

**“Acuerdos de Confidencialidad – Comprensión como base para el conocimiento a través del Legal Design”**

Sistematización de Práctica Jurídica

Trabajo de Grado II

**NICOLAS TORRES TORRES**

**Estudiante de la carrera de Derecho**

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Departamento de Ciencia Jurídica y Política

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Santiago de Cali, 04 de octubre del 2024

## **RESUMEN**

Esta sistematización de práctica se embarca en el análisis del Legal Design como un método de innovación que busca potencializar los conocimientos de todos los intervinientes en el ámbito jurídico, facilitar la creación y redacción de contratos, así como garantizar el entendimiento de los clientes y usuarios de servicios legales. En concreto, se desarrolla la inclusión de este modelo de pensamiento y estructuración contractual en los acuerdos de confidencialidad, revisando sus acepciones conceptuales y oportunidades de mejora desde el incremento de la comprensión de lo que en ellos se expresa, desde las obligaciones y responsabilidades de las partes. Lo anterior tomando como punto de referencia el concepto de información confidencial y secretos empresariales; siendo estos en muchos casos el objeto de este tipo contractual, para así pensarse la implementación del Diseño Legal en la labor de mejorar el entendimiento de los no profesionales del Derecho que se ven involucrados directa o indirectamente en el uso necesario de la información secreta y protegida bajo cláusulas o acuerdos de confidencialidad.

## Tabla de contenido

<b>RESUMEN.....</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>OBJETIVOS. ....</b>	<b>5</b>
<b>CÁPITULO I. UN DERECHO HECHO A LA MEDIDA. LEGAL DESIGN Y ACUERDOS DE CONFIDENCIALIDAD.....</b>	<b>6</b>
<b>CÁPITULO II. SECRETOS Y CONFIDENCIAS. ¿CÓMO COMPRENDER UN ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD? .....</b>	<b>13</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>20</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>21</b>

## INTRODUCCIÓN

El ejercicio de la abogacía parte del servicio por el otro, nace desde la necesidad de una persona por hacer valer sus derechos o por exigir de otro el cumplimiento de unas obligaciones. Es así, que el Derecho compete a toda persona que se desenvuelve en la sociedad, a todo aquel que desea relacionarse con otros, e incluso por el simple hecho de existir, ya se adquieren una serie de derechos y obligaciones sustentadas en contenidos normativos rígidos que pretenden, precisamente, garantizar el adecuado comportamiento de la sociedad.

Tal es entonces el alcance del Derecho, que el deber ser es que cualquier persona pueda conocer, entender y comprender sus distintas facetas, las cuales terminan por afectar todos los aspectos de su vida. Sin embargo, en la práctica esto no es tan común, ya que los abogados se han asegurado a lo largo de la historia de que la necesidad de su servicio recaiga en que solamente ellos pueden tener plena sabiduría de todas las formas jurídicas, de cómo resolver los problemas, de cómo redactar o interpretar un contrato, de cómo iniciar y adelantar un proceso judicial; olvidando por completo que la abogacía se basa en el servicio, en luchar por la justicia y ser leales siempre a los clientes, a aquellos que solicitan la experticia de un abogado para solucionar sus problemas.

Es aquí donde cobra relevancia diseñar un sistema legal que se centre en la persona, en el usuario, en el cliente, no en el abogado omnisciente de la ley y el Derecho; este movimiento se conoce con el anglicismo de Legal Design, y pretende adaptar formas legales ya existentes, a unas más novedosas, amigables con el usuario y con una máxima en mente: que cualquiera pueda entender.

El propósito de esta sistematización de práctica es analizar la posibilidad de implementar el modelo de Legal Design a un tipo contractual que he tenido la oportunidad de revisar constantemente en el ejercicio de mi práctica estudiantil: los acuerdos de confidencialidad, en concreto, aquellos celebrados para proteger información sensible o confidencial de pacientes médicos de la Clínica Imbanaco de Cali. Esto debido a que en ocasiones se presentan situaciones en las que, las partes que celebran el contrato o incluso terceros que terminan por acceder, utilizar o tratar directa o indirectamente la información que se protege en el acuerdo, no tienen claridad de sus obligaciones, no existe una comprensión sincera y real sobre lo que pueden o no hacer de cara a la información que tienen, en especial las partes que no son abogados.

En este escrito, a través de la metodología de revisión bibliográfica, se pretende alcanzar un entendimiento de los avances del Legal Design en el diseño de contratos comerciales y la administración de los mismos, para facilitar la comprensión de los No profesionales del Derecho que se ven involucrados en ellos; así mismo se pretende examinar las oportunidades para utilizar este modelo de innovación jurídica en la mejora de acuerdos de confidencialidad celebrados para proteger los secretos empresariales de la Clínica Imbanaco de Cali.

## **OBJETIVOS.**

### **1.1. OBJETIVOS GENERALES.**

- Proponer la implementación de un modelo de Legal Design en los acuerdos de confidencialidad celebrados por la Clínica Imbanaco para proteger sus secretos empresariales, con el fin de mejorar la comprensión y entendimiento de las partes vinculadas.

### **1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- Revisar las definiciones conceptuales y jurídicas del Legal Design, y de los acuerdos de confidencialidad.
- Examinar los conceptos de información confidencial y secreto empresarial como puntos de referencia en la comprensión de los acuerdos de confidencialidad.

## CÁPITULO I. UN DERECHO HECHO A LA MEDIDA. LEGAL DESIGN Y ACUERDOS DE CONFIDENCIALIDAD

Resulta necesario a la hora de hablar sobre Legal Design, centrar el paradigma de análisis desde dos frentes, sobre los cuales se edifica este modelo de pensamiento: el Derecho y el Diseño. Ambos nacen gracias a un componente abstracto, a una base del pensamiento humano que permite luego de un proceso lógico y creativo, la materialización de las ideas como una forma de solucionar problemáticas reales.

Por un lado, definir qué es el Derecho es una tarea casi holística que incontables doctrinantes han tratado en incontables ocasiones a través de la historia de la humanidad, cuestión que termina en debates teleológicos y filosóficos sobre los cuales no es menester de este trabajo involucrarse. Para efectos prácticos, es posible entender al Derecho desde su concepción más básica como una serie de normas, consensos sociales, directrices y / o acuerdos que pretenden regular distintos aspectos del relacionamiento en sociedad. Bajo esta percepción de lo que se entiende por Derecho, aparece otro concepto que siempre estará inexorablemente unido a él: la Justicia. Resulta imposible o inaudito hablar del ejercicio de la abogacía sin hablar de la justicia, sin referirse a aquello que funge como el pilar de cualquier sociedad moderna; y por lo mismo debe hablarse de los operadores de esa justicia, del Derecho, es decir los Juristas, aquellos capaces de diferenciar lo justo de lo injusto de la vida en sociedad.<sup>1</sup>

Sin embargo, conocer cuando las relaciones humanas resultan en situaciones justas o injustas y conocer con total certeza el bagaje normativo, jurisprudencial o doctrinal sobre dichas situaciones no siempre conlleva que las personas que buscan una solución a su problema entiendan verdaderamente el conocimiento que profesa ese jurista. Esa comprensión debe ser completa, precisa e idónea para que la persona que requiere asistencia legal pueda recibirla a buen término y verdaderamente permeada de justicia. En ese sentido, el entendimiento es definido como *“Potencia del alma, en virtud de la cual concibe las cosas, las compara, las juzga, e induce y deduce otras de las que ya conoce”*<sup>2</sup>, es decir, algo tan intrínseco que solamente puede alcanzarse si se logra concebir algo para compararlo e inducirlo con otro algo que ya debe entender.

Debe necesariamente formarse un puente, una manera de llevar conocimiento jurídico básico a un usuario, un destinatario inexperto, alguien no formado en las loadas artes del Derecho, es en este punto donde entra en juego la parte del Diseño, en Legal Design. El Diseño puede definirse, en palabras de Charles Ray como: *“el proceso de organizar elementos para alcanzar un propósito particular (...) limitado*

---

<sup>1</sup> Hervada, J. (2011). *¿QUÉ ES EL DERECHO? LA MODERNA RESPUESTA DEL REALISMO JURÍDICO UNA INTRODUCCIÓN AL DERECHO*. EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA S.A. PAMPLONA. Pág 28. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/56682/1/03-Qu%C3%A9%20es%20el%20derecho.pdf>

<sup>2</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.7 en línea]. <<https://dle.rae.es>> Consultado el 05 de septiembre de 2024.

*únicamente por cuantos problemas existan*<sup>3</sup>. Esta concepción de lo que es el Diseño se relaciona especialmente con la naturaleza misma del Derecho, es decir, en tanto es un medio para atender y brindar solución a problemas cotidianos, a situaciones que surgen en el día a día de las relaciones humanas. A pesar de que se ignora lo arraigado que está el Diseño en el día a día, permanece como una constante que ha evolucionado para lidiar con problemas industriales, artísticos, comerciales, y más recientemente, jurídicos. Tal es así como lo enuncia Campi: *“Casi todo lo que usamos y leemos desde que nos levantamos hasta que nos acostamos ha sido diseñado. En nuestro mundo industrializado y digital, casi todo aquello que es artificial, esto es, que no ha sido producido por la naturaleza, ha sido proyectado previamente y, por lo tanto, diseñado”*.<sup>4</sup> Unos zapatos, un automóvil, un cepillo de dientes, una caja de cereal, todas estas cosas fueron diseñadas mediante un proceso previo y exhaustivo de análisis de mercado, de viabilidad de marca, de materialización de ideas y percepciones abstractas que terminan haciéndose tangibles en el momento en que se forman como respuesta a una necesidad humana.

Y qué es sino, una de las necesidades más humanas, que la de asegurar la protección de derechos y exigir el cumplimiento de obligaciones, esto mediante el uso de un contrato, un acuerdo, un convenio, un punto de balance entre dos voluntades contrapuestas, las cuales con un mismo fin en mente, deciden hacer concesiones recíprocas para cumplir con un fin determinado. Si se piensa bien, un contrato es una forma de diseño, es una manera sistematizada y organizada, compaginada con presupuestos legales, y alineada a distintos parámetros normativos para cumplir con un determinado propósito.

Sobre esa idea el Legal Design apunta a redefinir la concepción de un contrato tradicional, una larga suma de texto, cláusulas y párrafos que parecen ser eternos, indescifrables y en ocasiones, rotundamente incomprensibles para el ojo de un no profesional del Derecho. Porque ese concepto busca esencialmente responder una pregunta fundamental, sobre la cual se estructura todo el pensamiento del Legal Design, y es, en palabras de Perry - Kessarís<sup>5</sup>, ¿Qué puede hacer el Diseño por el Derecho? Una interrogante que permite asentarse en un esquema de pensamiento particular, en el que se buscan alternativas al servicio del Derecho, y en consecuencia, en servicio de los clientes, del usuario y beneficiario de las formas jurídicas que por años han sido acentuadas en nuestro país, los derechos y libertades que se garantizan a través de un texto escrito, una ley o un contrato.

Siendo así, usar el Diseño como servicio al Derecho parte de tres ejes esenciales: Comunicación, Entendimiento y la Persona.

---

<sup>3</sup> Charles Eames (1972) *What is Design?* Q&A – Exhibición en el Musée des Arts Décoratifs, Francia.

<sup>4</sup> Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?*. Editorial Gustavo Gili.

<sup>5</sup> Perry-Kessarís, Amanda (2019) Legal design for practice, activism, policy and research. *Journal of Law and Society*, 46 (2). pp. 185-210. ISSN 0263-323X

El primer eje ha sido ampliamente definido en el campo del Legal Design, y en concreto “*es a la vez una misión y un método de diseño. Es la función principal que debe materializar el resultado final de un proceso de Diseño, tales como un manual de instrucciones, un cartel promocional o la interfaz de usuario de un teléfono inteligente*”.<sup>6</sup> Es decir, un producto que ha sido diseñado siempre va a comunicar un algo, una idea que pretende volverse tangible a través de un proceso continuo y bilateral de atender las necesidades de quien se va a beneficiar pro el producto final. En el caso del Derecho, el diseño atiende necesidades del abogado y el no abogado, el primero como una subsunción de unos conocimientos ya aprehendidos sobre esos conceptos que deben hacerse tangibles a través de un contrato, providencia o cualquier documento jurídico; y el segundo como una facilidad por recibir la información que pretende transmitir el abogado para darle solución a un problema jurídico, a esa necesidad de justicia o de seguridad propias de la cotidianidad el mundo actual.

El segundo eje, el Entendimiento, es trascendental para que el Diseño como servicio al Derecho cumpla su propósito, que las complejas formas del quehacer jurídico se simplifiquen, de tal suerte que los no profesionales del Derecho comprendan aquello que disponen las normas que regulan sus derechos, así como los contratos mediante los que se obligan a determinada prestación. Si el Diseño del Derecho comunica una idea, pero esa idea no es entendida por el destinatario, se rompe por completo la finalidad inmersa en ese proceso. Las barreras de entendimiento deben ser sobrepasadas si se desea tener un resultado exitoso en cualquier tipo de diseño, sobre el particular Ketola, de Rooy y Haapio han mencionado que “*el diseño debe estar en línea con la forma en que la mente humana procesa la información. Un contrato no cumplirá su finalidad a menos que el usuario sea capaz de procesar, comprender y recordar la información que se le presenta*”<sup>7</sup>. El punto sobre la finalidad contractual es la esencia de cualquier sistema jurídico, uno en el que la sociedad puede ser verdaderamente funcional, solamente si adquiere un entendimiento de sus derechos y deberes, sobre los lineamientos que rigen cada aspecto de sus vidas.

Por último, el tercer eje que puede ser incluso el más importante, se presenta como el punto final del Legal Design: el usuario. Cualquier modelo de Diseño como servicio al Derecho tendrá en su centro a la persona, al no profesional de las ciencias jurídicas, que tiene poco o nulo conocimiento de todo el bagaje teórico de un jurista, y que por lo mismo, requiere de la practicidad de este para que se le comunique una idea y pueda efectivamente entenderla.

Esta percepción la comparten Haapio y Passera, al hablar del diseño contractual, como una de las tantas expresiones del Legal Design: “*no es sólo una cuestión de seleccionar el contenido, las palabras o las cláusulas adecuadas. También es*

---

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> Anne Ketola, Robert de Rooy and Helena Haapio “COMIC CONTRACTS 2.0 – CONTRACTS THAT HAVE (AND GIVE) A VOICE” En R. Ducato, A. Strowel, & E. Marique (Eds.), *Design(s) for Law* (pp. 253-282). Ledizioni. Tomado de: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10829515>.

*cuestión de asegurarse de que se comprenda el mensaje*<sup>8</sup>. Como se ha mencionado anteriormente, muchos de los contratos de nuestro tiempo han sido estructurados por abogados, para abogados; lo que ha ocasionado que sean difíciles de leer, poco claros para la población no apta en las formas del Derecho; existe una inadvertencia de las personas a las posibilidades contenidas en instrumentos jurídicos como un contrato, que debido a la falta de comprensión de estas, muchas veces solo lo ven como un medio para un fin, como una forma de cumplir con la norma y una vez lo firman, terminan incluso olvidándose de su contenido, el cual parece oculto en las penumbras, donde solamente los juristas pueden iluminar con su conocimiento.

No es un secreto para nadie que las grandes empresas y firmas de abogados, a la hora de ejecutar la redacción de un contrato, entablar negociaciones y hacer una gestión contractual para resolver las necesidades de un cliente / usuario, utilizan minutas pre hechas, ya sea que hayan sido diseñadas hace semanas, meses o incluso años y para negocios jurídicos distintos, terminan haciendo un análisis lógico de: en este caso se necesita un suministro, se usa la minuta para suministro, se ajusta la identificación de las partes, el valor del contrato y se pulen unas cuantas cláusulas adicionales. A eso se reduce el arte de redacción contractual, sin embargo, un problema identificado por Adams y Allen en este tipo de prácticas refleja precisamente la gran desventaja de usar minutas contractuales para todo tipo de negocios: *“si se utiliza un lenguaje y un estilo arcaicos en el original, repetir y automatizar esas plantillas fácilmente se convierte en “un ejercicio de basura que entra, basura sale”*<sup>9</sup>.

Este tipo de prácticas son las que se pretende evitar y mejorar con el uso del diseño legal, con herramientas digitales y eficientes que permitan comunicarle una idea a una persona, de tal suerte que logren entenderla, apropiarla y emplearla en sus relaciones cotidianas. Es decir que puedan leer un contrato, comprender su contenido, sus obligaciones, restricciones, excepciones y por supuesto derechos, de tal suerte que en relacionamiento con su otra parte contractual se ejecuten las prestaciones obligacionales de forma armónica, pacífica y sobre todo, eficiente.

Habiendo definido con suficiencia las bases teóricas y conceptuales del Legal Design y sus acepciones y pilares fundamentales, es momento de examinar la otra cara de este escrito, o más bien, el tipo contractual que se pretende examinar bajo los anteojos del diseño legal: los acuerdos de confidencialidad.

Debemos partir de un hecho cierto sobre este tipo contractual, y es que actualmente los acuerdos de confidencialidad no están expresamente regulados por el ordenamiento jurídico colombiano; esto no implica que no tengan cabida en el día a

---

<sup>8</sup> Haapio, H. & Passera, S. (2016). Contracts as interfaces: Exploring visual representation patterns in contract design. In M. J. Katz, R.A. Dolin & M. Bommarito (Eds.) Legal Informatics, Cambridge, UK: Cambridge University Press.

<sup>9</sup> Adams, K. A. & Allen, T. (2012). The Illusion of Quality in Contract Drafting. *New York Law Journal*, Vol. 248, No. 11, July 17. [www.koncision.com/wp-content/uploads/2012/07/Illusion-of-Quality-NYLJ.pdf](http://www.koncision.com/wp-content/uploads/2012/07/Illusion-of-Quality-NYLJ.pdf).

día de la sociedad colombiana, puesto que, por más de ser innominado, le siguen aplicando las disposiciones generales sobre cualquier contrato, en razón a su formación, consentimiento, cargas obligacionales y exigibilidad.

Pero entonces ¿cuál es el objeto de un acuerdo de confidencialidad? En esencia es un contrato, acta, acuerdo o en general un instrumento jurídico en el que las partes contemplan una obligación, recíproca o unilateral, de resguardar información que se le entregue a la otra en razón de un negocio o actividad en particular, cuya ejecución requiere del conocimiento de información catalogada como confidencial por la parte que la entregue. Ese tipo de información puede ser desde documentos, cifras o estados financieros, datos personales, o en general cualquier tipo de información a la que solo tiene acceso un número determinado de personas, debido a su cargo o función dentro de una compañía, o por la naturaleza de sus actividades.

Es decir, el objeto de cualquier contrato de confidencialidad será siempre la entrega de una información confidencial, sobre este punto varios doctrinantes han definido lo que se entiende por información confidencial, por ejemplo, Sierra al mencionar que: *“una obligación de confidencialidad es un deber de custodia de cierta información que sólo es conocida por una persona o por un número limitado de personas, con exclusión de otros”*. Normalmente, ese tipo de información se guarda y reserva celosamente debido al interés económico o reputacional al que obedece su conocimiento por un reducido y selecto grupo de personas, o en su defecto, personas que necesariamente deban conocer de ella para cumplir con una obligación específica o un mandato legal.

Aunque hasta ahora se ha tratado a los acuerdos de confidencialidad como un tipo contractual autónomo, lo cierto es que por regla general, este siempre hace parte de un negocio jurídico de mayor escala, pero que requiere en su etapa precontractual de la celebración de un contrato en el que se delimite la información que será confidencial durante la relación jurídica entre dos o más partes, y que a su vez se establezcan parámetros claros y suficientes para definir que obligaciones tendrá la parte que reciba la información, las consecuencias por su divulgación indiscriminada y las responsabilidades a cargo de una u otra parte del negocio.

Es por lo tanto un medio idóneo y claramente necesario en el desarrollo empresarial del mundo moderno, uno requerido para proteger información cuya revelación al público general puede tener un efecto adverso, ya sea de índole económico o reputacional, generando entonces perjuicios y pérdidas significativas de acuerdo a la gravedad de dicha divulgación. Los acuerdos de confidencialidad permiten precisamente establecer límites a proveedores, clientes, contratistas, trabajadores, y en general cualquier persona que, al acceder a información propia de la compañía, pueda obtener un provecho o beneficio al revelarla, al significar un detrimento en su ventaja competitiva, la revelación anticipada de un proyecto aún en desarrollo, o incluso revelar información que está protegida bajo parámetros legales y constitucionales en el sector de la salud, como historias clínicas o información privada / sensible de pacientes y sus familiares.

Se hace necesario entonces centrar el análisis en la etapa contractual donde se presentan este tipo de acuerdos entre las partes, recordando por supuesto sus orígenes en nuestro ordenamiento jurídico.

Como ya se mencionó, los acuerdos de confidencialidad son un tipo de contrato innominado que tienen sus orígenes en el derecho anglosajón. Por regla general, este tipo de acuerdo de voluntades se presenta en el marco de las negociaciones previas a la celebración de un contrato, es decir, en la etapa precontractual. Es aquí donde las partes aún están concertando sus esfuerzos para llegar a un consenso sobre las prerrogativas del posible contrato, así como los términos y condiciones que lo regirán. Es en este punto, que ya incluso antes de la firma de un negocio jurídico, se tiene que transmitir información relevante y necesaria para alcanzar el ya mencionado consenso sobre las condiciones contractuales y empresariales adecuadas, que permitan alinear los intereses inicialmente contrapuestos entre las partes.

Es por lo mismo, que esa revelación mutua y consentida de información confidencial debe estar rodeada de un instrumento jurídico que permita efectivamente su resguardo, a la par que se establezcan cargas obligaciones lo suficientemente precisas y comprensibles sobre el manejo que deben dar las partes a la información que se entregan recíproca o unilateralmente. Existe consenso en cuanto a las varias funcionalidades de este tipo de acuerdos en diversos contextos empresariales, a la vez que tienen aplicación en todo tipo de relaciones comerciales o laborales. Permiten proteger información con un valor comercial determinado, como todo tipo de propiedad intelectual, el know-how o experticia de una empresa en el mercado, y fungen como un medio para facilitar la concreción de transacciones, respaldar un proceso de debida diligencia<sup>10</sup> entre muchas otras aplicaciones.

Con todo esto, existen en esencia dos obligaciones fundamentales que surgen de cualquier tipo de acuerdo de confidencialidad: la primera obedece a la reserva frente a la información recibida, ejerciendo actos de custodia sobre ella, no permitiendo su acceso a personas distintas a las contempladas en el acuerdo o autorizadas directamente por quien entrega la información y por supuesto la no divulgación de la misma a terceros; la segunda envuelve esencialmente el uso de la información entregada, que debe ajustarse estrictamente a las finalidades dispuestas en el acuerdo<sup>11</sup>, sea en una etapa de negociación para un posible contrato de compraventa, un joint venture, una fusión o adquisición, o en una relación laboral, donde el trabajador utiliza la información exclusivamente para llevar a cabo las labores encomendadas por el empleador, titular de la misma. Es decir que no podrá mediar un interés indebido e injustificado a beneficiarse o sacar cualquier tipo de provecho, propio o para terceros, de la información depositada y reputada como

---

<sup>10</sup> MacMillan, C. (2022). Contracts and equality: The dangers of non-disclosure agreements in English law. *European Review of Contract Law*, 18(2), 127-158. <https://doi.org/10.1515/ercl-2022-2041>

<sup>11</sup> Rengifo, M. A. (2016). La formación del contrato, Bogotá: Universidad de los Andes y Temis, Pág. 361 - 362

confidencial como objeto del acuerdo; sobre el tipo de obligaciones normalmente incluidas en este tipo de negocios precontractuales, Palomino ha mencionado que: *“Se trata entonces de obligaciones negativas o de abstención, de no hacer, que deben ser cumplidas con una diligencia media, propia de un buen hombre de negocios, que implica tomar las medidas tendientes a que la información permanezca segura y en reserva, salvo que las partes establezcan convencionalmente niveles más altos o más bajos de protección”*.<sup>12</sup> Por lo mismo, los acuerdos de confidencialidad llevan consigo obligaciones de esta índole para resguardar información que en el sentir de una empresa o sujeto de derechos en general, es vital para mantener ya sea una ventaja competitiva, una reputación en un mercado concreto o cualquier manifestación de la intimidad de la persona.

Sobre este último punto, es menester recordar, que al tratarse de información sensible perteneciente a la esfera privada de la persona, se hace necesario remitirse al artículo 15 de nuestra constitución política, que contempla el derecho a la intimidad como fundamental, y por lo mismo refleja la manifestación de la confidencialidad en relaciones no solo interpersonales sino también cuando los datos personales terminan inmersos en cualquier tipo de engranaje corporativo; como puede ser el caso de compañías telefónicas, aplicativos móviles o el caso particular de la información contenida en la historia clínica de un paciente, refiriéndonos al contexto hospitalario y de servicios asistenciales.

En definitiva, los acuerdos de confidencialidad representan una herramienta jurídica característica y necesaria en el tratamiento comercial y mercantil de la actualidad, al tener un tratamiento histórico inmenso, su aplicación en el contexto empresarial de nuestro país determina la forma como empresarios de pequeñas, medianas y grandes empresas, pueden establecer límites al uso de información que a su juicio es fundamental para el correcto funcionamiento de su compañía, representa un elemento invaluable en el ejercicio cotidiano al tratar con posibles partes contractuales, entablar negociaciones con terceros y regular las relaciones laborales para minimizar riesgos de exposición a pérdidas, reputación y activos intangibles de una compañía; aunque este último punto se examinara más a detalle a continuación.

---

<sup>12</sup> Palomino, J. C. V. (2019). Cartas de intención, memorandos de entendimiento, acuerdos de confidencialidad y acuerdos de debida diligencia, como fuentes de obligaciones en Colombia: apuntes desde la teoría del acto o negocio jurídico y de la formación del contrato. *Anuario de Derecho Privado*, 1, 153-184. <https://doi.org/10.15425/2017.200>

## **CÁPITULO II. SECRETOS Y CONFIDENCIAS. ¿CÓMO COMPRENDER UN ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD?**

Habiendo explicado en detalle los pilares fundamentales del Diseño Legal, así como las distintas matices y concepciones de los acuerdos de confidencialidad, cuya aplicación se ve reflejada en los contextos empresariales de todo el mundo, procederemos a centrar el análisis del trabajo en las especificidades de ambos conceptos: El secreto empresarial como punto de partida para la comprensión de los acuerdos de confidencialidad.

En primer lugar, debemos tener presente por qué partir de los secretos empresariales puede ser beneficioso para incrementar el entendimiento de contratos y convenios sobre los que se acuerda el guardar reserva de cierta información de una compañía en el transcurso de un tratamiento contractual entre dos o más partes; de acuerdo con lo descrito hasta este punto, la génesis de cualquier acuerdo de confidencialidad es precisamente la información, el acceso a un conocimiento cierto y particular, cuya proliferación indiscriminada significaría un perjuicio material sobre el titular de dicha información, implicaría perder una ventaja competitiva, una afectación a su reputación en un mercado, entre muchas otras consecuencias, unas más severas e irremediables que otras, pero que todas devienen precisamente en el mismo punto y pueden surgir gracias a un problema que muchas veces es obviado debido al gran brazo de los juristas y abogados que rodean cualquier tratamiento contractual que involucre mantener confidencialidad sobre cierta información, ese problema es el de la comprensión, que se presenta especialmente en los no profesionales del derecho.

Muchas veces los abogados solo redactan el acuerdo de confidencialidad, concilian con los representantes de cada parte los términos puntuales, las cargas, obligaciones, responsabilidades, vigencias, entre otros puntos; pero en la práctica, a quienes les aplica lo contenido en dicho documento jurídico es a los trabajadores de la compañía, a las partes vinculadas, a colaboradores que terminan por acceder a la información que se convino en ser confidencial y que por lo tanto tiene un tratamiento especial, pero ese acceso esta circunscrito a un estricto cumplimiento de alguna función en el engranaje corporativo que mueve a la empresa suscriptora de dicho acuerdo de confidencialidad, incluso los gerentes o representantes legales al poner su firma solo confían plenamente en lo que su equipo jurídico les ha recomendado, pero en ocasiones tampoco entienden la naturaleza de la información con la que conviven a diario.

Es a estas personas a las que va dirigido cualquier acercamiento del Legal Design a los acuerdos de confidencialidad, y si por algún punto debe comenzarse a plantear el rediseño de cualquier acuerdo de confidencialidad enteramente cuadrulado, con párrafos extensos de texto en los que se pretende listar una serie de documentos, situaciones, actos reputados como confidenciales, es precisamente por la información a la que las partes le darán esa caracterización especial, si todos los

involucrados en el acuerdo comprenden efectivamente que información pueden revelar y cual no, la relación contractual se tornará muchísimo más pacífica.

Ahora bien, es deseable antes de pasar a analizar las particulares condiciones sobre la naturaleza de la información que bajo los parámetros contractualmente acordados por las partes se entiende como confidencial, el establecer una diferencia entre la información confidencial y los secretos empresariales, puesto que el segundo concepto se incluye en el primero, pero no al revés.

Esto quiere decir, que bajo el concepto de información confidencial pueden llegar a incluirse una gama mucho más amplia de aspectos, que doctrinalmente fueron definidos anteriormente ya que no existe una disposición normativa en Colombia que expresamente la regule. En esencia, es toda aquella información que no está disponible para todo el público y que por tanto, solo conoce un grupo limitado y particular de personas. Existe así una cierta libertad contractual amparada en la atribución constitucional de la autonomía de la voluntad privada para que las partes voluntariamente decidan que tendrá el carácter de confidencial en su relación contractual, sin embargo, esto encuentra sus limitaciones no solo en el orden público y las buenas costumbres<sup>13</sup> sino también del tipo de información a la que se pretende darle la connotación de confidencial en el acuerdo.

Por lo anterior resulta pertinente definir algunas acepciones sobre otros tipos de información con el fin de evitar confusiones teóricas y de la misma forma, reiterar la necesidad de que el clausulado de cualquier acuerdo de confidencialidad pueda beneficiarse del Diseño Legal como medio para garantizar su claridad y comprensión.

En primer lugar, la información pública es el antónimo por excelencia de la información confidencial, pues como su nombre lo indica es aquella a la que cualquier persona puede acceder, sea a través de canales de comunicación digitales, por reposar en registros públicos o ser notoriamente conocida por todos. En este caso, la información pública se manifiesta como una excepción a las posibilidades de confidencialidad a través del acuerdo de voluntades, toda vez que se desdibuja el propósito y objeto de este tipo contractual.

Por otro lado, está la información privilegiada que refiere a aquella que se le entrega una o varias personas con ocasión de su cargo, que tiene un carácter concreto y que no es conocida por el público, ya que de serlo sería utilizada por terceros para obtener algún tipo de provecho. Este tipo de información ha sido definida y acotada en distintos contextos jurídicos, como por ejemplo el societario, en este aspecto ha sido definido como uno de los deberes específicos del administrador de una sociedad el abstenerse de utilizar indebidamente información privilegiada<sup>14</sup>, su definición fue presentada por la Superintendencia de Sociedades como *“aquella a la cual sólo tienen acceso directo ciertas personas (como es el caso de los administradores) en razón de su profesión u oficio, la cual, por su carácter, está*

---

<sup>13</sup> Corte Constitucional. (2013). Sentencia C-934-13. M.P. Nilson Pinilla Pinilla. diciembre 11 de 2013.

<sup>14</sup> Congreso de la República. (1995) Ley 222 de 1995. Art. 23 Numeral 5.

*sujeta a reserva, ya que de conocerse podría ser utilizada con el fin de obtener provecho o beneficio para sí o para un tercero”<sup>15</sup> , por otro lado en el contexto financiero y bursátil, también es posible hallar una definición de información privilegiada bajo el paraguas de las operaciones en el mercado de valores: “es privilegiada aquella información de carácter concreto que no ha sido dada a conocer del público y que de haberlo sido la habría tenido en cuenta un inversionista medianamente diligente y prudente al negociar los respectivos valores.”<sup>16</sup>*

Hasta ahora estas variaciones en el tipo de información tienen un punto esencial que refleja su semejanza: si a la información puede acceder todo público o no. Es ese el primer parámetro para delimitar la comprensión de una persona no versada en las artes jurídicas, ante un acuerdo de confidencialidad, si comprende el carácter confidencial de la información objeto del mismo, podrá entender las obligaciones, derechos y limitaciones que nacen para reforzar la divulgación de esta entre los firmantes. De nuevo, si se comprende la génesis del contrato, el entendimiento de todos sus derivados fluye con mayor facilidad.

Consecuentemente, hablar de acuerdos de confidencialidad implica no solo referirse a información confidencial como objeto del acuerdo, puesto que existen situaciones en las que las necesidades de las partes requieren del intercambio de otro tipo de información para el cumplimiento de un proyecto futuro, por una exigencia legal, para completar una transacción o, una de las situaciones más comunes, por la etapa preliminar en un proceso de fusión o adquisición societaria. En estas situaciones surge entonces un concepto que necesita un tratamiento particular en el presente escrito: Los secretos empresariales.

Han existido más que extensas y diversas discusiones teóricas y/o doctrinales sobre el secreto empresarial, desde diferentes perspectivas, como pueden ser la laboral, contractual, en el marco del derecho de competencia o la societaria. Sin embargo, no es menester involucrar dichas exploraciones conceptuales en este momento, sino brindar un poco de luz, en aras de apelar de nuevo a la comprensión como base fundamental del conocimiento.

Una de las definiciones más prominentes con aplicación en nuestro ordenamiento jurídico está contemplada en el artículo 260 de la Decisión Andina 486 del 2000, que menciona lo siguiente:

*“cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica legítimamente posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero, en la medida que dicha información sea:*

*a) secreta, en el sentido que como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible por*

---

<sup>15</sup> Superintendencia de Sociedades. (2022). Circular Básica Jurídica / 100-000008 de 12 de julio de 2022.

<sup>16</sup> Congreso de la República. (1990). Ley 45 de 1990. Art. 75 Inciso 3.

*quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva;*  
*b) tenga un valor comercial por ser secreta; y*  
*c) haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.”*

Sobre esta definición cabe hacer varias apreciaciones, en primer lugar, se mantiene un elemento casi trascendental en la confidencialidad de este tipo de información, el hecho de no ser conocida por todos, de no haber sido divulgada ni generalmente conocida. Hecho que comparte con el resto de tipos incluidos en la clasificación examinada hasta el momento, sin embargo, los otros dos requisitos establecidos por esta normativa son lo que la diferencia de cualquier tipo de información.

El segundo requisito es un poco más complejo de determinar, pero es precisamente el punto de diferenciación principal frente a otras manifestaciones de la propiedad intelectual o de información confidencial, Tobón al respecto ha dicho:

*“(…) se usa para proteger la información sobre productos, procedimientos y servicios que no sea generalmente conocida, que se pueda usar real o potencialmente en los negocios y que otorgue al empresario una ventaja competitiva sobre sus competidores.”<sup>17</sup>*

Por lo anterior, es posible asimilar que un secreto empresarial entra en la categoría de información confidencial, pero que no toda información confidencial es un secreto empresarial, como se mencionó anteriormente, puesto que la normativa vigente exige no solamente que la información no sea accesible a todo público, sino que cumpla con un propósito empresarial preciso, que sea susceptible de usarse en actividades productivas, industriales o comerciales. Es aquí donde entra en juego la ventaja competitiva que representa el conocimiento del secreto.

Uno de los medios idóneos para garantizar la protección de un secreto empresarial ha sido decantado por la doctrina y la práctica jurídica de nuestro tiempo dentro de los acuerdos contractuales, ya que como se ha dicho hasta el momento, en ocasiones particulares se hace necesaria la divulgación de información confidencial a terceros con interés genuino en vincularse a una compañía o en general entablar relaciones comerciales con la misma. Aquí tiene lugar un fenómeno propio de este tipo de situaciones, ya que el empresario deberá tomar decisiones de negocios informadas con la suficiente claridad para encontrar un balance; por un lado, darse a conocer en el medio o sector económico al que pertenece, consiguiendo clientes, proveedores y enlaces comerciales, y por el otro, proteger celosamente las actividades, productos, esquemas, procedimientos o actividades que lo han llevado a posicionarse en el mercado como un competidor importante.

---

<sup>17</sup> Tobón, N. (2020). *Propiedad intelectual para emprendedores* (p. 67). Asociación Cavelier del Derecho. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/6544b187-03c6-49b6-8dee-22eea87790d3/content>

Hallar ese balance puede ser problemático, y es allí donde toma protagonismo el acuerdo de confidencialidad, como un instrumento jurídico predilecto, que permite hacerse a la medida de cada caso particular, en el entendido de divulgar con un tercero determinado el secreto empresarial en cuestión, bajo las condiciones necesarias, rodeado de la suficiente seguridad jurídica que imponen las cargas obligacionales y las sanciones por incumplimiento contractual, acordadas por las partes en el contrato, y las cuales implican un trato impecable entre ellas para llevar a buen término la relación contractual.

En ese sentido, toma relevancia nuevamente la comprensión como puente entre las personas que tendrán acceso a la información. Si dicha persona no sabe que se encuentra ante un secreto empresarial o una información confidencial de otro tipo, será imposible que cumpla efectivamente con el objeto del contrato. Y en este punto es pertinente traer a colación, diferentes concepciones del secreto empresarial que a su vez permitan vislumbrar la necesidad de dejar parámetros claros en la etapa de redacción contractual, usando como herramienta el Diseño Legal, para saldar las brechas de conocimiento de las personas no abogadas.

Por ejemplo, existen los secretos empresariales negativos, los cuales aluden a la información de una compañía frente a lo que no se debe hacer, es decir, conductas, productos, recetas, actividades, procedimientos que fallan o no tienen consecuencias positivas en el ejercicio del mercado. Es una concepción tratada ampliamente en el derecho anglosajón y la jurisprudencia estadounidense<sup>18</sup> al mencionar que resulta igual o más valioso conocer lo que no funciona, que lo que sí.

También se encuentran los secretos empresariales combinados, que refieren a *“aquellos que cubren un conjunto de elementos que por sí solos están en el dominio público, pero que una vez fusionados se pueden proteger, siempre que el resultado sea secreto, tenga valor por ser secreto y haya sido objeto de medidas razonables para impedir su divulgación.”*<sup>19</sup>

Así mismo, la Superintendencia de Industria y Comercio, en diversos pronunciamientos ha destacado las condiciones particulares que debe cumplir una información para que exista un secreto empresarial, estableciendo:

1. Verificarse la existencia de un conocimiento que verse sobre cosas, procedimientos, hechos, actividades y cuestiones similares;
2. Que dicho conocimiento tenga carácter de reservado o privado, porque sus titulares han optado voluntariamente por no hacerlo accesible a terceros;
3. Que dicho secreto recaiga sobre procedimientos o experiencias industriales o comerciales, o esté relacionado con la actividad de la empresa o su parte organizativa;

---

<sup>18</sup> Estados Unidos de América, Glaxo Inc. v. Novopharm Ltd., 931 F. Supp. 1280, 1299 (E.D.N.C. 1996)

<sup>19</sup> Tobón, N. (2008). *Secretos industriales, comerciales y know how* (p. 17). Editorial Diké.17.

4. Que los titulares del secreto tengan voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para ello; y,
5. Que la información tenga "un valor comercial, efectivo o potencial, en el sentido que su conocimiento, utilización o posesión permita una ganancia, ventaja económica o competitiva sobre aquellos que no la poseen o no la conocen".<sup>20</sup>

Se reitera también otro requisito que habilita o permite la existencia de un secreto empresarial: que el titular de dicho secreto, tome las medidas razonables y necesarias para mantenerlo secreto. Resulta solo lógico, que para mantener esa connotación frente a una información que representa una ventaja sobre otros competidores del mercado, deban empeñarse todos los esfuerzos para que no sea conocido por todos, ya que de serlo, no existiría ventaja alguna, no habría beneficio sobre otros competidores, pues todos podrían beneficiarse, y cuando todos sacan provecho, las condiciones llegarían a un punto de igualdad.

A través de este requisito, el titular de la información expresa su genuino interés de mantener en secreto la misma<sup>21</sup>, de ocultarla de otros competidores y así garantizar que la ventaja competitiva producto del conocimiento de dicho secreto, siga siendo de su completa e indiscutible propiedad. Ya se mencionó que una de las medidas de protección de los secretos empresariales es la celebración de acuerdos de confidencialidad, como una de las más utilizadas, pero no por ello la única en todo el contexto empresarial colombiano. La subjetividad de dicho requisito remite a la existencia de múltiples medidas que deberán estar hechas y pensadas para cada caso particular, es decir, para cada tipo de secreto que se desea resguardar de otros competidores. Dentro de esas medidas particulares, el propietario del secreto deberá analizar el sector económico en el que se encuentra, la naturaleza de la información, las actividades que con ella realiza y que suponen la ventaja ya mencionada, a la vez que debe tomar una decisión lo suficientemente informada y comprensiva del método de protección a elegir.

Es en este punto donde se reitera el punto central del presente escrito ¿cómo facilitar y garantizar la comprensión de todas las partes vinculadas a un acuerdo de confidencialidad?, entendiéndolo; primero, como uno de los métodos de protección de los secretos empresariales, segundo, que las partes vinculadas son todas aquellas que terminan por tener contacto directo o indirecto con la información secreta que se protege bajo las cláusulas de confidencialidad y tercero, que esa personas no son todas profesionales del derecho, es decir, que en muchas ocasiones no tienen el conocimiento suficiente para entender de primera mano las obligaciones y responsabilidades que surgen con ocasión del acuerdo de confidencialidad, más allá de saber que exista una información y que no pueden

---

<sup>20</sup> Superintendencia de Industria y Comercio. (2008). Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales. Sentencia No. 006 del 22 de octubre de 2008, "por la cual se decide un proceso por competencia desleal". Radicación: 03102960.

<sup>21</sup> Metke, M. R. (2001). *Lecciones de propiedad industrial* (p. 89). Medellín: Diké.

hablar de ella libremente, cuando esta conclusión se queda corta ante las diversas cargas obligaciones que quedan plasmadas en el acuerdo celebrado.

En esa esencia del Diseño Legal se pretende precisamente potencializar a los no profesionales del derecho, a las personas vinculadas que no tienen los saberes mencionados, de tal forma que a través de la aplicación de dicho método puedan ser más inteligentes, más conscientes y con un mayor control sobre todos sus asuntos legales, y al mismo tiempo apoyar a los abogados y juristas en aras de facilitar su ejercicio y que puedan servirle a sus clientes de formas mucho más eficientes y sostenibles a mediano y largo plazo<sup>22</sup>.

Por lo que cualquier intento de mejorar la comprensión en los acuerdos de confidencialidad de las personas en cuyas actividades diarias se ve involucrado el el ejercicio y manejo de la información y secretos protegidos mediante dichos instrumentos jurídicos, debe estructurarse a partir de la claridad acerca de la naturaleza misma de la información confidencial, como se ha mencionado a lo largo de este escrito, solo de esa forma puede pensarse en un espacio para la mejora y potencialización de los acuerdos de confidencialidad como parte de las cambiantes olas del contexto empresarial moderno.

Los no profesionales del Derecho también deben poder diferenciar entre lo que es un secreto empresarial y lo que no, entre una información meramente confidencial o privilegiada, y es la tarea y labor del jurista ser un facilitador del conocimiento jurídico; no un mero interprete de la norma sino un guía capaz de esclarecer el curso a tomar en cualquier relación comercial o empresarial en este caso; ser capaz de comunicar, de apoyar la comprensión de todos los usuarios y clientes de sus servicios jurídicos debe ser siempre la prioridad a la hora de preparar un litigio, brindar una asesoría o redactar un contrato.

---

<sup>22</sup> Hagan, M. (s.f) Law by Design. Tomado de: <https://lawbydesign.co/>

## CONCLUSIONES

El análisis del Legal Design pone en evidencia la importancia de integrar el Diseño como herramienta complementaria en el ejercicio del Derecho, específicamente en la creación de documentos jurídicos como los contratos. La convergencia entre ambas disciplinas, no solo busca la resolución efectiva de problemas, sino también mejorar la comprensión y accesibilidad del conocimiento jurídico por parte de los usuarios no profesionales del Derecho.

Aunque los juristas posean un amplio conocimiento de la normativa, jurisprudencia y doctrina aplicables a un caso concreto, esto no garantiza que las personas a las que va dirigido ese saber lo comprendan plenamente, por ende, no pueden recibir una atención legal integral, que no solo resuelva sus problemas, sino que les brinde tranquilidad y suficiencia en la resolución de un conflicto jurídico. En este sentido, el Diseño emerge como un puente esencial que facilita la transmisión de la información jurídica, simplificando y actualizando las formas tradicionales para hacerlas más comprensibles, accesibles, se trata de otorgarle el poder a las personas de moverse a través de las formas jurídicas, sin perderse entre miles de normas e interpretaciones de lo que es justo para su situación.

Partiendo de los tres ejes fundamentales del Legal Design —Comunicación, Entendimiento y Persona—, pueden transformarse documentos jurídicos complejos en herramientas claras y funcionales para todas las partes involucradas. Al garantizar una comunicación efectiva y un entendimiento adecuado de las obligaciones y derechos, se promueve una relación contractual más transparente y eficiente.

Los acuerdos de confidencialidad que se han analizado a lo largo de este escrito, pueden beneficiarse significativamente del enfoque que provee la integración del Diseño y del Derecho, permitiendo empresarios tanto pequeños grandes, proteger información sensible de manera más efectiva, al tiempo que se asegura que todos los involucrados comprendan claramente sus responsabilidades. Lo anterior propende por evitar conflictos futuros, esa función de prevención solo puede cumplirse a partir de la comprensión, claridad y calidad de los medios que mantienen unido un negocio, como lo es el secreto empresarial que lo posiciona por encima de otros en un mercado dado, de los trabajadores leales e incansables que siempre se esfuerzan para alcanzar las metas de la empresa, y por supuesto, de los instrumentos jurídicos que mantienen todo unido.

Una persona que entiende la clase de información a la que tiene acceso, su naturaleza, sus implicaciones y las consecuencias de su divulgación indiscriminada, será una persona capaz de ser más productiva, más consciente de lo que hace a diario y una mucho más satisfecha con los servicios jurídicos del abogado que redactó un contrato no solo para cobrar unos honorarios, sino para comunicar una idea de forma comprensible, suficiente y poniéndose en el lugar de quien va a recibirla.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, K. A., & Allen, T. (2012). The illusion of quality in contract drafting. *New York Law Journal*, 248(11), 17 de julio. <https://www.koncision.com/wp-content/uploads/2012/07/Illusion-of-Quality-NYLJ.pdf>
- Campi, I. (2020). *¿Qué es el diseño?* Editorial Gustavo Gili.
- Charles Eames (1972). *What is design?* Q&A – Exhibición en el Musee des Arts Decoratifs, Francia.
- Congreso de la República. (1990). Ley 45 de 1990. Art. 75 Inciso 3.
- Congreso de la República. (1995). Ley 222 de 1995. Art. 23 Numeral 5.
- Corte Constitucional. (2013). Sentencia C-934-13, M.P. Nilson Pinilla Pinilla, 11 de diciembre de 2013.
- Estados Unidos de América. *Glaxo Inc. v. Novopharm Ltd.*, 931 F. Supp. 1280, 1299 (E.D.N.C. 1996).
- Haapio, H., & Passera, S. (2016). Contracts as interfaces: Exploring visual representation patterns in contract design. En M. J. Katz, R.A. Dolin, & M. Bommarito (Eds.), *Legal Informatics*. Cambridge University Press.
- Hagan, M. (s.f.). *Law by design*. <https://lawbydesign.co/>
- Hervada, J. (2011). *¿Qué es el derecho? La moderna respuesta del realismo jurídico: una introducción al derecho* (p. 28). Ediciones Universidad de Navarra S.A. Pamplona. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/56682/1/03-Qu%C3%A9%20es%20el%20derecho.pdf>
- Ketola, A., de Rooy, R., & Haapio, H. (2019). Comic contracts 2.0 – Contracts that have (and give) a voice. En R. Ducato, A. Strowel, & E. Marique (Eds.), *Design(s) for Law* (pp. 253-282). Ledizioni. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10829515>
- MacMillan, C. (2022). Contracts and equality: The dangers of non-disclosure agreements in English law. *European Review of Contract Law*, 18(2), 127-158. <https://doi.org/10.1515/ercl-2022-2041>
- Metke, M. R. (2001). *Lecciones de propiedad industrial* (p. 89). Medellín: Diké.
- Palomino, J. C. V. (2019). Cartas de intención, memorandos de entendimiento, acuerdos de confidencialidad y acuerdos de debida diligencia, como fuentes de obligaciones en

Colombia: apuntes desde la teoría del acto o negocio jurídico y de la formación del contrato. *Anuario de Derecho Privado*, 1, 153-184. <https://doi.org/10.15425/2017.200>

- Perry-Kessarlis, A. (2019). Legal design for practice, activism, policy and research. *Journal of Law and Society*, 46(2), 185-210. <https://doi.org/10.1111/jols.12294>
- Real Academia Española. (2024). *Diccionario de la lengua española* (23.<sup>a</sup> ed., versión 23.7 en línea). <https://dle.rae.es>
- Rengifo, M. A. (2016). *La formación del contrato* (pp. 361-362). Bogotá: Universidad de los Andes y Temis.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2008). Sentencia No. 006 del 22 de octubre de 2008, por la cual se decide un proceso por competencia desleal. Radicación: 03102960.
- Superintendencia de Sociedades. (2022). Circular Básica Jurídica / 100-000008 de 12 de julio de 2022.
- Tobón, N. (2008). *Secretos industriales, comerciales y know how* (p. 17). Editorial Diké.
- Tobón, N. (2020). *Propiedad intelectual para emprendedores* (p. 67). Asociación Cavelier del Derecho. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/6544b187-03c6-49b6-8dee-22eea87790d3/content>