

**Requisitos que determinan la protección  
jurídica del secreto empresarial**

**Thais Elena Font Acuña**

Docente  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas  
Universidad de Carabobo

## Requisitos que determinan la protección jurídica del secreto empresarial

### Resumen

El secreto empresarial a lo largo de la historia ha coexistido con la empresa, la industria y el comercio. En la pretensión de conquistar al cliente, el empresario necesita de unas estrategias que le permitan distinguir su producto del que ofrecen los demás para así atraer la atención del consumidor y una de estas estrategias lo constituye el secreto empresarial como instrumento competitivo. Se trata pues de informaciones de carácter empresarial que brindan beneficios económicos en la medida en que se mantengan en secreto mediante la aplicación de medidas de seguridad a fin de que aquellos que se encuentran realizando actividades similares no la conozcan y pueda así continuar generando ganancias. La literatura ha considerado que son cuatro los requisitos que lo determinan: a) información empresarial y b) reservada c) que proporciona una ventaja competitiva d) a la que el poseedor legítimo aplica medidas razonables de protección para su no divulgación. Estos requisitos se han estandarizados al punto que son recogido por documentos internacionales como el ADPIC y la Decisión 486 de la CAN. Por su parte, la doctrina del Derecho comparado ha realizado todo un examen pormenorizado de cada uno de ellos, lo que ha contribuido a que muchos Estados los establezcan en sus legislaciones internas convirtiéndose, en consecuencia, en requisitos legales. En Venezuela, la situación es compleja porque si bien el tema se regula por normas aisladas no existe una legislación sistematizada que lo desarrolle adecuadamente no obstante su importancia como instrumento generador de competitividad, desarrollo y riqueza.

**Palabras clave:** secreto, empresa, protección jurídica.

## Requirements to determine the legal protection of the corporate secrets

### Abstract

The corporate secrets throughout history have coexisted with the company, industry and trade. The aim of conquering the client, the employer need strategies that allow you to distinguish your product from others offered in order to attract the attention of consumers and of these strategies constitutes the corporate secrets as a competitive tool. This is because information of a business nature that provide economic benefits to the extent they are kept secret by applying security measures to ensure that those who are doing similar activities not know so he can continue to generate profits. The literature has considered that there are four requirements that determine: a) business information b) reserved c) providing a competitive advantage d) that the legitimate holder applies reasonable protections for non-disclosure. These requirements have been standardized to the point they are picked up by international documents such as TRIPS and the Decision 486 of the CAN. For its part, the doctrine of comparative law has made a detailed examination of all each of them, which has helped many States provide in their domestic legislation becoming therefore legal requirements. In Venezuela, the situation is complex because while the subject is regulated by isolated rules there is no systematic legislation implementing it properly despite its importance as a generator tool for competitiveness, development and wealth.

**Key words:** secret, business, legal protection.

# Requisitos que determinan la protección jurídica del secreto empresarial

## SUMARIO

### Introducción

#### 1. Requisitos del secreto empresarial

1.1. Que la información sea de carácter empresarial

1.2 Que la información sea reservada

1.3 Que la información ofrezca una ventaja competitiva

1.4 Que el interesado haya realizado medidas razonables de protección

#### 2. Concepto de secreto empresarial

2.1. Conceptos en el Derecho comparado

2.2. Concepto propuesto por la autora

### Conclusiones

### Referencias

## Requisitos que determinan la protección jurídica del secreto empresarial<sup>1</sup>

### Introducción

Con el advenimiento de la revolución industrial surgió la necesidad de proteger las obras del ingenio, que por su naturaleza inmaterial eran inaprensibles y no podían ser reguladas por el derecho tradicional de propiedad. Surge entonces la teoría de los bienes inmateriales y con ella la propiedad intelectual, disciplina que regula los derechos sobre bienes intangibles.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) señala que “...Los derechos de propiedad intelectual son aquellos que se confieren a las personas sobre las creaciones de su mente. Suelen dar al creado derechos exclusivos sobre la utilización de su obra...”<sup>2</sup>

Dada la variedad de estos derechos, la propiedad intelectual ha sido sistematizada en dos grandes categorías: los derechos de autor y demás ramas conexas y la propiedad industrial.

El derecho de autor se compone de las obras literarias y artísticas tales como novelas, poemas, obras de teatro, películas y obras musicales. También las obras de arte como dibujos, pinturas, fotografías, esculturas y los diseños arquitectónicos, los cuales fueron regulados por el Convenio de Berna<sup>3</sup> de 9 de septiembre de 1886.

En cuanto a los derechos tutelados por la propiedad industrial, tradicionalmente se cuentan los relacionados con la empresa, como son los signos distintivos (marcas, nombres comerciales y rótulos de establecimientos); las invenciones (patente, modelo de utilidad y secreto empresarial);

---

<sup>1</sup> El presente artículo es una adaptación del segundo capítulo de Tesis Doctoral “*Régimen Jurídico del Secreto empresarial como obra del ingenio*” presentada como requisito para optar al título de Doctora en Ciencias Mención Derecho de la Universidad Central de Venezuela en junio de 2013.

<sup>2</sup> Organización Mundial del Comercio. [en línea] [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/intel1\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/intel1_s.htm)

<sup>3</sup> Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [en línea]. [www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs\\_wo001.html](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs_wo001.html)

las creaciones de formas (dibujos y modelos industriales) y las denominaciones de origen. Estos derechos son enunciados en el Convenio de la Unión de París (CUP)<sup>4</sup>:

La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal.

En la cita no se contempla expresamente al secreto empresarial como una manifestación de la propiedad intelectual, no obstante, su sola condición de intangible lo evidencia<sup>5</sup>. Ahora, ¿Qué entender por secreto empresarial?

Cuando una idea de carácter empresarial, industrial o comercial produce beneficio económicos ésta se mantiene en secreto a fin de que aquellos que se encuentran realizando actividades similares no la conozcan y pueda así continuar generando ganancias para su creador.

Pues bien, esa idea es protegida en primer lugar por su inventor, quien realiza determinadas actividades a fin de mantenerla oculta. En segundo lugar, el Estado la resguarda fundamentalmente a través de instrumentos normativos. Sin embargo, esta tutela jurídica no es automática, es necesario que se cumplan ciertos requisitos para que prospere, y es justamente el examen de estos requisitos el tema de la presente investigación.

En atención a lo expuesto el artículo se conforma de dos partes. La *primera* en la que se analizan cada uno de estos requisitos. En la *segunda* parte se exponen algunos conceptos doctrinales y legales del secreto empresarial, entre ellos una propuesta de la autora.

Finalmente, se advierte que el presente análisis se fundamenta particularmente en el Derecho comparado dado que a nivel nacional, ni la doctrina ni la legislación, tiene un desarrollo sistematizado del instituto.

---

<sup>4</sup> Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Art. 1, núm. 2. OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [en línea]. [www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/-9k](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/-9k)

<sup>5</sup>Sin embargo, aunque ello no es parte de este estudio vale comentar que el secreto empresarial se regula fundamentalmente por el derecho de competencia, y más específicamente por la competencia desleal. Por ello no es casual que el citado Convenio establezca en el artículo 1 núm., 2 y en el art. 10 bis expresa referencia a dicha disciplina.

### 1. Requisitos del secreto empresarial

El secreto empresarial es una manifestación de la propiedad intelectual que se encuentra individualizado por determinados rasgos: la heterogeneidad de las informaciones de que trata y la forma en que es protegido<sup>6</sup>. En efecto, las *informaciones* objeto de secreto, pueden ser de explotación continuada (por ejemplo, una información técnico industrial) o agotarse en un solo uso (el caso de una estrategia publicitaria). Por otra parte, en cuanto a la *forma de tutela*, como el secreto no concede derechos absolutos<sup>7</sup>, no existe un derecho al secreto, no se opone *frente a todos* un derecho de exclusiva sino que su protección radica en un monopolio de hecho, en consecuencia, en la medida en que la información permanezca en secreto por actos del empresario éste podrá utilizarlo en su provecho<sup>8</sup>. Cuando estos conocimientos dejan de ser reservados por actuaciones *legítimas* de terceros, por ejemplo, cuando los competidores llegan de forma autónoma e independiente a los mismos resultados no hay posibilidad legal de prohibir el uso de tales conocimientos pues equivaldría a desestimular la invención y la investigación<sup>9</sup>.

Distinto es cuando el secreto cesa por comportamientos impropios (el caso del trabajador que viola el deber de reserva o cuando se descubre una información por actuaciones de espionaje). En este supuesto, el Estado brinda protección contra estas revelaciones a través del Derecho de competencia, y en particular de la competencia desleal.

En todo caso, los requisitos a tomar en cuenta para ofrecer protección jurídica han sido de algún modo estandarizados en documentos internacionales como la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN)<sup>10</sup> y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio<sup>11</sup> (ADPIC)<sup>12</sup> y el Derecho comparado.

---

<sup>6</sup> Así se concluyó en la tesis, *Régimen jurídico del Secreto empresarial como obra del ingenio*, pág. 150

<sup>7</sup> Como si sucede con otros bienes intangibles como lo es por ejemplo, la patente.

<sup>8</sup> El interés de protegerlo, al igual como sucede en la mayoría de los bienes intelectuales, radica en su naturaleza económica.

<sup>9</sup> En todo caso, todos los ahora conozcan la información deberán cuidar su reserva para que otros competidores no la descubran y así continúe generando beneficios económicos al nuevo grupo de poseedores legítimos.

<sup>10</sup> Artículo 260. Normativa Andina. [en línea] <http://www.comunidadandina.org/normativa/dec/d486.htm>

<sup>11</sup> El art. 39, destinado a la protección de la información no divulgada, requiere que la información sea secreta, tenga valor comercial y haya sido objeto de medidas razonables para ser mantenida en secreto por la persona que legítimamente la controla.

<sup>12</sup> Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) (1995) [página web en línea]. Disponible: [http://wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/trips\\_s.htm](http://wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm) [consulta: 10 de septiembre de 2010].

En ese sentido, la literatura jurídica ha sido conteste al considerar cuatro requisitos concurrentes del secreto empresarial: a) Información de carácter mercantil y b) reservada, c) que proporciona una ventaja competitiva y d) a la que su titular aplica medidas razonables de protección para su no divulgación.

### **1.1. Que la información sea de carácter empresarial**

El secreto empresarial se conforma, efectivamente en primer lugar de *información*, entendiéndose por tal el conjunto de datos que pueden pautarse y transmitirse<sup>13</sup>. La información constituye el elemento intangible (*corpus mysticum*) del secreto donde se aglutina su esencia o valor. El otro elemento, o sea, la cosa o soporte que contiene la información (*corpus mechanicum*) no forma parte del secreto. Luego, no es preciso que la información se recoja en soportes materiales (cintas, discos, disquetes, telas, dibujos fotografías, etc.) para que sea protegida, ya que la cosa no aporta a la información técnica un valor intrínseco adicional<sup>14</sup>.

En segundo término, el criterio dominante en la doctrina extranjera es que la información objeto de un secreto gira en torno a los distintos ámbitos de la *empresa*. Ello significa que su tipología no es ilimitada; sólo la conforman aquellos datos, información o conocimientos vinculados a dicha organización económica<sup>15</sup>.

Estas informaciones empresariales se pueden clasificar en tres grandes grupos a los fines de su reconocimiento: El *primero* se refiere al sector técnico industrial de la empresa, que comprende las informaciones relacionadas con los procedimientos de fabricación, reparación o

---

<sup>13</sup> Aurea Suñol Lucea (2009). *El secreto empresarial: un estudio del artículo 13 de la ley de competencia desleal*. p. 106.

<sup>14</sup> Por ejemplo, Estados Unidos no exige que el secreto empresarial se encuentre almacenado en medios tangibles. Tampoco la Decisión 486 lo requiere. En cambio la Decisión 344 demandaba que la información estuviera plasmada en un medio material: medios electrónicos o magnéticos, micro films, películas o similares. Y es con fundamento a dicha norma que Hildegard Rondón de Sansó considera en su obra que la información (primer elemento) debe estar dotada de materialidad (segundo elemento), es decir, debe estar incorporada a documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otro recurso similar. *El Régimen de la propiedad industrial: Con especial referencia a la Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena*. p 190.

<sup>15</sup> Aurea Suñol Lucea, *El secreto...*, ob. cit., refiere a las heterogéneas informaciones, conocimientos, datos o experiencias que engloba a todos los sectores empresariales.; José Antonio Gómez Segade, *El secreto Industrial (Know-how): Concepto y protección*., p. 47 dice que los secretos empresariales configuran una categoría unitaria que engloba todos los secretos que componen la esfera reservada de la empresa. En igual sentido se expresa María Luisa Llobregat H., *Temas de Propiedad Industrial*, p. 369.



montaje<sup>16</sup>. El *segundo* grupo trata sobre las informaciones comerciales, aquellos que tienen que ver con el sector puramente comercial o la planificación externa de la actividad de la empresa<sup>17</sup> y en *tercer* lugar, los conocimientos que conciernen a la esfera interna de una empresa; o sea, a sus aspectos organizativos, financieros, administrativos o de otra índole<sup>18</sup>.

### 1.2. Que la información sea reservada

Es de la esencia del secreto empresarial la condición de reservado, confidencial u oculto<sup>19</sup>; es el elemento que condensa su valor y lo que justifica su protección. Cuando los competidores desconocen una determinada información que sería útil a sus actividades económicas, el titular de aquella se coloca en una situación de ventaja, porque sólo él posee dichos conocimientos y en consecuencia, sólo él se beneficia de su explotación.

Ahora bien, con todo y la aparente obviedad de este requisito se ha requerido de mucho esfuerzo para capturar su esencia; para saber cuándo una información califica de secreta y en consecuencia pueda ser objeto de protección por el ordenamiento jurídico. Para lograr dicho objetivo los estudiosos han tomado como base el texto del artículo 39 2 a) del ADPIC, que proporciona dos criterios: Una información se mantiene secreta mientras *no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible*.

---

<sup>16</sup> El secreto empresarial, por consiguiente, puede ser una información técnica, una modificación técnica o un proceso de fabricación de diversa intensidad que puede afectar a una parte o a todo el proceso productivo. Dentro de estas informaciones la doctrina menciona los descubrimientos de leyes físicas, de propiedades, de sustancias o materiales, incluso de una mina; las fórmulas de productos alimenticios y de recetas de cocina, los procesos de fabricación, o los métodos de producción, la información relativa a la optimización, organización o mantenimiento de un producto, de un proceso o de una planta industrial; los propios productos (por ej. un programa de computación, especialmente el código fuente) así como las especificaciones necesarias para fabricarlos, los diseños; los resultados de investigación o análisis, los instrumentos utilizados para fabricar un determinado producto, la información relativa a la aplicación de un procedimiento o la prestación de un servicio.

<sup>17</sup> Ejemplo: los planes empresariales de marketing o de desarrollo de nuevos productos; información relativa a clientes y proveedores; las informaciones relativas a técnicas o formas de organización de la actividad empresarial, tales como los sistemas o métodos de distribución; las técnicas de venta utilizadas o los instrumentos de publicidad o promociones, los estudios o estrategias de mercados, los métodos de negocio, la arquitectura de precios, las oportunidades de negocios.

<sup>18</sup> Las técnicas de organización del trabajo; negociaciones que pueden conducir a obtener una determinada operación empresarial; los costos de producción y su cálculo; las técnicas de fijación de precios o descuentos, las fuentes de financiación; las estrategias fiscales; la información que desvela el por qué una empresa se niega a tratar con determinados clientes; los planes de fusión y de reestructuración de una compañía.

<sup>19</sup> La doctrina española coincide con esta afirmación. Albert Font Segura, *La protección Internacional del Secreto Empresarial*, p. 51 expresa: "La nota singular y esencial que define a estas informaciones es que son secretas, esto es reservadas u ocultas; por lo tanto, tan sólo un número limitado de personas pueden tener acceso a las mismas..."; Aurea Suñol, *El secreto...* op. cit., p 122, señala que el carácter secreto no es sólo uno de los requisitos del secreto empresarial, sino el pilar básico sobre el cual se construye su sistema de protección. La razón de ello se encuentra en que su valor, se condensa precisamente en ese elemento, pues confiere a quien la domina una ventaja frente a los que carecen de ella. María Luisa Llobregat, *Temas ...*, op. cit., p 371, afirma que el secreto es su elemento esencial.

## Que no sea generalmente conocida

Según esta regla, tan solo aquella información que es ignorada por la generalidad merece la calificación de secreto. Es decir, no se exige una reserva absoluta sino relativa; entonces, puede existir secreto aunque otras personas distintas al poseedor legítimo lo conozcan. Ante esta afirmación surge la pregunta de ¿cuántas y qué personas pueden acceder a la información sin que se llegue a una revelación generalizada de la misma?<sup>20</sup>.

De acuerdo a Esther Morón Lerma surgen dos posiciones. El criterio cuantitativo que considera que deja de existir el secreto cuando el objeto del mismo es conocido por un *amplio círculo de personas*, y los que resuelven el asunto con arreglo a un criterio cualitativo que afirman que se produce la divulgación cuando es conocido *por las personas interesadas*, aunque ya fuera conocido por un amplio círculo de sujetos.

Ante estas dos posiciones, surge un criterio mixto. El número de sujetos que lo conocen (cuantitativo) combinado con la cualidad (cuantitativo) de los competidores del poseedor legítimo del secreto. En este sentido, el conocimiento del secreto por la mayoría de los interesados determina su divulgación.

## Críticas a la posición del desconocimiento generalizado

Aurea Suñol Lucea, si bien reconoce que la fórmula del desconocimiento generalizado es consustancial a la existencia de un secreto empresarial, considera que termina conduciendo a resultados insatisfactorios por dos razones: su indeterminación y por su sumisión a un juicio numérico. Afirma que es *indeterminada* porque la información pierde su carácter secreto en un punto intermedio entre el secreto absoluto y el conocimiento público, punto que no es fácil de ubicar, obligando a recurrir a fórmulas imprecisas tanto para negar protección a una determinada

---

<sup>20</sup> HEFERMEHL, W., en BAUMBACH/HEFERMEHL, *Wettbewerbsrecht*, hace referencia a la posibilidad de que una información sea conocida por varios competidores sin que pierda su condición de secreto, siempre que conserve su valor competitivo; ahora bien, todos los posibles conocedores del secreto deben constituir en lo esencial un círculo cerrado (*geschlossenen Kreis*). Citado por Esther Morón, *La Tutela...*, ob cit., en nota 103

información (conocida por una mayoría de personas del sector del que se trate), como para expresar que es secreta (cuando es conocida por una minoría o por unos pocos competidores).

En cuanto hacer depender la naturaleza reservada de la información de un *juicio numérico* (que sean pocos los que lo conocen) también lo cree errado por cuanto el consenso es considerar el carácter secreto en términos relativos y no absolutos, esto es, que una información conserva tal estatus aun cuando sea conocida y aplicada por más de un sujeto, o sea, pueden ser pocos o muchos. En otras palabras, no necesariamente tienen que ser pocos quienes conozcan el secreto para que tenga tal carácter.

Tal desacierto lo fundamenta en dos razones. Una teleológica. La sociedad necesita poner a circular información valiosa para un aprovechamiento útil de la misma, por lo que requiere que una pluralidad de personas, distintas al poseedor legítimo, la conozca y disponga de ella (trabajadores, directores, colaboradores, clientes, socios, etc.) lo cual no le hace perder su naturaleza reservada. De no ser así se estaría fomentando, entre quienes la poseen, una aversión a su comunicación a terceros. Por ello es irrelevante el número de sujetos que estén al tanto de la misma.

La otra razón es la naturaleza misma del sistema de protección jurídica del secreto empresarial. Como se dijo, al poseedor legítimo de un secreto empresarial no se otorga un derecho absoluto que pueda oponer frente a todos. Sólo se ofrecen ciertas defensas contra determinados sujetos: Los que están obligados a no difundir la información por un deber legal o convencional de reserva y los que han accedido ilícitamente a él<sup>21</sup>. Entonces, el hecho de que diversos sujetos (distintos de aquellos con los que el poseedor legítimo ha trabado una relación de confidencialidad), puedan conocer de una misma información conduce a otra idea, menos extendida: el número de terceros interesados que conozca la información no es determinante para afirmar o negar su carácter secreto. Lo definitivo es que sea ignorada y, por tanto, valiosa para alguno de esos sujetos interesados.

---

<sup>21</sup> Siendo así, no puede negarse protección: a) a una pluralidad de creadores individuales por derechos completamente independientes sobre la misma información que, al mantenerla en reserva permite atribuirle la condición de secreta<sup>21</sup>, b) a la información desarrollada por distintos sujetos conjuntamente, pues, su conocimiento por cada uno no es motivo para trastornar su carácter reservado.

## Que no sea fácilmente accesible

La solución más coherente que permite dilucidar cuando una información es generalmente conocida es la contenida acumulativamente en el artículo 39.2 del ADPIC, esto es, la facilidad o dificultad con que puede accederse a ella. Luego, una concreta información será secreta en la medida de que sea de difícil acceso por medios lícitos<sup>22</sup>, es decir, la información no deja de ser secreta por el hecho de que pueda ser conocida lícitamente por un competidor a través de investigaciones independientes, siempre que su adquisición resulte costosa. Por el contrario, si cualquier interesado puede acceder fácilmente a esos conocimientos se podrá afirmar que es generalmente conocida<sup>23</sup>.

Esta postura de ir atenuando, a través del criterio de la accesibilidad, la exigencia de que la información no sea generalmente conocida para calificarla de secreto es cada vez más frecuente en la jurisprudencia española y norteamericana. Los tribunales empiezan a considerar la naturaleza reservada de una información solo por la facilidad con la que puede ser desarrollada o adquirida a través de medios lícitos<sup>24</sup>.

## Criterios de la accesibilidad

La condición secreta de una información basada en el criterio de la accesibilidad se fundamenta en dos supuestos: *Primera*: No es necesario que el acceso a la información sea imposible, basta con que presente cierto grado de dificultad. *Segunda*: La accesibilidad se

---

<sup>22</sup> Otros autores que consideran el carácter secreto en función de la facilidad o dificultad que se tenga en acceder a la información son: Miguel Farrando, *El deber de secreto de los administradores de sociedades anónimas y limitadas*. Madrid. Civitas. 2001. Pp 123 y sig. O. Weniger, en *La protección des secrets économiques et du savoir-faire(know how): étude comparative des droits allemand, français et suisse*, Droz, Genève, 1994, p. 126, señala que en Alemania el requisito de que la información no sea de público conocimiento significa que no sea fácilmente accesible (Tomado de Aurea Suñol Lucea, Nota 343).

<sup>23</sup> Por ejemplo, considerar secreto empresarial el procedimiento de un aparato electrónico basado en ciertas reglas que están en el dominio público y por tanto, del conocimiento de cualquier técnico en el ramo resulta errado, en razón a que el acceso a ese procedimiento es sencillo.

<sup>24</sup> Entre otras sentencias españolas se citan la identificada como SAP Barcelona 27- VIII-2005, que rechazó que las formulaciones en disputa gozasen de carácter secreto sobre la base de que “no se había probado que para obtener las concretas variantes fuera necesaria una inversión costosa en términos cuantitativos o cualitativos” por lo que el tribunal concluyó “que no había prueba concreta de que no fueran fácilmente accesibles para personas iniciadas en el sector”. En Estados Unidos, el caso *Crane Helicopter Services Inc. V. Unit State*, 56 Fed CI. 313 (C.Fed. CI. 2003) que afirmó que la calificación de secreta de una información debía hacerse únicamente sobre la base de la dificultad que entraña descubrirla y que ésta era, de hecho, la pauta a la que acudían los pronunciamientos estadounidenses más modernos. (Aurea Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob cit nota 346).

determina acudiendo a factores objetivos, es decir, analizando la cantidad de esfuerzos que un sujeto destine para obtenerlo y no en función a un tercero individualmente considerado.

En atención a dichos supuestos la resolución pasa por aceptar la siguiente idea general: el carácter secreto de una información es una variable directamente relacionada con la cantidad de recursos cifrados en tiempo, dinero y esfuerzo objetivamente necesarios para acceder a ella<sup>25</sup>.

Esta tesis del esfuerzo propio (invertir tiempo y dinero en la obtención del conocimiento) es reconocida ampliamente. La jurisprudencia mayoritaria de los Estados Unidos considera que, cuando una información puede ser desarrollada fácilmente sin que se requiera de tiempo, esfuerzo o costos considerables, esta ya no es secreta<sup>26</sup>.

En la doctrina española, además de Aurea Suñol Lucea, otros autores apoyan este criterio<sup>27</sup>. También doctrinarios de otras regiones han secundado esta visión<sup>28</sup>.

### 1.3. Que la información ofrezca una ventaja competitiva

Por lo que respecta al contenido del interés patrimonial, tanto el ADPIC como la Decisión 486 utilizan la expresión *valor comercial*<sup>29</sup>. No obstante, buena parte de la doctrina se

---

<sup>25</sup> Aurea Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob. cit., p. 134.

<sup>26</sup> Aurea Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob. cit., nota 347. Esther Moron L., refiere a caso de espionaje industrial, en el que el demandado realizó 16 fotografías desde un avión de una planta destinada a la producción de metanol por un procedimiento secreto, planta que estaba ubicada sobre la nave en construcción de E.I. DuPont. El demandado alegó que no había descubierto el secreto por *improper means*, puesto que no se había producido violación, conducta ilegal o ruptura de confianza en una relación. El tribunal del 5th Circuito, en la interpretación de la citada cláusula, determinó que se puede usar el procedimiento secreto de un competidor si se descubre por *reverse engineering* aplicado al producto final, si se descubre por la propia investigación independiente, pero la obtención de un conocimiento sobre un proceso sin gastar tiempo y dinero en descubrirlo independientemente es *improper*. En este sentido, atendiendo a la falta de esfuerzo propio el tribunal condenó al demandado por apropiación de secretos al haber empleado un medio impropio o ilegal. *La Tutela...*, ob. cit., nota 109, p 52.

<sup>27</sup> Miguel Farrano, *El Deber de secreto...*, ob. cit., p. 127; M. Botana Agra, *Las normas sustantivas del A-ADPIC (TRIPS) sobre los derechos de propiedad intelectual*, 16 ADI, 1994/1995, pp. 156-161 y P. Portellano, *Protección de información no divulgada*, pp 343-344 (citado por Aurea Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob. cit. nota 347). Señala José Antonio Gómez Segade que si los recursos que deben invertirse para conocer la información son escasos, ésta será fácil de adquirir y, por tanto, carecerá de naturaleza reservada. Por el contrario, si para obtenerla se requieren considerables esfuerzos, interpretados objetivamente, esa información gozará de un grado de inaccesibilidad suficiente para estimarla confidencial. *El Secreto Industrial...*, op. cit, pp. 200 y ss.

<sup>28</sup> Herbert Stumpf opina que los conocimientos que componen el *Know how*, más que secretos deben ser especializados y que quién esté interesado en ellos no los puede obtener sin más ni más, por ser reservados o de difícil acceso. *El contrato de know how*. Bogotá. Editorial Temis. 1984 (citado por Juan Carlos Torres Ibarra y María Alejandra Castro Muñoz. *El Know How*, p 48.)

<sup>29</sup> Sobre este requisito Evelio Hernández en su tesis: EL SECRETO EMPRESARIAL: REGULACIÓN DE LOS DATOS DE PRUEBA EN LA NORMATIVA VENEZOLANA señala: "...Es de hacer notar que las legislaciones anteriormente citadas (Decisión 486, ADPIC, entre otras), se refieren a un valor comercial de la información real o potencial y no a un valor económico, aunque en la mayoría de los casos el primero se desdobra en el segundo. Sin embargo, cuando se hace referencia al valor comercial, su significado es más amplio que un simple valor económico

orienta por considerar que lo que determina este interés más que un valor comercial es la ventaja competitiva que ofrece al poseedor legítimo el mantener la información en reserva<sup>30</sup>. Entonces, la expresión valor comercial se viene interpretando como una necesidad de que la información posea valor competitivo actual o potencial lo cual se traduce a cualquiera de los ámbitos que componen una empresa: técnico, comercial u organizativo.

Esta ventaja competitiva, para el poseedor de la información, se traduce en el mantenimiento o mejora de la capacidad competitiva de su empresa. En ocasiones, puede consistir en una reducción directa de los costos o en un incremento de los beneficios o una reorganización más eficiente de la empresa. Si la información secreta es capaz de poner a quien lo posea a la vanguardia en la fabricación de determinado producto o en el desarrollo de la prestación de un servicio, sea porque reduce los costos de producción o porque minimiza el tiempo de consecución de los objetivos planteados en la empresa, ello indudablemente constituye una ventaja competitiva.

### **Forma de exigir el valor competitivo**

El requisito del valor competitivo de la información no es autónomo al carácter secreto. El valor de la información deriva justamente de su conocimiento por el poseedor legítimo y de su desconocimiento por los terceros interesados en ella. Esta conclusión se encuentra respaldada en el artículo 39.2 del ADPIC como por la doctrina estadounidense<sup>31</sup>. Prueba de que el valor de una información no está necesariamente ligado a los resultados de su utilización (ventaja intrínseca)

---

que puede darse por el monto de la regalía a pagar por parte del tercero al titular; el valor comercial está referido al significado que tienen estos datos para el agente comercial que la obtiene en relación con su actividad económica, en el sentido de que los mismos pueden hacer más eficientes sus procesos, su cadena de distribución e incluso aumentar su clientela, logrando una superioridad de una empresa frente a otra. En tal sentido, este valor comercial se traduce en un valor de tipo económico reflejado en un aumento de las ganancias por parte del titular de la información y de los licenciatarios de la misma ...”

<sup>30</sup> Aurea Suñol Lucea acoge la expresión ventaja competitiva. *El Secreto...*, ob. cit. p. 41. Igual terminología utilizan José Antonio Gómez Segade, *Secreto Industrial...*, ob. cit., p. 6085; P. Portellano, *Protección de información* ob. cit., p. 345; A. Font Segura, *La protección internacional...*, ob. cit., pp. 51 y 54-55; Esther Morón Lerma, *La Tutela...*, ob. cit., p.p 55 y ss.

<sup>31</sup> Aura Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob., cit, nota 375 afirma que el tenor del art. 39 del ADPIC parece indicar que el carácter secreto de una información le concede ipso facto “valor comercial”. Refiere la autora en la p. 143 que un sector relevante de la doctrina estadounidense no ha dudado en advertir, a la vista de la redacción del art. 4 (i) de la UTSA y de la SS 1839 (3) de la EEA (que coinciden con el art. 39.2 del ADPIC) que el valor económico al que se refieren los dos primeros textos no puede considerarse de forma independiente de la condición de secreta de la información, ya que ésta es, a la postre, la característica que en el ámbito del secreto empresarial da valor a una información.

o en su aptitud para ser explotada sino a que los terceros interesados (presentes o futuros) la ignoren es la existencia de la llamada *información negativa*<sup>32</sup>.

### 1.4. Que el interesado haya realizado medidas razonables de protección

No hay duda que la voluntad de mantener oculta una información constituye un requisito imprescindible para la configuración jurídica del secreto empresarial. Las divergencias surgen es en cómo exigir esa voluntad, es decir, si se requiere una manifestación externa o, si por el contrario, basta la existencia de una voluntad interna de mantener ocultos determinados conocimientos<sup>33</sup>. La opinión mayoritaria de la doctrina considera que lo relevante está en que la voluntad (elemento subjetivo) sea reconocible externamente.

Esta afirmación tiene fundamento en el artículo 39.2 c) del ADPIC, que explícitamente exige que la información, para ser susceptible de protección, ha de ser objeto de medidas que conserven su carácter secreto, ya que es la forma más concluyente de manifestar la voluntad de mantenerla en ese estatus<sup>34</sup>. Dicha exigencia también está contenida en la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones<sup>35</sup>.

Entonces, el simple deseo del titular de conservar oculta la información no es suficiente. Se requiere pues, que se manifieste al exterior y la forma de hacerlo es tomando medidas que

---

<sup>32</sup> Estas informaciones negativas son las que permiten conocer que un determinado procedimiento o método no funciona o no es apropiado. Por ejemplo, los estudios, investigaciones o experimentos que han resultado fallidos, la ineficacia de ciertas campañas publicitarias, el no funcionamiento de ciertos planes de marketing. Si bien estas informaciones carecen de utilidad intrínseca ya que su ejecución no proporciona ninguna ventaja a su poseedor, es indudable que el proceso de prueba y error permite averiguar precisamente “aquello que no se debe volver hacer” lo cual resulta costoso en términos de dinero y tiempo y por tanto, su conocimiento por los terceros les permite evitar invertir recursos a fines infructuosos. En consecuencia resulta irrefutable abrir la puerta a la protección de la llamada *negative information* o *dead end*. Esta es la interpretación dominante en los EE. UU. una vez aprobada la UTSA. Aura Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob., cit., nota 383.

<sup>33</sup> Hartebevendamm, H., “Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnis”, en GLOY (Hrsg), *Handbuch des Wettbewerbsrechts*, 2. Auf., München, 1997, pp. 516-517, formula una presunción de confidencialidad, en virtud de la cual, en caso de duda, el empleado debe considerar que el empresario desea mantener en secreto cuanto sea ignorado por los terceros y pueda tener influencia en su posición competitiva, puesto que a él le corresponderá en el litigio conducir la contraprueba de que el mantenimiento del secreto no era querido. Citado por Esther Morón Lerma, *La Tutela...*, ob., cit., nota 151.

<sup>34</sup> Con dicha exigencia se trata de negar protección a aquellos conocimientos respecto a los que la voluntad del titular de mantenerlos en secreto no se ve acompañada de medidas complementarias que busquen su efectividad. P. Portellano Díez, *Protección de la información* ..., ob. cit., p. 346; J. Massaguer, *Comentarios a la ley de Competencia Desleal*, pp. 387 y 39 y Miguel. Farrando, *El deber de secreto...*, ob. cit., p. 129. Sin embargo, hay que aceptar que existen autores que niegan la necesidad de este requisito pues consideran que es más eficiente que sea la normativa y no el poseedor legítimo de la información quien proporcione la protección necesaria para mantener en secreto: J. R. Chally, *The law of Trade Secret...*, ob. cit. *passim*, espec., p. 1295 y p. 1296; o simplemente porque piensan que las mismas son realmente innecesarias: O. Weniger, *La protección...*, ob. cit., p. 160. (Aura Suñol Lucea, *El Secreto...*, ob. cit. Nota 416)

<sup>35</sup> Artículo 260 literal c

impidan su divulgación. La exigencia de que el poseedor adopte medidas destinadas a evitar que el secreto se divulgue (autoprotección) constituye una forma de demostrar su voluntad interna, pues al ser analizadas frente a una posible violación ayudan a determinar si dichas medidas fueron suficientes para mantener en secreto la información<sup>36</sup>.

### **Clases de medidas**

Las medidas de protección que el poseedor del secreto empresarial puede establecer para resguardarlo son de muy variada índole, sin embargo, la doctrina las agrupa en dos categorías: las *jurídicas* y las *técnicas*. Las medidas jurídicas son todas aquellas previsiones de orden legal consistentes en establecer prohibiciones contractuales de divulgación o explotación a los sujetos que acceden a la información de forma lícita a consecuencia de la comunicación de su poseedor legítimo. En este grupo se reconocen fundamentalmente los acuerdos de confidencialidad y las cláusulas de no competencia. Las medidas técnicas de protección comprenden aquellos procedimientos de seguridad, materiales o físicos, destinados tanto a advertir a su destinatario del carácter confidencial de la información, como a prevenir que los terceros accedan a ella sin autorización<sup>37</sup>.

### **Criterios sobre la razonabilidad de las medidas**

Si bien la aplicación de medidas de protección constituye un requisito para afirmar la condición de secreto empresarial de una información, debe advertirse que tal conducta no basta. Ello se deduce del contenido del artículo 39 ADPIC<sup>38</sup> que ordena que tales medidas sean además razonables, según las circunstancias del caso, para conservar su carácter secreto; lo que exige determinar cuántas y qué medidas se consideran razonables. Ahora bien, para ello no existe un criterio uniforme.

---

<sup>36</sup> Fernández Sala, Evelio Isaac *El Secreto empresarial...* ob cit. p. 23.

<sup>37</sup> Por ejemplo, medidas internas: marcar la información como confidencial o almacenarlas en áreas seguras) y externa: controlar el acceso de terceros mediante el establecimiento de controles de seguridad, ocultación de elementos secretos visibles.

<sup>38</sup> Igual exigencia se plantea en la Decisión 486 de la CAN en el artículo 260, literal c.



Ante la heterogeneidad de opiniones, Aurea Suñol Lucea considera que el criterio que ha de permitir acreditar la razonabilidad de las medidas no puede ser considerado en términos absoluto y sugiere que se resuelva caso por caso, partiendo de unas ideas generales. Indica que existen *dos niveles de protección del secreto*, uno frente a los sujetos a los que les ha sido voluntariamente comunicada la información por su poseedor; otro, frente a los ataques de terceros que la ignoran (espías y situaciones similares). Si bien ambos niveles cumplen idéntica función: evitar la divulgación de la información secreta, sin embargo, se desarrollan desde distintos ángulos.

Tal distinción reviste mucha importancia, porque revela que las medidas que se necesitan en cada nivel son diferentes y, lo más importante, porque demuestran que el estándar de razonabilidad exigible no puede (ni debe) ser homogéneo en ambos casos. En efecto, como el primer nivel está bajo el absoluto control de su poseedor legítimo, de su voluntad depende tanto la comunicación de la información como la adopción de cautelas que obliguen a quienes acceden a la información a mantenerla en reserva. Aquí el estándar de protección ha de ser estricto por lo que no se justifica la ausencia de precauciones para preservar la condición de secreta de una información.

Por el contrario, el segundo nivel de protección no está bajo su total dominio, pues impedir que los terceros interesados logren acceder a ella no siempre dependerá de la voluntad del poseedor legítimo, quien no conoce las estrategias de éstos en adquirirla. Por ello, el estándar de razonabilidad en este ámbito deba ser necesariamente más flexible ya que su determinación dependerá en gran medida de las conductas y estrategias, tanto del poseedor legítimo del secreto como del intruso<sup>39</sup>.

## 2. Concepto de secreto empresarial

Examinados los elementos del secreto empresarial se citan a continuación algunos conceptos elaborados sobre la base de dichos requisitos. Así, se exponen algunos de la doctrina española y de la legislación extranjera. No se presentan definiciones ni de autores nacionales,

---

<sup>39</sup> Para conocer con detenimiento estos dos niveles recomendamos examinar la obra de la citada autora pp. 172 a 185.

porque aquellos que estudian temas de la propiedad intelectual no lo desarrollan; ni de la legislación patria, pues ésta aun no lo contemple. Sin embargo, se presenta una propuesta cuyo objetivo fundamental es aportar una idea básica de lo que constituye el secreto empresarial, saneado de vaguedades e imprecisiones.

### **1.1. Conceptos en el Derecho comparado**

A nivel de la doctrina, en España, José Antonio Gómez Segade, define el secreto empresarial como una categoría unitaria que engloba todos los secretos que componen la esfera privada de la empresa<sup>40</sup>. También lo hace María Luisa Llobregat H., quien basada en la Ley de competencia desleal vigente señala que habría que modificar el concepto de secreto empresarial (doctrinal) ya que la ley protege a cualquier titular de una información secreta, tenga o no cualidad de empresario en sentido jurídico. En ese sentido expresa:

Todo conocimiento reservado, sobre ideas, productos o procedimientos, concretados objetivamente, aplicable a los empresarios y cualesquiera otras personas físicas o jurídicas que participen en el mercado, que por estar dotado de valor económico actual potencial, su titular desea mantiene oculto para lo cual adopta los medios adecuados según la naturaleza de la información<sup>41</sup>...

Más recientemente, Aurea Suñol Lucea, no obstante considerar complicado elaborar un concepto de la institución ha definido al secreto empresarial como:

Toda información relativa a la empresa a la que los terceros no pueden acceder fácilmente por medios lícitos sin emplear una cantidad significativa de recursos, y respecto de la cual su titular ha adoptado medidas razonables para mantenerla en secreto, tanto en relación con los sujetos a los que se la comunicó voluntariamente, como respecto de aquellos que la ignoran<sup>42</sup>.

También en el ámbito legislativo algunos ordenamientos jurídicos de la región han presentado dentro de sus textos definiciones del secreto empresarial.

---

<sup>40</sup> *El secreto Industrial...*, ob. cit., p. 47

<sup>41</sup> Llobregat H. María E. *Temas ...*, p 371

<sup>42</sup> *El Secreto...*, ob. cit. p. 191

### Argentina

La Ley de Confidencialidad si bien no la define, incorpora al texto los requisitos existenciales del secreto:

Artículo 1°- Las personas físicas o jurídicas podrán impedir que la información que esté legítimamente bajo su control se divulgue a terceros o sea adquirida o utilizada por terceros sin su consentimiento de manera contraria a los usos comerciales honesto, mientras dicha información reúna las siguientes condiciones:

- a) A, sea secreta en el sentido de que no sea, como cuerpo o en la configuración, reunión precisa de sus componentes, generalmente conocida ni fácilmente accesible para personas introducidas en los círculos en que normalmente se utiliza el tipo de información en cuestión; y
- b) Tenga un valor comercial por ser secreta; y
- c) Haya sido objeto de medidas razonables, en las circunstancias, para mantenerla, secreta, tomadas por la persona que legítimamente la controla. ...<sup>43</sup>.

### Chile

La reforma de 2005 de la Ley de Propiedad Industrial incorporó todo un título relativo al secreto empresarial, dentro del cual se establece una definición:

Artículo 86. Se entiende por secreto empresarial todo conocimiento sobre productos o procedimientos industriales, cuyo mantenimiento en reserva proporciona a su poseedor una mejora, avance o ventaja competitiva<sup>44</sup>.

### Honduras

La Ley previene un capítulo único para normar lo relativo a los secretos industriales estableciendo en primer término una definición:

Artículo 73. - Se considerará como secreto industrial cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero<sup>45</sup>.

---

<sup>43</sup> N° 24.766 de 20 de diciembre de 1996. [en línea]. [http://biopropiedad.tripod.com/24766.htm/t\\_blank](http://biopropiedad.tripod.com/24766.htm/t_blank)

<sup>44</sup> Ley 19.039 de 1995 de Propiedad Industrial de Chile. [en línea]. [www.mch.cl/documentos/pdf/Ley19039.pdf](http://www.mch.cl/documentos/pdf/Ley19039.pdf)

<sup>45</sup> Ley de Propiedad Industrial de diciembre de 1999 (Honduras). [en línea]. [http://www.sice.oas.org/int\\_prop/nat\\_leg/honduras/lprinde.asp#tit7c2](http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/honduras/lprinde.asp#tit7c2)

## **México**

La Ley previene un Título para los secretos industriales (III) definiéndolo en el artículo 82:

Se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma...<sup>46</sup>

## **Panamá**

La ley define el secreto en el artículo 83:

Se considera secreto industrial o comercial, toda información de aplicación industrial o comercial que, con carácter confidencial, guarde una persona natural o jurídica, que le signifique obtener o mantener ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas, y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y su acceso restringido<sup>47</sup>.

## **USA**

La Uniform Trade Secret Act (UTSA) que data de 1979 y que ha sido aceptada como ley general por la mayoría de los estados de Norteamérica define al secreto empresarial como:

Toda información, inclusive una fórmula, diseño o modelo, compilación, programa, mecanismo, método, técnica o proceso que:(i) tenga un valor económico independiente, actual o potencial, que no sea generalmente conocido, y no sea fácilmente accesible ("readily ascertainable") por medios propios, por otras personas que puedan obtener un valor económico por sus revelación o uso y, (ii) Que el propietario realice un esfuerzo razonable según las circunstancias para mantenerlo en secreto<sup>48</sup>.

---

<sup>46</sup> **Ley de la Propiedad Industrial de 1991** (México) [en línea]. [http://www.sice.oas.org/int\\_prop/nat\\_leg/Mexico/lipmexsc.asp](http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Mexico/lipmexsc.asp)

<sup>47</sup> La ley de Propiedad Industrial de 10 de mayo de 1996 (Nº 35) (Panamá). [en línea]. [http://www.informatica-juridica.com/anexos/Ley\\_35\\_10\\_mayo\\_1996\\_Disposiciones\\_sobre\\_propiedad\\_industrial\\_LPI.asp](http://www.informatica-juridica.com/anexos/Ley_35_10_mayo_1996_Disposiciones_sobre_propiedad_industrial_LPI.asp)

<sup>48</sup> Llobregat H. María E. *Aproximación al concepto de secreto empresarial en derecho norteamericano* (Mayo 1999).

### 1.2. Concepto propuesto por la autora

En Venezuela no se ha estudiado sistemáticamente el secreto empresarial. Sin embargo algunos doctrinarios lo han referido. Hildelgard Rondón de Sansó afirma que su conceptualización emerge de la Decisión 344<sup>49</sup>. En tiempos más recientes, Francisco Astudillo Gómez reseña que existen dos tipos de secreto, el comercial y el industrial<sup>50</sup>.

Ante esta realidad y con fundamento al examen realizado de los requisitos se sugiere la siguiente definición de secreto empresarial:

Conjunto de informaciones de variada naturaleza empresarial que se mantienen en reserva por el valor competitivo que representa para su poseedor legítimo, quien, en todo caso, debe desarrollar medidas protectoras sobre las mismas que puedan evaluarse como razonables a fin de ser tuteladas por el Estado.

En dicha definición se expresan los elementos básicos para que el Estado tutele el secreto empresarial, esto es: información empresarial y secreta, que ofrezca una ventaja competitiva, protegida por medidas de seguridad que puedan ser catalogadas como razonables.

### Conclusiones

1. El secreto empresarial constituye un bien inmaterial que se encuentra individualizado por algunos rasgos: la heterogeneidad de las informaciones que lo componen y la forma de tutela. Estos elementos lo diferencian de otros bienes incorporeales protegidos por el ordenamiento jurídico.
2. Se tutela por las normas de la propiedad intelectual y fundamentalmente por el Derecho de competencia y en particular por el Derecho de Competencia desleal.

---

<sup>49</sup> *El Régimen ...*, ob. cit. p 189

<sup>50</sup> Francisco Astudillo Gómez, *La Protección Legal de las Invenciones. Especial referencia a la biotecnología*, ob. cit., pp. 197 al 198

3. Básicamente, de manera unánime, a nivel del Derecho comparado (doctrina y legislación) se consideran que son cuatro los requisitos que determinan la existencia del secreto empresarial: información reservada, de naturaleza empresarial, que proporciona una ventaja competitiva al interesado siempre que éste haya aplicado medidas razonables de protección.
4. Igualmente a nivel internacional existe abundante doctrina que ha analizado estos requisitos. Particular referencia se hace a la doctrina española que desde hace muchos años, viene presentado estudios doctrinarios del secreto empresarial que se han venido actualizado en el tiempo.
5. Venezuela no cuenta con estudios que aborden el instituto en todos sus aspectos. Tampoco posee una legislación actualizada que regule de forma sistemática el secreto empresarial.
6. Se considera que su estudio, conocimiento y aplicación incentivaría la competitividad, desarrollo y riqueza de la economía del país.

## **Referencias**

- Astudillo Gómez, Francisco. (2004). La Protección Legal de las Invenciones: Especial referencia a la biotecnología (2ª ed). Venezuela: Universidad Gran Mariscal de Ayacucho/Universidad de los Andes. Estudios de Propiedad intelectual.
- Botana Agra, Manuel. (1994). Las normas sustantivas del A-ADPIC (TRIPS) sobre los derechos de propiedad intelectual. En: Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor, Tomo XVI. Madrid
- Farrando, Miguel I. (2001). El deber de secreto de los administradores de sociedades anónimas y limitadas. Madrid: Editorial Civitas.
- Font Segura, Albert. (1999) La protección Internacional del Secreto Empresarial, Colección Estudios Internacionales N° XXXI, Madrid: Editorial Eurolex.
- Gómez Segade, J.A., (1974). El secreto Industrial (Know-how): Concepto y protección. Madrid: Editorial Tecno.
- Hernández Salazar, Evelio Isaac. (2007). El Secreto empresarial: Regulación de los datos de pruebas en la normativa venezolana. Tesis de grado para optar al título de de especialista. No publicado, Universidad de los Andes, Venezuela.

Llobregat H. María E. (2002). Temas de Propiedad Industrial. Las Rozas Madrid: La Ley-Actualidad S.A.

\_\_\_\_\_ (1999) Aproximación al concepto de secreto empresarial en derecho norteamericano.

Massaguer Fuentes, José. (1999). Comentario a la ley de Competencia Desleal Colección 1ª Edición. Madrid España: Editorial Civitas.

Portellano Díez, P. (1997). Protección de Información no divulgada, en J.L. Iglesias (dir), Los derechos de propiedad industrial en la organización Mundial de Comercio, T.I, IDEI, Madrid.

Rondón de Sansó, Hildegarda. (1995). El Régimen de la propiedad industrial: Con especial referencia a la Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena. Caracas: Editorial Arte.

Suñol Lucea; Aurea. (2009). El secreto empresarial: un estudio del artículo 13 de la ley de competencia desleal (1ª ed). España: Editorial Civitas.

### Referencias electrónicas

Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) (1995) [página web en línea]. Disponible: [http://wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/trips\\_s.htm](http://wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm) [consulta: 10 de septiembre de 2010].

Convenio de Berna (1886) [página web en línea]. Disponible: [www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs\\_wo001.html](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs_wo001.html) [consulta: 15 de enero de 2009]

Convenio de la Unión de París (CUP) (1883) [página web en línea]. Disponible: [http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/trtdocs\\_wo020.html](http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/trtdocs_wo020.html) [consulta: 15 de enero de 2009]

Decisión 344 del Acuerdo de Cartagena (1993). Sistema de Información sobre comercio Exterior (SICE) (s.f.) [página web en línea]. Disponible: <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/Dec344s.asp> [consulta: 15 de abril de 2010]

Decisión 486 del Acuerdo de Cartagena (2000). Sistema de Información sobre comercio Exterior (SICE) (s.f.) [página web en línea]. Disponible: <http://www.comunidadandina.org/normativa/dec/d486.htm> [consulta: 15 de abril de 2010]

Ley de Confidencialidad (Argentina) (Nº 24.766) (1996) [Transcripción en línea]. Disponible: <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=103> [consulta: 15 de diciembre de 2009]

Ley de Propiedad Industrial (Chile) (Nº 19.039, reformada en 2007 por Ley Nº 20160) (1991)

- [Transcripción en línea]. Disponible: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=30406> [consulta: 15 de diciembre de 2009]
- Ley de Propiedad Industrial (Honduras) (1999). [Transcripción en línea]. Disponible: [http://www.sice.oas.org/int\\_prop/nat\\_leg/honduras/lprinde.asp#tit7c2](http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/honduras/lprinde.asp#tit7c2) [consulta: 10 de marzo de 2009]
- Ley de Propiedad Industrial (México) (1991). [Transcripción en línea]. Disponible: [http://www.sice.oas.org/int\\_prop/nat\\_leg/Mexico/lipmexsc.asp](http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Mexico/lipmexsc.asp) [consulta: 15 de diciembre de 2009]
- Ley de Propiedad Industrial (Panamá) (Nº 35) (1996) [Transcripción en línea]. Disponible: [http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file\\_id=129260#LinkTarget\\_1209](http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=129260#LinkTarget_1209) [consulta: 10 de marzo de 2009]
- Morón Lerma, Esther. (2002). Tutela Penal del Secreto de Empresa, desde una Teoría General del bien jurídico. Tesis de grado para optar por el título de Doctor en Derecho. No publicado. Universidad Autónoma de Barcelona, España, 2002. [Versión completa en línea]. Disponible: <http://www.tdx.cat/handle/10803/5066> [consulta: 30 de marzo de 2007]
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (1994) [página web en línea]. Disponible: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/intell\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/intell_s.htm) [consulta: 15 de enero de 2009]
- Torres Ibarra, J.C. y Castro Muñoz, M.A (1999). El Know how. Tesis de grado para optar por el título de abogado. No publicado. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, 1999. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/TESIS23.pdf> [consulta: 12 de mayo de 2008].