



European IPR Helpdesk

Ficha Informativa

Secretos comerciales: Una herramienta eficaz para la competitividad

Junio 2017¹

Introducción	2
1. ¿Qué es un secreto comercial?	2
2. ¿Cómo se protegen los secretos comerciales en la UE?	4
2.1. La Directiva europea sobre secretos comerciales	4
2.2. Requisitos de protección	5
3. Secretos comerciales y DPI	9
4. Apropiación indebida de los secretos comerciales	10
4.1. Remedios	11
Resumen	12
Información de utilidad	13

¹ El presente documento es una traducción de la versión original del mismo (en inglés). Como consecuencia de la traducción, pueden existir discrepancias entre el documento original y la versión traducida, en cuyo caso, prevalecerá el primero.

Introducción

El proceso de investigación y creación conduce al desarrollo de información importante que a menudo no entra en el ámbito de la protección que ofrecen los derechos de propiedad intelectual (DPI) tradicionales, como las patentes o los derechos de autor. Además, es posible que algunas empresas no consideren apropiado proteger su información a través de los DPI. Sin embargo, esa información es valiosa para la innovación y la competitividad de las empresas. Por lo tanto, es esencial preservar su "confidencialidad".

En términos generales, la información que se mantiene confidencial para preservar la competitividad de la empresa frente a sus competidores se denomina "**secretos comerciales**". A veces, las empresas y universidades también utilizan los términos "conocimientos técnicos exclusivos" o "tecnología exclusiva" para describirlos.

Algunos de los secretos comerciales más conocidos incluyen la receta de Coca-Cola, la receta del rebozado del pollo de KFC, el algoritmo de Google o la lista de los más vendidos del New York Times. Las empresas que han sido creadas como empresas de nueva creación (start-ups), como Google, deben gran parte de su éxito a los secretos comerciales que les han permitido explotar sus conocimientos y atraer a los consumidores.

La presente Ficha Informativa ilustra la importancia de los secretos comerciales para las empresas y proporciona información sobre la protección de los secretos comerciales, que podría resultar beneficiosa, en particular, para las pequeñas y medianas empresas (PYME).

1. ¿Qué es un secreto comercial?

Un secreto comercial es información confidencial en el contexto de una actividad comercial, industrial o profesional. Para que una determinada información se clasifique como secreto comercial, debe cumplir con todos los requisitos siguientes:



- Debe ser "secreta" en el sentido de que no debe ser conocida ni fácilmente accesible a un gran número de personas.
- Debe tener valor comercial por el hecho de ser secreta.
- Debe haber sido adecuadamente protegida por parte de la persona que legalmente tiene el control de la información, para mantenerla en secreto².

² Artículo 2, apartado 1, de la Directiva (UE) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2016, *relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información comercial no divulgados (secretos comerciales) contra su adquisición, uso y divulgación ilícitos*. El texto completo de la Directiva está disponible [aquí](#). La definición anterior también está incluida en el Art.

Los secretos comerciales son un recurso valioso para muchas empresas cuyos activos pueden, por ejemplo, no ser patentables, pero tienen un gran valor comercial y, por lo tanto, necesitan ser protegidos. Los secretos comerciales pueden adoptar diferentes formas, por ejemplo, algoritmos de software, información sobre I+D, recetas, métodos, fórmulas, etc.

Desde el punto de vista de las Pymes, los tipos de secretos comerciales más valiosos son, por ejemplo:

- métodos de negocio
- análisis de mercado
- relaciones comerciales
- información sobre precios
- información de costes
- información de compra
- información sobre los recursos humanos
- técnicas ofimáticas
- listas de clientes o proveedores y datos relacionados
- información financiera y planificación empresarial
- datos de I+D
- conocimiento de los procesos y de la tecnología
- programas informáticos
- bases de datos informáticas
- fórmulas y recetas
- ingredientes
- técnicas de fabricación
- métodos de manufactura o producción
- tecnología de producto
- datos y planificación de marketing.

Los secretos comerciales pueden ser tan valiosos para las empresas como las patentes y otras formas de DPI. Pueden utilizarse como herramienta para la gestión de la competitividad y la innovación en la investigación. También contribuyen a garantizar la competitividad y a promover la innovación, que a menudo es el centro de las actividades de una empresa. Por lo tanto, cualquier violación o revelación de un secreto comercial podría resultar en una pérdida económica significativa para la empresa en cuestión.

39 del [Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio](#) (Acuerdo sobre los ADPIC).

2. ¿Cómo se protegen los secretos comerciales en la UE?

2.1. La Directiva europea sobre secretos comerciales

Hasta 2016 no existía una legislación europea armonizada sobre la protección de los secretos comerciales. Para poner fin a esta desigualdad en la protección de los secretos comerciales, la Unión Europea ha adoptado la Directiva 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2016, *relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información comercial no divulgados (secretos comerciales) contra la obtención, utilización y revelación ilícitas* (la Directiva).

El objetivo de la Directiva es corregir las diferentes normas nacionales, que a menudo están obsoletas, son opacas o presentan lagunas importantes. Armoniza las distintas legislaciones nacionales en materia de secretos comerciales:

- garantizando un nivel equivalente de protección de los secretos comerciales en toda la Unión Europea
- al introducir una definición uniforme del término "secreto comercial"
- adoptando medidas comunes contra la adquisición, el uso y la revelación ilícitas de secretos comerciales.

La Directiva introduce un conjunto común de principios jurídicos, procedimientos y medidas de protección con el objetivo de crear un régimen pan-europeo que constituya un incentivo para que las empresas inviertan en investigación e innovación en Europa con confianza. Además, la Directiva cubre también la cuestión de los productos falsificados al establecer el carácter ilícito de la producción, el suministro, la comercialización, la importación, la exportación o el almacenamiento de cualquier producto cuyo diseño, calidad, proceso de fabricación o comercialización se beneficien significativamente de la adquisición, revelación o utilización ilegal de secretos comerciales.

Al mismo tiempo, la Directiva contiene varias excepciones a la protección de los secretos comerciales, por ejemplo, en beneficio de los que revelan actos o conductas ilegales si la revelación de un secreto comercial es de interés público.

La Directiva contribuirá a que las normas de protección del secreto comercial dentro de la UE sean más uniformes e interoperables, reduciendo los costes innecesarios y los obstáculos a las actividades de innovación transfronteriza y a la transferencia de conocimientos técnicos.



¿Lo sabías?

La Directiva (UE) 2016/943 entró en vigor el 5 de julio de 2016. Los Estados miembros tienen ahora hasta el 9 de junio de 2018 para incorporar sus disposiciones a sus legislaciones nacionales.

2.2. Requisitos de protección

A diferencia de las patentes, un secreto comercial no tiene por qué ser nuevo. Además, su protección no requiere ninguna presentación ni registro, contrariamente a las marcas o patentes. En consecuencia, los secretos comerciales pueden ser protegidos legalmente por un **período ilimitado de tiempo** y de forma gratuita. Por estas razones, la protección de información comercial valiosa por medio de secretos comerciales puede parecer especialmente atractiva para las Pymes.

Sin embargo, para que dicha información pueda ser clasificada como secreto comercial, debe cumplir los requisitos para tener la condición de "secreto".



Para que la información sea protegida como secreto comercial, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe ser un secreto.
- Debe tener valor comercial.
- Debe haber sido objeto de medidas destinadas a mantenerla en secreto.

El carácter confidencial de la información es crucial para la aplicabilidad del régimen de protección del secreto comercial. Por lo tanto, es especialmente importante que las empresas adopten las medidas adecuadas para mantener la confidencialidad de la información a fin de poder optar a la protección. La protección de los secretos comerciales frente a los competidores comienza para las Pymes con el establecimiento de procedimientos especiales para tratar tales secretos, incluidas las medidas tecnológicas. Además, las medidas contractuales pueden ayudar eficazmente a proteger la información secreta, permitiendo que no expire.



Herramientas útiles para mantener la información en secreto

- Acuerdos de confidencialidad (NDA)
- Cláusulas de no divulgación y de no competencia integradas en cualquier acuerdo o memorando de entendimiento
- Supervisión de las actividades de los empleados
- Marcado de documentos
- Formación de los empleados
- Cláusulas y acuerdos de no captación

2.2.1. Cláusulas y acuerdos de confidencialidad

Dado que es necesario demostrar que se han tomado medidas de protección para que una determinada información se considere secreto comercial, las empresas deben considerar la posibilidad de celebrar acuerdos de confidencialidad (también

denominados "acuerdos de no divulgación") o de incluir cláusulas de confidencialidad en los contratos con socios comerciales y con empleados³.

Los NDA contribuyen a reducir el riesgo de divulgar información confidencial al establecer obligaciones contractuales, cuyo incumplimiento puede conllevar sanciones económicas acordadas contractualmente por las partes y/o con acciones legales. Dado que la información comercial puede representar un factor determinante para que posibles socios decidan si desean iniciar una nueva relación comercial, la firma de un acuerdo de confidencialidad puede resultar útil antes de revelar cualquier información comercial valiosa en la etapa de negociación.⁴

2.2.2. Cláusulas y acuerdos de no competencia

Las cláusulas y acuerdos de no competencia son especialmente útiles cuando se trata de regular las relaciones con empleados o socios comerciales, que normalmente pueden adquirir conocimientos técnicos importantes al acceder a documentos internos confidenciales. Es importante salvaguardar esa información para evitar las consecuencias que puedan derivarse del despido de un empleado de una empresa o de la rescisión de una relación comercial. En ese caso, las cláusulas o acuerdos de no competencia pueden ser útiles, ya que especifican el período de tiempo durante el cual un antiguo empleado o un socio comercial no está autorizado a trabajar para un competidor o a revelar cierta información. Las cláusulas de no competencia pueden formar parte de los contratos de trabajo o de los acuerdos de asociación, o pueden ser objeto de acuerdos separados.

2.2.3. Cláusulas y acuerdos de no captación

Los acuerdos de no captación son contratos en virtud de los cuales un empleado se compromete a no solicitar, después de abandonar la empresa, a sus clientes o proveedores, en su propio interés o en el de un competidor. También es posible incluir una cláusula de este tipo en un contrato de trabajo en lugar de celebrar un acuerdo separado de no captación. Es especialmente útil utilizar estos acuerdos y cláusulas en los sectores en los que el número de clientes es limitado, por ejemplo, en las ventas especializadas.

También pueden celebrarse acuerdos de no captación entre competidores para acordar explícitamente no solicitar empleados de una o ambas partes.

³ Para más información sobre las NDA, véase la Ficha Informativa del European IPR Helpdesk sobre "[Acuerdo de no divulgación: una herramienta empresarial](#)". El European IPR Helpdesk también ha preparado plantillas de NDA para ayudarle en caso de que esté redactando su propio contrato, disponibles [aquí](#). En caso de que necesite asistencia de primera línea a medida, también puede ponerse en contacto con nuestra [Línea de asistencia \(Helpline\)](#).

⁴ Para una mejor visión de conjunto de las cuestiones que deben debatirse en las negociaciones sobre propiedad intelectual, véase la Ficha Informativa del European IPR Helpdesk sobre "[Cómo tratar los problemas relacionados con la PI en negociaciones transnacionales](#)", disponible en inglés.

2.2.4. Otras herramientas de protección

Existen otras prácticas viables para proteger los secretos comerciales, como la restricción del acceso a determinados documentos y/o áreas de la empresa, la formación de los empleados o el marcado de documentos. Se trata de acciones adicionales importantes que deben llevarse a cabo junto con las medidas contractuales⁵.

El marcado de documentos puede ser crucial para que los empleados traten adecuadamente la documentación, eviten incurrir en responsabilidad y, sobre todo, se aseguren de que la información se maneja de forma confidencial.

Los documentos pueden ser marcados, entre otros, como:

- Confidencial
- Confidencialidad de terceros
- No hacer copias
- Distribución limitada a
- Sujeto a un acuerdo de confidencialidad

Por último, no debe olvidarse la importancia de la formación de los empleados. Estos deben estar al tanto de la política de la empresa con respecto a los secretos comerciales y al manejo de la información confidencial. Deben saber cómo actuar fuera de la empresa (en espacios públicos) con respecto a los secretos comerciales, mientras acceden al correo electrónico y a los datos de la empresa a través de una red pública de Internet, pero también durante cualquier relación comercial (ferias, exposiciones o negociaciones comerciales).

Otra medida útil es recordar a los empleados salientes sus obligaciones relacionadas con los acuerdos de confidencialidad y de no competencia que han firmado.

2.2.5. Medidas técnicas de protección

Para que los secretos comerciales sean protegidos, primero deben ser debidamente identificados. Esto significa que las empresas deben llevar a cabo una auditoría exhaustiva de sus activos intangibles para identificar los secretos comerciales que poseen. Posteriormente, se debe determinar quién puede tener acceso a ellos.

En el caso de un posible litigio, también es necesario disponer de una prueba de propiedad de la información cubierta por el secreto comercial.

⁵ Para más información sobre las medidas auxiliares de protección, consulte la Ficha Informativa del European IPR Helpdesk sobre "[Cómo gestionar información empresarial confidencial](#)" disponible en inglés.



¿Lo sabía?

Los medios disponibles para probar la propiedad de un secreto comercial incluyen:

- la colocación de un sello notarial en el documento
- certificación por parte de la autoridad pública
- una carta sellada enviada por usted a su dirección
- testimonios de terceros⁶

La Oficina de Propiedad Intelectual del Benelux ofrece un servicio llamado i-DEPOT, que es un medio de prueba que emite un sello de fecha para su idea o creación. Sirve como prueba de que una creación ya existía en una fecha determinada, lo que puede ser útil en caso de que surja un conflicto. El número i-DEPOT puede incluirse, por ejemplo, en los acuerdos de confidencialidad, como prueba de la existencia de un secreto comercial en caso de violación de la confidencialidad.

El riesgo de apropiación indebida de secretos comerciales puede provenir de varias fuentes, incluyendo empleados o exempleados, competidores y proveedores. Por ejemplo, mientras que en los sectores de las telecomunicaciones y las finanzas, los antiguos empleados son de especial preocupación, mientras que en la industria farmacéutica y editorial es más probable que sean los competidores⁷. Para proteger los secretos comerciales de una empresa tanto de amenazas externas como de posibles apropiaciones indebidas dentro de la empresa, además de los acuerdos de confidencialidad y las medidas contractuales anteriormente mencionadas, deben aplicarse las siguientes medidas de protección técnica:

- política de "escritorio limpio"
- política de uso de credenciales por parte de los empleados para restringir el acceso a ciertas áreas y locales
- uso de contraseñas para proteger archivos, carpetas u ordenadores
- uso de herramientas como trituradoras, cerraduras, etc.

⁶ La legislación puede variar de un país a otro por lo que se recomienda consultar la legislación específica del país en cuestión con respecto a este asunto.

⁷ [Estudio realizado por la Comisión Europea sobre los secretos comerciales y la información comercial confidencial en el mercado interior](#), abril de 2013, disponible en inglés.



Checklist de seguridad

- Identificar los secretos comerciales de la empresa
- Registrar los secretos comerciales
- Definir la política interna de la empresa con respecto a los secretos comerciales
- Comunicar la política a los empleados - proporcionar formación
- Celebrar acuerdos de confidencialidad/no captación con empleados, subcontratistas, socios externos y clientes.
- Adoptar medidas técnicas como contraseñas, candados, insignias y otras políticas para proteger físicamente sus secretos comerciales.

3. Secretos comerciales y DPI

Los secretos comerciales proporcionan numerosos e importantes beneficios. En primer lugar, la protección del secreto comercial es relativamente fácil de obtener, ya que no existe ningún requisito de registro ni ningún proceso de examen por lo que se concede inmediatamente un derecho al titular del secreto. La ausencia de un requisito de registro hace del secreto comercial un medio de protección práctico y poco costoso.

En segundo lugar, la protección del secreto puede cubrir una amplia gama de información. Por ejemplo, una invención que no es susceptible de protección por patente puede ser reivindicada como secreto comercial.

Los secretos comerciales son un medio menos costoso de poseer y gestionar los resultados de la labor innovadora que, por ejemplo, algunos derechos de propiedad intelectual que pueden requerir el pago de tasas de registro y, a menudo, regalías adicionales durante la vida del DPI en cuestión. Por esta razón, los secretos comerciales son especialmente atractivos para las pymes y las empresas de nueva creación, ya que la obtención de protección no requiere de una inversión significativa.


Además, la protección de los secretos comerciales es, en principio, ilimitada, en la medida en que la información en cuestión se mantiene confidencial, mientras que la protección de las patentes o los dibujos y modelos se limita a un máximo de 20 y 25 años, respectivamente.

Sin embargo, el grado de protección que brindan los secretos comerciales es inferior al que brindan otras disposiciones legales sobre derechos de propiedad intelectual, ya que la protección depende del carácter confidencial del secreto comercial. Una vez que un secreto comercial es revelado al público, pierde su estatus de secreto y por lo tanto su protección.

Además, los DPI otorgan a sus titulares derechos exclusivos sobre sus creaciones, que no es el caso cuando se trata de secretos comerciales. La protección del secreto comercial no impide que los competidores copien y utilicen las mismas soluciones si se obtiene un secreto comercial de forma legal, por ejemplo, como resultado de la ingeniería inversa.

La protección ofrecida por los secretos comerciales se puede hacer valer únicamente en los casos en que la información confidencial se ha obtenido por medios ilegítimos (por ejemplo, mediante espionaje o robo).

Las patentes y los secretos comerciales representan dos de los métodos más comunes en el sector tecnológico para proteger la propiedad intelectual. Ambos tienen ventajas y desventajas. Es útil conocer las diferencias entre ellos para elegir el nivel de protección adecuado para su negocio.

	Pros	Contras
Patentes	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos exclusivos • Acciones legales • Base para la obtención de préstamos • Violación involuntaria • Protección segura 	<ul style="list-style-type: none"> • Coste elevado • Protección limitada a 20 años • Obligación de divulgación • Duración del procedimiento de registro • Alcance de la protección
Secretos comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Sin gastos de registro • Protección a largo plazo • No hay obligación de revelarlos • Efecto inmediato • Mayor alcance de la protección 	<ul style="list-style-type: none"> • No es fácil hacerlos valer • Violación voluntaria • Se puede aplicar ingeniería inversa • Protección insegura • Acciones legales limitadas

4. Apropiación indebida de los secretos comerciales

En el caso de celebrar acuerdos de confidencialidad o de incluir cláusulas de no competencia en un contrato, cualquier revelación de información confidencial puede constituir una violación de la confidencialidad o un incumplimiento de contrato. Esto

sucede cuando el receptor de cierta información comercial ha utilizado esa información de manera ilegal. Tal incumplimiento puede dar lugar a acciones legales y a una compensación económica para el titular del secreto comercial.

La Directiva establece normas para la protección contra la obtención, utilización y la revelación ilícita de secretos comerciales. Es decir, es ilegal adquirir un secreto comercial mediante el acceso no autorizado, la apropiación indebida o la reproducción de documentos, objetos, materiales, sustancias o archivos electrónicos que contengan secretos comerciales sin la autorización del titular del secreto comercial.

Por otra parte, la Directiva permite a los Estados miembros establecer medidas de protección de mayor alcance que las exigidas por la Directiva contra la obtención, utilización y revelación ilícita de secretos comerciales.

4.1. Remedios

La Directiva proporciona a los titulares de secretos comerciales una serie de medidas que pueden utilizarse contra los infractores. En caso de apropiación indebida de secretos comerciales, el titular del secreto tiene derecho a exigir medidas correctivas, tales como medidas cautelares y correctivas, para limitar el daño causado por la divulgación del secreto. Las medidas cautelares y correctivas pueden ser aplicadas por un juez en diferentes etapas del proceso judicial.

La Directiva también prevé una serie de medios de defensa que los presuntos infractores pueden utilizar ante los tribunales (por ejemplo, la creación independiente) para defenderse.

El titular de un secreto comercial también puede tener derecho a una compensación monetaria (daños y perjuicios) basada en la pérdida de beneficios o el enriquecimiento injusto.



Recursos previstos en la Directiva

- Cesación o prohibición del uso o divulgación de un secreto comercial
- Prohibición de producir, ofrecer, comercializar o utilizar productos falsificados
- Adopción de medidas correctivas apropiadas, tales como retirada o destrucción de productos falsificados
- Incautación de productos falsificados

4.1.1. ¿Cómo tratar las acusaciones de apropiación indebida de secretos comerciales?

Podría darse el caso de que una empresa sea acusada de apropiación indebida o robo de secretos comerciales, lo que puede perjudicar no sólo su situación financiera, sino también su reputación ante sus proveedores y clientes, así como su imagen ante el público. Por esa razón, es importante saber cómo y cuándo actuar si se producen tales acusaciones.

Si se formulan acusaciones de robo de secretos comerciales, es fundamental adoptar las medidas adecuadas, a saber, el inicio de una investigación interna para determinar si sus empleados no están haciendo un uso indebido de la información de otras empresas. Obtenga los documentos apropiados y reúname con los empleados clave para planificar su respuesta.

Si la parte acusadora tiene razón y los secretos comerciales han sido malversados, debe iniciar una acción disciplinaria dentro de la compañía y buscar maneras de resolver el asunto de manera amistosa, por ejemplo, a través de la mediación. Además, debe eliminar los secretos comerciales adquiridos ilegalmente de la empresa o negociar una licencia de la otra empresa para poder seguir utilizándolos.

Independientemente de si las acusaciones son ciertas o no, también debe considerar tener en cuenta el daño potencial a la reputación de la compañía.



Defensas en materia de secretos comerciales

No hay apropiación indebida si:

- el secreto comercial ha sido una creación independiente
- el secreto comercial ya era de dominio público
- la otra parte no hizo los esfuerzos necesarios para mantener la información en secreto.

Resumen

A veces, las empresas subestiman los secretos comerciales como activos, cuando en realidad podrían ser más valiosos que todas las patentes, marcas comerciales y derechos de autor combinados de la empresa. La propuesta de Directiva sobre secretos comerciales de la UE establecerá una norma mínima para la protección de los secretos comerciales en toda la UE, introduciendo más seguridad de la que existe actualmente. Sin embargo, para proteger los secretos comerciales, las empresas deben tratarlos como activos importantes y secretos, y asegurarse de tener una prueba de que así lo han hecho.

Información de utilidad

Para más información, consulte:

- [La Directiva \(UE\) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2016, relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información comercial no divulgados \(secretos comerciales\) contra su obtención, utilización y revelaciones ilícitas](#)
- Ficha Informativa sobre "[Acuerdo de confidencialidad: una herramienta comercial](#)"
- Ficha Informativa sobre "[Cómo tratar los problemas relacionados con la PI en negociaciones transnacionales](#)", disponible en inglés.
- [Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio \(Acuerdo sobre los ADPIC\)](#)
- "[Estudio sobre los secretos comerciales y la información comercial confidencial en el mercado interior](#)", abril 2013, disponible en inglés.
- "[Manual de Propiedad Intelectual de la OMPI: Política, ley y uso](#)", disponible en inglés.

CONTACTO

Para comentarios, sugerencias o información adicional, por favor, contacte con:

European IPR Helpdesk
c/o infeurope S.A.
62, rue Charles Martel
L-2134, Luxembourg

Email: service@iprhelpdesk.eu
Teléfono: +352 25 22 33 - 333
Fax: +352 25 22 33 - 334



©istockphoto.com/Dave White

SOBRE EL EUROPEAN IPR HELPDESK

El European IPR Helpdesk tiene como objetivo sensibilizar en materia de Propiedad Intelectual (PI) y derechos de propiedad intelectual (DPI), proporcionando información, asistencia de primer nivel y formación en materia de PI y DPI a los participantes actuales y potenciales de los proyectos financiados por la UE. Además, el European IPR Helpdesk ofrece apoyo en materia de PI a las Pymes de la UE que negocian o concluyen acuerdos de asociación transnacionales, especialmente a través de Enterprise Europe Network. Todos los servicios prestados son gratuitos.

Línea de asistencia (Helpline): El servicio Helpline responde a sus consultas sobre PI en un plazo de tres días hábiles. Por favor, póngase en contacto con nosotros registrándose en nuestro sitio web — www.iprhelpdesk.eu—, por teléfono o fax.

Sitio web: En nuestro sitio web puede encontrar una amplia información y documentos útiles sobre diferentes aspectos relativos a la gestión de DPI y PI, especialmente en lo que respecta a cuestiones específicas de PI en el contexto de los programas financiados por la UE.

Newsletter y boletín: Manténgase al día sobre las últimas noticias en materia de PI y lea artículos de expertos y casos de estudio suscribiéndose a nuestro Newsletter electrónico y a nuestro Boletín.

Formación: Hemos diseñado un catálogo de formación que consta de nueve módulos diferentes. Si está interesado en realizar una sesión con nosotros, simplemente envíenos un correo electrónico a training@iprhelpdesk.eu.

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

El proyecto European IPR Helpdesk recibe financiación del Programa de Investigación e Innovación Horizonte 2020 de la Unión Europea en virtud del Acuerdo de subvención (Grant Agreement) nº 641474. Está gestionado por la Agencia Ejecutiva para las Pequeñas y Medianas Empresas de la Comisión Europea (EASME), con directrices aprobadas por la Dirección General del Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes de la Comisión Europea.

Si bien este documento ha sido desarrollado con el apoyo financiero de la Unión Europea, su contenido no es ni será considerado como la posición oficial de EASME o de la Comisión Europea. Ni EASME, ni la Comisión Europea, así como ninguna persona que actúe en nombre de EASME o de la Comisión Europea son responsables del uso que se pueda hacer de esta información.

A pesar de los esfuerzos del European IPR Helpdesk por ofrecer un servicio de alto nivel, no se puede garantizar la exactitud o integridad de los contenidos de este documento y los miembros del consorcio del European IPR Helpdesk no son responsables ni serán considerados responsables del uso que se haga de esta información.

El apoyo proporcionado por el European IPR Helpdesk no se considera de naturaleza legal o consultiva.

© Unión Europea (2018)