
“Secretos empresariales”, una herramienta para el desarrollo

“...el texto legal no basta. Al tiempo de incorporar nuevo personal a nuestras empresas, se deberá imprimir en cada uno de ellos una conciencia de que los secretos constituyen un activo valioso de la empresa...”.

CRISTÓBAL PORZIO

Director Achipi

Asociación Chilena de la Propiedad Intelectual

Se acaban de realizar en Santiago las “III Jornadas de Propiedad Intelectual Achipi 2010”. Como es tradición, participaron abogados e ingenieros especialistas y actores del mundo empresarial, universitario y del sector público. Estas jornadas fueron sin duda el hito principal del año en materia de debate público sobre propiedad intelectual. Se trataron temas “tradicionales” y también otras materias de menor impacto mediático.



Innovación, marcas y patentes son posiblemente los asuntos más recurrentes en la discusión sobre propiedad intelectual. A nivel internacional, están en la mesa desde hace décadas; en nuestro país, desde hace años. Hoy forman parte de los temas tratados en los medios, y son objeto de seminarios, concursos y exposiciones. Han incluso proliferado los pseudogurús que predicán innovación, sin mayor precisión a pesar de la complejidad del tema, como solución universal para los males que aquejan a nuestro país.

Hoy algunas empresas chilenas han hecho de la propiedad intelectual un activo importante en su quehacer. Asimismo, el Gobierno ha declarado que la innovación es pilar indispensable para un mayor dinamismo económico que Chile necesita. Pero el tema

no se agota en la innovación, las patentes y las marcas. Tampoco se completa sólo con la problemática del software ni de las obras literarias y musicales.

La Ley de Propiedad Industrial incorporó en su modificación de 2005, de manera discreta, una nueva e interesante figura: los “secretos empresariales”. El articulado legal sobre ellos es breve, y se definen como “todo conocimiento sobre productos o procedimientos industriales cuyo mantenimiento en reserva proporciona a su poseedor una mejora, avance o ventaja competitiva”. Así, se amplía la noción de secreto de fábrica, de receta tradicional o del “siempre lo hemos hecho así”. En efecto, el texto se refiere a “conocimientos” sin apellido, y permite aplicar la definición a toda la industria en su acepción más amplia, no limitando la misma a procesos fabriles, sino que incluyéndose también los servicios, las empresas tecnológicas, etcétera. Además, recogiendo elementos propios de la propiedad industrial —practicidad, mundo real, economía—, se establece que el secreto será tal si otorga una ventaja competitiva a quien lo posee respecto de sus competidores.

Esta ventaja es el elemento que da valor al secreto y lleva al legislador a otorgar derechos a su dueño. En efecto, es esa ventaja la que permitirá a una empresa desarrollar mejor un proyecto y diferenciarse de su competencia. La incorporación de elementos intangibles, frutos del secreto empresarial, a los servicios que presta o a los productos que fabrica permitirá al dueño del secreto dejar de vender una materia prima bruta y pasar a vender un concepto, un producto, junto con un servicio de ase-

oría... En otras palabras: más y mejor y a precios sustancialmente distintos y más competitivos, en Chile y en el exterior. Así, esos secretos protegidos e incorporados a los productos y servicios “made in Chile” nos acercarán probablemente con mayor rapidez al camino del desarrollo.

Pero el texto legal no basta. Al tiempo de incorporar nuevo personal a nuestras empresas, se deberá imprimir en cada uno de ellos una conciencia de que los secretos constituyen un activo valioso de la empresa en la medida en que sean manejados y mejorados sistemáticamente a lo largo del tiempo. Su característica esencial de “secreto” implica, además, un cuidado especial de conservación para poder beneficiar de la protección otorgada, que depende esencialmente de tal cuidado en las actividades cotidianas y también del respeto de los contratos que los involucren, con el objeto de permitir acciones judiciales en caso de violación de tales secretos.

Esta nueva figura, ampliamente utilizada en el mundo industrializado, viene a otorgar una nueva dimensión a la propiedad intelectual en Chile. Tal como las figuras tradicionales en esta materia, requiere también, naturalmente, de una conciencia acerca de su valor por todos los actores y de una voluntad de protección efectiva de estos elementos, tanto a nivel público como privado, contractual como judicial, académico como empresarial. Sólo así los secretos empresariales podrán llegar a ser, al igual que las demás figuras de la propiedad intelectual, una herramienta eficiente de desarrollo para el país.

Por tanto, un debate nacional serio e informado parece necesario.