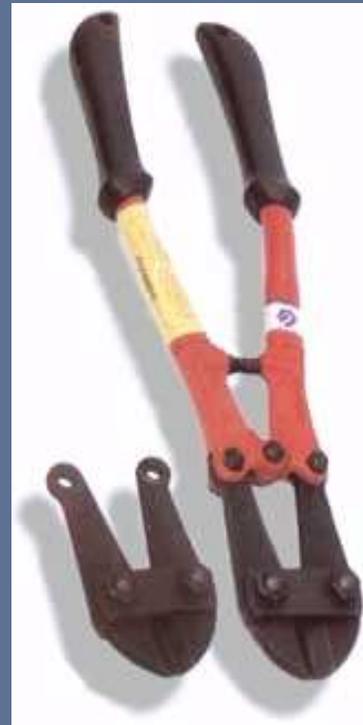
¿Qué es un Modelo de Utilidad?

Lo mismo que la patente pero con menor tiempo de protección y con menos entidad inventiva

Patente



Modelo de utilidad



¿Qué requisitos debe cumplir una
invención para ser patentable?

- Novedad
- Actividad inventiva
- Aplicación industrial

¿Qué vía de protección podemos elegir para nuestra invención?

- Solicitud en España - Vía nacional
- Solicitud en Extranjero {
 - Vía Nacional
 - Vía Europea - EPO
 - Vía internacional - PCT

34 Estados Miembros

DE	Alemania	IT	Italia
AT	Austria	LI	Lituania
BE	Bélgica	LU	Luxemburgo
BG	Bulgaria	LV	Letonia
CY	Chipre (parte griega)	MC	Mónaco
DK	Dinamarca	NL	Países Bajos
SK	Eslovaquia	PL	Polonia
SI	Eslovenia	PT	Portugal
ES	España	GB	Reino Unido
EE	Estonia	CZ	Rep. Checa
FI	Finlandia	RO	Rumania
FR	Francia	SE	Suecia
GR	Grecia	CH	Suiza
HU	Hungría	LI	Liechtenstein
IE	Irlanda	TR	Turquía
IS	Islandia	MT	Malta
HR	Croacia	NO	Noruega

Países PCT



DISEÑOS

- *Diseños Industriales*
- *Diseños Comunitarios*
- *Diseños Internacionales*

¿Qué es un Diseño Industrial?

Un Diseño Industrial otorga a su titular un derecho exclusivo (a utilizarlo y a prohibir su utilización por terceros sin su consentimiento), sobre la apariciencia de la totalidad o de una parte de un producto, que se derive de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación.



¿Cuánto dura la protección del diseño?

Cinco años contados desde la fecha de presentación de la solicitud de registro, y podrá renovarse por uno o más períodos sucesivos de cinco años hasta un máximo de veinticinco años computados desde dicha fecha.

¿Qué Ley regula la protección?

Ley 20/2003 de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial y su Reglamento de ejecución.

¿Qué es un Diseño Comunitario?

La apariencia exterior de un producto o de una parte del mismo que se deriva de líneas, contornos, colores, forma, textura, materiales y/o su ornamentación.

¿Dónde produce sus efectos?

En la totalidad del territorio de la Unión Europea. Tiene carácter unitario; sólo puede ser solicitado y, en su caso, concedido para todo el territorio de la Unión Europea.

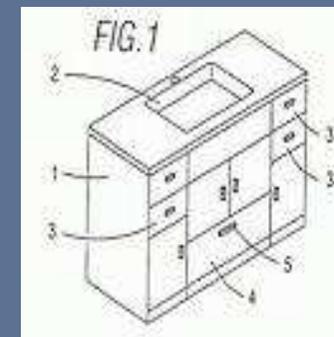
¿Cuál es el plazo de vigencia de
un Diseño Comunitario?

Queda protegido en un principio durante un plazo de 5 años, renovables por periodos de cinco años hasta un máximo de 25 años, contados a partir de la fecha de solicitud.

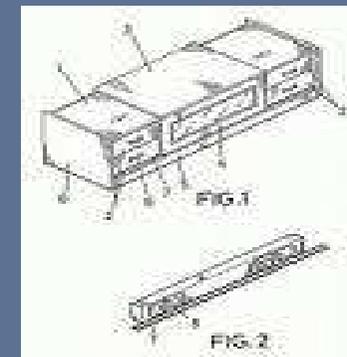
Concepto de diseño

Desde el punto de vista de la empresa, diseñar un producto supone elaborar las características estéticas y funcionales.

Desde una perspectiva jurídica un diseño industrial comprende exclusivamente los aspectos de apariencia u ornamentales de un producto.



- Concepto de Diseño
- Es la **apariciencia** de un producto.
- Puede ser **bidimensional** (tejidos) o **tridimensional** (mobiliario)
- No se protegen los diseños impuestos exclusivamente por **razones técnicas**: no se protegen objetos cuya función sólo puede cumplirse con esa forma.



Requisitos de los diseños

- **Novedad**: que no se haya hecho accesible al público un diseño idéntico, antes de la fecha de solicitud. Se considera idéntico si sólo difiere en detalles irrelevantes.
 - Problema en la moda: distinguir aquellas creaciones que suponen una verdadera innovación estética, de las que se limitan a seguir las tendencias del momento.
- **Carácter singular**: la impresión que genera en el usuario informado difiere de la impresión general que provoca otro diseño.
 - Hay que tener en cuenta el grado limitado de libertad del autor (el diseño de un zapato viene limitado por la forma del pie, y el de una chaqueta por la del torso y los brazos).

DIVULGACIÓN / ACCESIBILIDAD

- Un diseño ha sido accesible al público cuando ha sido publicado, expuesto, comercializado o divulgado de algún otro modo antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, en su caso, antes de la fecha de prioridad.
- Excepción: salvo que estos hechos, razonablemente, no hayan podido llegar a ser conocidos en el curso normal de los negocios por los círculos especializados del sector de que se trate que operen en la Unión Europea.

VÍAS DE PROTECCIÓN DE LOS DISEÑOS

- Vía **nacional**: en el país de interés en cuestión. En España el diseño se otorga por 5 años que podrá renovarse por periodos sucesivos de 5 años hasta un máximo de 25.
- Vía **Regional**: Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI), Oficina de Dibujos y Modelos del Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo), ARIPO (países africanos de habla inglesa) y OAPI (países africanos de habla francesa).
- Vía **internacional**: Arreglo de La Haya (55 Estados miembros).

- El Convenio de La Haya para el registro internacional de diseños industriales, administrado por la OMPI, ofrece medios para proteger un diseño industrial en varios países a la vez mediante la presentación de una única solicitud

• *Países Miembros*

- *Existen un total de 55 países suscritos al Convenio de La Haya*
- Albania ,Armenia, Belgium, Belize, Benin ,Bosnia Herzegovina ,Botswana ,Bulgaria ,Côte d'Ivoire ,Croatia Democratic People's, Republic of Korea ,Denmark ,Egypt, Estonia, France, Gabon– ,Georgia ,Germany, Ghana, Greece, Hungary, ,Iceland ,Indonesia ,Italy, Kyrgyzstan, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Mali , Monaco, Mongolia , Montenegro , Morocco, Namibia , Netherlands, Niger ,Oman , Republic of Moldova, Romania, Sao Tome and Principe, Senegal , Serbia, Singapore, Slovenia , Spain, Suriname, Switzerland , The former Yugoslav, Republic of Macedonia , Tunisia , Turkey, Ukraine

MEDIDAS CAUTELARES

Podrán solicitarse previamente a la interposición de la demanda, conjuntamente con la misma o con posterioridad a ella

Medidas que podrán ser acordadas:

- a) La cesación de los actos de violación
- b) La retención y el depósito de los objetos producidos o importados
- c) El afianzamiento de una eventual condena indemnizatoria
- d) Las anotaciones registrales que procedan

ACCIONES JUDICIALES A FAVOR DE LOS TITULARES DE DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

- a) La cesación de los actos que violen su derecho.
- b) La indemnización de los daños y perjuicios sufridos.
- c) El embargo de los objetos producidos o importados.
- d) La atribución en propiedad de los objetos o medios embargados.
- e) La adopción de medidas necesarias para evitar que prosiga la violación.
- f) La publicación de la sentencia a costa del infractor.

- La indemnización de daños y perjuicios: calculada por el valor de la pérdida que haya sufrido y el de la ganancia que haya dejado de obtener el titular del registro. La ganancia dejada de obtener se fijará en base a uno de estos criterios:

- .- Por los beneficios que previsiblemente hubiera obtenido el titular del registro de no existir la infracción.
- .- Por los beneficios que el infractor haya obtenido.
- .- Por el precio que el infractor hubiera tenido que pagar por una licencia.

REGLAMENTO (CE) 1383/2003

- Intervención de las Aut. Aduaneras en los casos de mercancías sospechosas de vulnerar derechos de PI.
- Los países comunitarios pueden retener, durante un periodo determinado mercancías sospechosas:
 - Notificación al titular del derecho.
 - Inspección y comprobación por el titular.
 - Mercancías falsas o piratas

Acciones Judiciales
contra el importador



Acuerdo con renuncia y
destrucción

PROCEDIMIENTO DE INTERVENCIÓN DE MERCANCÍA (de oficio)

PROPI PATENTS
AND
TRADEMARKS



PROCEDIMIENTO A INSTANCIA DE PARTE



PROCEDIMIENTO SIMPLIFICADO



**LA PROTECCION INTERNACIONAL:
DISTINTAS VIAS DE PROTECCION
SU IMPORTANCIA PARA LA EXPORTACION**

CUANDO

- DERECHO DE PRIORIDAD

DONDE

- PAISES O TERRITORIOS CON PERSPECTIVAS DE EXPORTACIÓN.
- DISTINTOS ACUERDOS INTERNACIONALES.

QUE

- MARCA TAL Y COMO SE USA
- MARCA DENOMINATIVA

CUANDO

- DERECHO DE PRIORIDAD
- EXIGENCIA DE NOVEDAD MUNDIAL

DONDE

- PAISES O TERRITORIOS CON PERSPECTIVAS DE EXPLOTACIÓN Y/O DE FABRICACIÓN.
- DISTINTOS ACUERDOS INTERNACIONALES.

INVENCIONES

PROPI PATENTS
AND
TRADEMARKS

QUE

CUANDO

- DERECHO DE PRIORIDAD
- EXIGENCIA DE NOVEDAD MUNDIAL

DONDE

- PAISES O TERRITORIOS CON PERSPECTIVAS DE EXPLOTACIÓN Y/O DE FABRICACIÓN.
- DISTINTOS ACUERDOS INTERNACIONALES.

CREACIONES
DE FORMA

PROPI PATENTS
AND
TRADEMARKS

QUE

Direcciones de nuestras oficinas

PROPI PATENTS
AND
TRADEMARKS



MADRID

Jorge Juan 19- 3º

28001 – Madrid

E-mail: propitec@propi.es

Tel. (34) 91 – 578 - 19 – 87

Fax. (34) 91 –435 – 73 – 64

VALLADOLID

Maria de Molina, 6 – 2º Dcha.

47001– Valladolid

E-mail: valladolid@propi.es

Tel. (34) 983 – 34 – 45 – 89

Fax. (34) 983 – 38 – 13 –86

ZARAGOZA

Pº Mª. Agustín, 25-29 Esc. 1- 5º C

50004 – Zaragoza

E-mail: zaragoza@propi.es

Tel. (34) 976 – 21 – 92 – 32

Fax. (34) 976 – 23 – 87 – 00

BARCELONA

Vía Augusta, 59 “Edif. Mercurio”

08006 - Barcelona

E-mail: barcelona@propi.es

Tel. (34) 93 – 238 – 62 – 24

Fax. (34) 93 – 217 –07 –21

STA. CRUZ DE TENERIFE

Villalba Hervás, 5 – 2.º Dcha.

38002 Sta. Cruz de Tenerife

E-mail: canarias@propi.es

Tel. (34) 922 – 53 – 30 – 78

Fax. (34) 922 – 53 –32 – 61