



Aviso: Esta guía es solo para fines informativos y no brinda asesoramiento legal ni crea una relación abogado-cliente. Debe comunicarse con un abogado para obtener asesoramiento con respecto a cualquier tema o problema en particular.

Una guía para proteger sus recetas

Cuando se trata de negocios de alimentos, evitar que otros usen sus recetas y procesos es un aspecto importante para garantizar una ventaja competitiva. La ley de propiedad intelectual puede desempeñar un papel en la protección de recetas y procesos.

Sin embargo, existen algunos desafíos para proteger las recetas como propiedad intelectual. Algunas protecciones de las que quizás haya oído hablar, como las patentes y los derechos de autor, pueden ser difíciles de aplicar a las recetas. Pero un concepto en la ley llamado **secreto comercial** puede ofrecer protección para recetas y procesos de producción de alimentos. Muchas empresas tienen secretos comerciales que son esenciales para su funcionamiento y éxito. A continuación se incluye una guía que le presentará qué es un secreto comercial, qué se debe hacer para establecerlo y cómo se protege.

I. Una descripción general de los secretos comerciales

Si bien no existe una definición universal para los secretos comerciales, tienen varios factores de identificación. **En general, un secreto comercial es cualquier innovación, información o idea que (1) no es generalmente conocida o determinada por el público, (2) proporciona valor a un negocio y (3) es algo que el propietario hace esfuerzos razonables para mantener secreto.** Los secretos comerciales pueden aplicarse a una amplia variedad de procesos comerciales o información, incluidas fórmulas, datos, procesos o herramientas. ¡Las recetas son ejemplos comunes de secretos comerciales!

a. Beneficios de los secretos comerciales

La protección es inmediata y puede durar para siempre (mientras permanezca en secreto). No existe un proceso de registro para un secreto comercial. Lo que importa son los pasos que tome para establecerlo y evitar su divulgación. Además, puede retocar y modificar un secreto comercial sin necesidad de una revisión o registro formal.



b. Derechos del propietario del secreto comercial

El propietario de un secreto comercial tiene derecho a su uso exclusivo y a licenciarlo o venderlo. La ley también brinda protección a los propietarios de secretos comerciales. Por ejemplo, si alguien obtiene o usa su secreto comercial de manera inapropiada, puede recuperar daños monetarios y prohibir legalmente el uso de su secreto comercial.

c. Governing laws

Los secretos comerciales reciben protección legal bajo las leyes estatales y federales. La [Ley Uniforme de Secretos Comerciales](#) ha sido adoptada por la mayoría de los estados. Además, la reciente [Ley Federal de Defensa de Secretos Comerciales de 2016](#) brinda protección si participa en el comercio interestatal (compra o venta a través de las fronteras estatales). Estas leyes reconocen el valor de los secretos comerciales y brindan una forma de obtener recursos y compensación cuando alguien usa indebidamente su secreto comercial.

II. Identificación de su secreto comercial

Comience identificando los aspectos de la receta que necesita proteger. ¿Existe un ingrediente secreto o una proporción especial exclusiva del producto alimenticio? ¿Hay algún proceso o técnica que haga que el producto sea especial? Estas son preguntas importantes y pueden ser una barra alta para aclarar al considerar si la receta es de hecho un secreto comercial y cómo se puede proteger.

a. ¿Qué productos y procesos ya existen?

Antes de hacer esfuerzos para establecer y proteger un secreto comercial, es importante investigar otros productos o procesos que ya existen. Sus ingredientes y procesos no deben ser conocidos por el público en general. Si su receta es sustancialmente igual a otra, puede que no valga la pena buscar la protección del secreto comercial. Por ejemplo, si el 'ingrediente secreto' utilizado en su receta se usa comúnmente, por ejemplo, agregar jugo de lima recién exprimido a la salsa, no será un gran secreto comercial, incluso si hace que su salsa sea deliciosa.

b. ¿Qué tan "secreto" debe ser?

No se requiere secreto absoluto para establecer un secreto comercial. Está

bien compartir un secreto comercial con empleados o agentes si saben que deben mantener la confidencialidad. Debe limitar la divulgación sólo a las personas que necesitan saber. Es una buena práctica tomar precauciones contractuales con los empleados, lo cual se analiza en la siguiente sección.

III. Protección de su secreto comercial

Las leyes federales y estatales exigen que el titular de un secreto comercial tome ciertas medidas para mantener su protección.

a. Procedimientos internos

Hay varios pasos que puede seguir para ayudar a mantener su receta en secreto, como:

- Mantener la documentación de la receta en un lugar seguro;
- Marcar toda la información sobre una receta como confidencial o propietaria;
- Educar a sus empleados sobre la importancia del secreto;
- Exigir a los empleados y proveedores que firmen acuerdos de confidencialidad o no divulgación; y/o
- Hacer que los empleados firmen cláusulas de no competencia para evitar que compartan la receta más adelante (algunos estados limitan lo que se puede incluir en una cláusula de no competencia, así que asegúrese de verificar las restricciones específicas).

Requerir que los empleados o agentes con acceso al secreto comercial firmen un acuerdo de no divulgación o confidencialidad es uno de los pasos más importantes a seguir. Debe registrar estos procedimientos y su implementación para que, en caso de cualquier acción legal, pueda demostrar cómo protegió su secreto comercial.

b. Haciendo un secreto comercial difícil de descubrir

También debe tomar medidas para que el secreto comercial sea difícil de descubrir. Por ejemplo, podría:

- Limitar el acceso de los empleados al secreto comercial;
- Dificultar el conocimiento del secreto comercial mediante el uso de nombres en clave para los ingredientes o el reenvasado de productos en envases genéricos a nivel del proveedor;
- Mantenga en secreto al proveedor de ingredientes importantes; y/o
- Dividir la fabricación en diferentes ubicaciones.

c. Perdiendo un secreto comercial

En pocas palabras, un secreto comercial se pierde cuando ya no es un secreto. Puede perderse por una divulgación accidental o intencional, un descubrimiento independiente o ingeniería inversa. Por ejemplo, si un competidor usó su etiqueta de ingredientes para probar o recrear con éxito su receta o producto, se perdería la protección y otros podrían usarla libremente.

Sin embargo, existe un recurso legal cuando un secreto comercial se obtiene indebidamente mediante soborno, fraude, tergiversación o divulgación ilícita. Por ejemplo, si un ex empleado que firmó un acuerdo de confidencialidad o una cláusula de no competencia revela el secreto a un competidor, puede buscar recursos civiles en los tribunales en forma de daños monetarios o una orden judicial (una orden legal que impide que una parte comience o continúe una determinada acción). Si bien los recursos judiciales son un beneficio importante, pueden ser costosos debido a los honorarios de los abogados y los tribunales.

IV. Las marcas

El derecho de marcas es otra rama de la propiedad intelectual que sirve para proteger las marcas. Una marca comercial es diferente de un secreto comercial porque protege un nombre o marca que se usa públicamente, mientras que un secreto comercial protege ideas o procesos que deben mantenerse confidenciales. Muchas empresas usan marcas registradas para proteger un nombre, logotipo o empaque de un producto. El uso de una marca comercial además de las protecciones de secretos comerciales ayudará a que su negocio tenga una ventaja competitiva. Es importante desarrollar una marca sólida que se asocie únicamente con los bienes o servicios que proporciona.

a. Beneficios de las marcas

Aunque una marca comercial no protegerá los ingredientes o el método de creación de un alimento o bebida en particular, evitará que otras empresas vendan un artículo similar con el nombre original que usted creó. Desarrollar un nombre y una marca únicos ayuda a los clientes a reconocer fácilmente y generar confianza en el producto. Una marca registrada informa directamente a los consumidores sobre la fuente, el valor y el uso del producto.

b. Adquisición de derechos de marca

Puede adquirir derechos básicos de marca registrada simplemente usando un nombre o marca únicos. Pero debe asegurarse de que alguien más en su área no esté usando el mismo nombre o uno similar. Si desea recibir una protección adicional más amplia, también puede registrar una marca a nivel estatal y/o federal. Hay una tarifa modesta para registrar marcas comerciales, pero generalmente es un paso que vale la pena tomar. Para obtener más información sobre las marcas, consulte nuestra [Guía legal sobre el derecho de marcas](#).

V. Usando recetas de otros

Muchos empresarios de alimentos disfrutan probando recetas y aprendiendo de otros. En un nivel básico, puede cocinar lo que quiera sin preocupaciones, incluso si usa la receta de otra persona (disponible públicamente). También puede publicar recetas siempre que no publique ni venda la propiedad intelectual de otra persona, por ejemplo, no esté violando los derechos de autor de la receta original. Por ejemplo, puede volver a publicar una receta recitando solo los ingredientes básicos y las instrucciones estándar. Es mejor no incluir descripciones adicionales o lenguaje de la receta original. **No debe copiar ninguna foto o ilustración de la receta original.** Por último, se recomienda atribuir al creador original (por ejemplo, "adaptado de" la receta original) para reducir el riesgo de posibles problemas.

Resumen

Las protecciones de secretos comerciales son efectivas y las empresas las valoran como parte de sus operaciones comerciales. Al identificar la singularidad de su secreto comercial e implementar procedimientos de confidencialidad para mantener en secreto esas características únicas, su secreto comercial puede ayudar a proporcionar una ventaja competitiva en el mercado. Si es factible, crear y registrar una marca comercial para su producto ayudará a impulsar el reconocimiento y brindará otras protecciones para su negocio.

Referencias y recursos

- Seminario web de CLF: protegiendo sus recetas
<https://www.youtube.com/watch?v=dPGuy8sdzBk>
- Descripción general de la ley federal - <https://www.jdsupra.com/legalnews/the-defend-trade-secrets-act-an-39692/>
- National Law Review - Secretos comerciales: lo que necesita saber
<https://www.natlawreview.com/article/trade-secrets-what-you-need-to-know>

Esta guía fue preparada por Haley Gentry, pasante legal de CLF y estudiante de la Facultad de Derecho de Tulane.

*¿Busca ayuda legal?
¡Comuníquese con Legal Food Hub para ver si califica para recibir
asistencia legal **gratuita!***

legalfoodhub.org

legalfoodhub@clf.org

1-844-LAW-GROW (1-844-529-4769)