

“...el pago de una retribución o regalía no constituye un elemento esencial del contrato de Know How, dado que éste podría celebrarse a título gratuito.”

El Contrato de Know How:*

Apuntes acerca de sus elementos esenciales

21

Alfredo F. Soria Aguilar**
Madeleine Osterling Letts***

I. INTRODUCCIÓN

Las ideas innovativas del hombre pueden ser objeto de importantes contratos en la actualidad. En el mundo contemporáneo, se puede verificar la existencia de contratos respecto de valiosos activos intangibles como: información intelectual, fórmulas¹, procedimientos², invenciones o estrategias comerciales; los cuales son de gran utilidad para mejorar la productividad y competitividad de diversos sectores comerciales o industriales.

Precisamente, entre estos acuerdos se encuentra el contrato de know how, el cual es un contrato atípico que confiere derechos y obligaciones relativos a conocimientos o procedimientos secretos, no patentados ni publicitados.

II. EL KNOW HOW: DEFINICIÓN

El término “*Know How*”, según la mayoría de autores proviene del vocablo anglosajón *Know How to do it*, es decir, conocer cómo hacer algo o saber cómo realizarlo. En palabras de Díez de Castro “el saber hacer se define como

* El presente artículo fue realizado con la colaboración de la señorita Lesly Shica Seguil, alumna de la Facultad de Derecho de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

** Profesor de Contratos en las Facultades de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), la Universidad Mayor Nacional de San Marcos (UNMSM) y de la Universidad del Pacífico.

*** Profesora de Contratos en la Facultad de Derecho de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Árbitro del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima

1 La fórmula secreta de Coca Cola Company constituye un ejemplo claro. A la fecha, uno de los activos intangibles más valiosos del mundo. Esta fórmula secreta constituye uno de los secretos empresariales mejor resguardados en el ámbito empresarial. Esta fórmula se encuentra resguardada en una Bóveda de un Banco de Georgia, Atlanta en los Estados Unidos de América, y solamente es conocida por tres o cuatro ejecutivos de la empresa transnacional.

2 Un ejemplo de procedimiento técnico, dentro del ámbito culinario, es el caso de KFC. El Know How consiste en este caso, en el procedimiento o pautas relativas a la mezcla secreta de las once hierbas y especias o salsa utilizadas para la cobertura de la famosa capa de fritura utilizada para la elaboración de sus productos.

un conjunto de conocimientos empíricos que no pueden ser presentados con precisión en forma aislada, pero que cuando son puestos en práctica de una manera determinada, basada en la experiencia, facilitan al que los aplica la aptitud para obtener un resultado, que de otra forma no hubiera podido esperarse con la exactitud necesaria en la eficacia comercial”³.

Al igual que Stumpf opinamos que “por Know How han de entenderse, por ende, conocimientos y experiencias de orden técnico, comercial y de economía de empresa, cuya utilización le permite o, llegado el caso, le hace posible al beneficiario no solo la producción y venta de objetos, sino también otras actividades empresariales tales como organización y administración”⁴. Entonces, en términos generales, podemos señalar que el *Know How* es un conjunto de conocimientos prácticos con valor comercial o industrial, de carácter secreto o reservado, que ha sido utilizado previamente y experimentado con éxito, el mismo que puede ser transmitido fácilmente para permitir la obtención de una importante ventaja en el desarrollo de ciertas actividades.

Para autores como Martí⁵, este “saber hacer” no debe encontrarse patentado. Por ello, este sector de la doctrina enfatiza que el *Know How* es un conjunto de conocimientos prácticos no patentados derivados de la experiencia y que verificados deberán cumplir cuatro requisitos: ser secreto, substancial, útil e identificado. Según esta definición, basta que se cumplan los cuatro requisitos y que el conocimiento no haya sido patentado⁶, para que pueda ser reconocido como Know How.

En efecto, no existe impedimento alguno para que sea reconocido como Know How, a aquel conocimiento que, pese a cumplir con todos los requisitos para ser patentado, no se haya hecho. Es decir, el Know How podría contener conocimientos patentables, siempre que los mismos no hayan sido patentados por decisión su titular o por cualquier otra circunstancia. Por ello, al igual que Benavente podemos señalar que “el objeto del Know How puede cumplir los requisitos legales para patentarlo, por lo tanto, es susceptible de registro; sin embargo, por motivos de su titular, este no la considera conveniente

(Ej. por la posibilidad de su publicidad generalizada que conllevaría la pérdida de su ventaja competitiva)”⁷.

Por ello, el concepto de Know How no se encuentra restringido a aquellos conocimientos no patentables, sino que podría incluir escenarios de conocimientos patentables, siempre que dicho saber no haya sido patentado.

En tal sentido, discrepamos de la opinión del autor nacional Gutiérrez⁸, quien entiende que el *Know How* está conformado por información práctica no patentable, resultante de la experiencia y la comprobación del titular del conocimiento técnico, el cual deberá ser considerado secreto por el que lo recibe (substancial e identificado).

Pese a la utilización mayoritaria, por parte de la doctrina, del término Know How, algunos autores sostienen que el término *Know How*, al momento de su traducción al español, trae consigo cierta incertidumbre dependiendo del contexto en el cual se desarrolle el tema, por lo que prefieren llamarlo *conocimientos técnicos*. Así por ejemplo, el reconocido autor Cabanellas, señala que “El estudio del régimen jurídico aplicable a los *conocimientos técnicos* se ha visto innecesariamente complicado, en los países de habla hispana, por la introducción en la práctica comercial y en la doctrina de la expresión inglesa *Know-How*”.

III. ELEMENTOS ESENCIALES DEL CONTRATO DE KNOW HOW

El Contrato de Know How carece de una ley especial que lo defina y que le otorgue una regulación especial. En ese sentido, el Contrato de Know How es un contrato atípico porque carece de regulación legal que defina sus elementos esenciales y que, además, establezca las normas supletorias así como aquellas normas imperativas que le serán aplicables, en caso que exista algún vacío contractual. Por ello, la búsqueda de los elementos esenciales del Contrato de Know How, la efectuaremos a la luz de las distintas definiciones aportadas por la doctrina, entendiendo que si bien existen múltiples variables en su definición, es posible identificar rasgos comunes que puedan brindarnos una definición básica que nos per-

3 DIEZ DE CASTRO, Enrique Carlos y otros. *El Sistema de Franquicia - Fundamentos teóricos y prácticos*. Ediciones Pirámide. Madrid, 2005, p. 87.

4 STUMPF, Herbert. *El Contrato de Know How*. Temis. Bogotá. 1984, p. 12.

5 MARTI MIRAVALLS, Jaume. *Los contratos de distribución comercial*. Editorial Tirant Lo Blanch, Valencia- España 2010, p. 106.

6 En la legislación internacional existen normas que acogen dicho criterio. Por ejemplo, en la legislación española (Decreto 1.750/8722 del 18 de diciembre) regula la Transferencia de Tecnología y Asistencia Técnica, esbozando en el artículo 1.a) una alusión indirecta al Know How como “conocimientos secretos no patentados aplicables a la actividad productiva” (Ver: AZA CORNEJO, Gloria, “Medios de Protección y transmisión de la Tecnología”. Alta Dirección. Barcelona. Julio – Agosto, 1996. N° 188, p. 271 – 276). Asimismo, sucede lo propio en la legislación mexicana que, define y abarca la regulación del Know How en la Ley Sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, entendiendo como Contrato de Know How al proceso de transferencia de tecnología no patentada, actos jurídicos que sin embargo requieren de un registro de carácter constitutivo (Ver: PEREZ MIRANDA, Rafael y SERRANO MIGALLON, Fernando, Tecnología y Derecho Económico. Régimen Jurídico de la apropiación y transferencia de Tecnología. México. Porrúa Editores. 1983. Pág. 91). Finalmente, el inc. F) del apartado 3 del artículo. 1° del reglamento de la Comisión de la CEE sobre franquicia, donde se define el Know How como un conjunto de conocimientos prácticos no patentados, derivados de la experiencia del franquiciador y verificados por éste, que es secreto y substancial e identificado (Ver: CALEGARI DE GROSSO, Lydia. “Contratos atípicos: FRANCHISING”. Editorial Némesis, Buenos Aires, 1996, pp. 77-78).

7 BENAVENTE CHORRES, Hésbert. *El contrato de Know How o de provisión de conocimientos técnicos: aspectos a ser considerados para su regulación normativa*. Editorial Ius Et Praxis vol. 14. num2. Talca. 2008, p. 414.

8 GUTIERREZ CAMACHO, Walter, artículo “El contrato de Know How. Acootaciones preliminares sobre la materia” en “Tratado de derecho mercantil” Tomo III, Editorial Gaceta Jurídica S.A., Lima, 2008, p. 405.

9 CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo. *Régimen jurídico de los conocimientos técnicos*. Editorial Heliasta. Buenos Aires. 1984, p. 17.

mita comprender los elementos esenciales de esta figura contractual.

Indicamos a continuación, algunas definiciones acerca del Contrato de Know How, que nos permitirán extraer aquellos elementos indispensables o típicos de esta figura:

Massaguer define el Contrato de *Know How* como “aquél negocio jurídico celebrado entre personas, físicas o jurídicas, en virtud del cual una de ellas (el licenciante), titular de un *Know How* (el *Know How* licenciado), autoriza a su contraparte (el licenciario o receptor) a explotarlo durante un tiempo determinado y, con este fin, se obliga a ponerlo en su efectivo conocimiento; y en virtud del cual el licenciario o receptor se obliga, por su lado a satisfacer un precio cierto en dinero calculada en función del volumen de fabricación o ventas de productos o servicios realizados con el empleo del *know how* licenciado”¹⁰.

Por su parte, Benavente define al contrato de Know How como “el negocio jurídico cuyo objeto es la cesión o transmisión del derecho sobre un conocimiento técnico reservado, realizada por su titular a favor de la otra parte, a cambio de una contraprestación”¹¹.

Para autores como Kors, el contrato de Know How es “un contrato de transferencia de tecnología cuyo objeto consiste en el traspaso de información secreta respecto de conocimientos de carácter técnico, ya sea que estos puedan resultar invenciones patentables pero no patentadas o que representen conocimientos técnicos que no pueden ser patentados. Como contraprestación por la licencia de ciertas informaciones técnicas, este contrato prevé el pago de un precio”¹².

En la misma línea, De La Fuente y Echarri señalan que “el contrato de know how se caracteriza porque se produce una transferencia de tecnología, de carácter secreta o confidencial, que el receptor se obliga a mantener como tal. El objeto del contrato, en consecuencia, se agota con la comunicación de la información secreta, es irreversible”¹³.

En sentido más amplio, existen autores que afirman que “puede ser objeto de know how cualquier conocimiento, método, sistema, procedimiento o aplicación, siempre que constituya un patrimonio para el empresario y represente el fruto de experiencia o de la investigación, se le reconozca un valor económico y pueda, por tanto, en su caso, ser objeto de transmisión a aquellas empresas que estén interesadas en su conocimiento. La comunicación del know how puede realizarse de formas diversas. Puede ser una transmisión oral u operativa, enseñando a los empleados de la empresa interesada las técnicas de utilización y ges-

ción. Puede así mismo transmitirse mediante documentos que recogen las instrucciones, fórmulas (...)”¹⁴

De las definiciones anotadas, podemos concluir que el Contrato de Know How es el acuerdo de voluntades mediante el cual una parte se obliga a transmitir, de manera temporal o definitiva, conocimientos, procedimientos o experiencias de orden técnico o comercial, generalmente, a cambio de una retribución, llamada también regalía.

En el ámbito comercial, lo usual será que el Contrato de Know How sea a título oneroso y por ende, se pacte el pago de una retribución a cambio de los conocimientos que se confieren. Sin embargo, en opinión que compartimos, autores como Cabanellas, expresan que “La obligación de pagar regalías, como contraprestación por la licencia recibida, puede ser eliminada, sin que se altere la esencia del contrato”¹⁵. Es decir, el pago de una retribución o regalía no constituye un elemento esencial del contrato de Know How, dado que éste podría celebrarse a título gratuito.

En similar sentido, en nuestro país, Arias Schreiber precisa que “esta característica no es, sin embargo, esencial, ya que nada impide que se convenga la cesión del Know How a título gratuito, sin obligación de pago por parte del adquirente. Ello ocurre con frecuencia en el ámbito de los contratos de suministro de bienes de equipamiento industrial, que incluye cláusulas de cesión gratuita de Know How como parte integrante de los mismos. Es importante recalcar que se trata de situaciones especiales y que lo usual es que se trate de un contrato que implique una obligación de pago por parte del adquirente”¹⁶.

III.1. La cesión de conocimiento no patentado como contenido mínimo negocial en el contrato de Know How

Como hemos descrito, el Contrato de Know How es el acuerdo de voluntades mediante el cual una parte se obliga a transmitir, de manera temporal o definitiva, conocimientos, procedimientos o experiencias de orden técnico o comercial.

Aunque es generalmente pactada, la retribución no es indispensable para configurar un Contrato de Know How. En consecuencia, el único elemento esencial del Contrato de Know How es la cesión del conocimiento que debe cumplir con lo siguiente:

a) **Cesión o transmisión del conocimiento:** El conocimiento, la técnica, el procedimiento, la fórmula o la

10 MASSAGUER, José, *El Contrato de Licencia de Know How*, Barcelona: Bosch, 1989, p. 32

11 BENAVENTE CHORRES, Op. cit., p. 416.

12 KORS, Jorge Alberto. *Los secretos industriales y el Know How*. La Ley. Buenos Aires. 2007, p. 78.

13 DE LA FUENTE, Marta y ECHARRI, Alberto, “Modelos de contratos internacionales”, Fundación Confemetal, Madrid, 3 era edición 1999, p. 140.

14 LLOBREGAT HURTADO, María Luisa, “Temas de Propiedad Industrial”, La Ley, Madrid, 2da edición, 2007, p. 497.

15 CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo. *Contratos de licencia y de transferencia de tecnología en el Derecho Privado*. Editorial Heliasta. Buenos Aires. 1980. p. 296. Citado por Benavente CHORRES, Hésbert. “El contrato de Know How o de provisión de conocimientos técnicos: aspectos a ser considerados para su regulación normativa”. *Ius Et Praxis* vol. 14. Num 2. Talca. 2008, p. 435.

16 ARIAS SCHREIBER, Max y ARIAS CHREIBER, Angela. *Los contratos modernos*. Editorial Gaceta Jurídica, Lima, 1996, p. 114. Citado por BENAVENTE CHORRES, Hésbert, *Revista Ius et Praxis* - Vol. 14, núm. 2, Talca, 2008, p. 434.

experiencia, podrá ser objeto de una cesión definitiva o temporal, dependiendo de la voluntad de las partes.

No es necesario que la cesión del conocimiento sea en exclusiva, dado que el titular del conocimiento podría celebrar contratos similares con otras personas o empresas.

El conocimiento que se cede o transmite, a través del Contrato de Know How, es un bien inmaterial. Como lo describe Huanay “este bien inmaterial se identifica con la figura del secreto industrial, el cual está protegido por normas de competencia desleal que no otorgan derechos de exclusiva, constituyéndose en una protección fundamental, a diferencia de otros bienes inmateriales.”¹⁷ Esta tesis es la más acorde con la normatividad peruana. Concretamente el Decreto Legislativo N° 823, Ley de Propiedad Industrial, se refiere a secretos industriales, considerando al *Know How* como un bien inmaterial.

El contrato de *Know How* tiene por objeto la cesión temporal o definitiva del referido bien inmaterial. Dicho “bien” es un conocimiento que puede ser científico o técnico. Como lo define Cabanellas “El conocimiento científico es un saber especial que está ligado con la ciencia, por lo tanto, posee un método. Los conocimientos científicos a diferencia de los conocimientos técnicos son aquellos que no tienen aplicación práctica inmediata, particularmente para distinguirlo de los que se encuentra incorporados al proceso productivo”¹⁸.

24

b) Conocimiento no patentado:

El conocimiento objeto del Contrato de Know How debe ser no patentado. En consecuencia, dicho conocimiento podría ser: (i) patentable¹⁹ siempre que no se haya patentado o (ii) no patentable (porque no reúne los requisitos para dichos efectos²⁰).

Efectivamente, el conocimiento objeto del Contrato de *Know How* puede reunir los requisitos de patentabilidad. Sin embargo, en el Contrato de Know How, el titular del conocimiento opta por dejar de lado la protección jurídica temporal que podría implicar obtener el derecho de patente porque prefiere que dicho “saber hacer” o información, no sea dada a conocer a terceros, distintos a aquellos que forman parte del Contrato de Know How.

c) Conocimiento debe ser secreto:

Numerosos autores señalan que la información del *Know How* debe ser de carácter secreto. Se refiere básicamente a la voluntad del titular de mantener oculta la determinada información y/o conocimiento, lo cual le permitirá obtener todo el provecho posible a dicho conocimiento.

Este carácter secreto del *Know How* es relativo en cierta medida, porque puede resultar necesario e importante que dicho conocimiento sea transmitido a determinadas personas vinculadas a quien detenta con la autorización para su uso y que deban conocerla para su aplicación o desarrollo. Por ello, Cabanellas indica que “No cabe exigir en este sentido, que los conocimientos secretos sólo sean accesibles a su titular, pues ello no va sólo en contra de la acepción corriente del concepto de secreto, si no que impediría la utilización económica de esos conocimientos, la cual requiere su comunicación a empleados, proveedores u otros círculos limitados de personas”²¹.

Es evidente que las personas que hagan de su conocimiento la información del *Know How* se encuentran en una situación privilegiada, y es la opción que tiene el titular de dicha información, la de compartirla con un determinado número de participantes para que así pueda obtener el éxito aplicando ésta al campo industrial o comercial. No obstante, debe resguardarse siempre que siga manteniendo el carácter de secreto.

El titular de la información debe mantener en secreto la misma, pues es consciente que posee una herramienta que le otorgará poder en cuanto a competitividad y éxito se refiere en el mercado. Es decir, tiene intención que su conocimiento sea aún un secreto, no obstante, desea aplicarlo en la industria o comercio para consolidar su posición estratégica en el mercado. Para ello deberá compartir dicha información sólo con ciertas personas, siempre que exista su consentimiento y autorización.

Las personas que accedan a la información proporcionada por el titular deben ser limitadas en su número y deben mantener el carácter secreto de la misma, puesto que no se desea que terceros ajenos tengan acceso a la información.

En sentido contrario, “puede ocurrir sin embargo, que el poseedor del *Know How* sepa que éste tiene algún valor industrial o comercial pero no le interesa por su vocación filantrópica, ocultarlo, y lo transmite a sus colegas de profesión u oficio o a cualquier otra persona, o lo publica en algún medio de difusión. En este supuesto, no existiría el elemento subjetivo del que hablamos, ya que el poseedor del *Know how* no tiene voluntad alguna de mantener en secreto su información. Asimismo, la casualidad o el azar no pueden ser elementos sobre los que se construya la figura del secreto. La persona que desee proteger su secreto industrial deberá manifestar claramente su voluntad en tal sentido”²²

Por su parte, Font señala que dicho “elemento subjetivo es determinante para asegurar la protección legal del *Know*

17 HUANAY, Hugo, artículo “El contrato de licencia de know how y la regulación de las obligaciones de confidencialidad y no competencia” en “Contratos civiles y modernos de empresa”, Editorial MFC Editores, Lima, tercera edición 2010, p. 129.

18 CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo Op.Cit., p. 44.

19 Como es conocido, los requisitos de patentabilidad de un conocimiento son: novedad, altura inventiva y ser susceptible de aplicación industrial.

20 El conocimiento objeto del Contrato de Know How, no necesariamente debe ser novedoso, no obstante, si tiene un valor económico en el campo de la industria o comercio, existirían razones para preservar en secreto dicha información o conocimiento.

21 CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo, Op. Cit., pp. 17-18.

22 ANTAY BOLAÑOS, Antonio. *El Know How: sus elementos constitutivos y su protección jurídica*. 2008. Lima, p. 30.

How, ya que sin el ánimo manifiesto de preservar secreta una información determinada, no concurrirán todos los requisitos imprescindibles para configurar el secreto empresarial. Esta voluntad deberá, en todo caso, de manifestarse a través de una cláusula contractual, en donde se especifique debidamente en qué consiste el secreto a guardar.²²³

Entonces, para que se configure una auténtica voluntad para asegurar la protección legal del *Know How*, no es suficiente una declaración expresa o cierta conducta que indique tal intención. Es necesario que adicionalmente a esa intención, se establezcan medidas complementarias para lograr dicho propósito.

Se dice que el objeto del carácter secreto del *Know How* es considerado como el pilar y base fundamental para mantener el éxito y logro de una empresa. Es por esa razón que si la empresa desea conservar su posición en el mercado debe ser muy cautelosa, en cuanto a la confidencialidad del secreto del *Know How*.

El conocimiento debe mantenerse en reserva, es por ello que el titular de él deberá llevar a cabo una serie de actos tendentes a conservar fuera del alcance de terceros o personas no autorizadas, tal información. El conocimiento y/o información materia del contrato, debe permanecer en secreto en el sentido que sólo es de conocimiento de ciertas personas, quienes en principio son las partes del contrato y sus colaboradores (trabajadores o contratistas autorizados).

Como consecuencia de esta característica, es usual que los contratos de *Know How* incorporen una cláusula de confidencialidad que resulte exigible incluso después de culminada la relación contractual.

d) Conocimiento debe ser substancial

Se refiere, como lo expresa Chervin de Katz, a conocimiento “que incluye información importante para la venta de mercaderías o el suministro de servicios a consumidores finales y, en particular para el procesamiento y presentación de mercadería”. Es decir, información relevante que puede estar vinculada a nuevos procesos, procedimientos, técnicas y estrategias.

El transmitente del *Know How* desea que su propiedad y sus conocimientos guarden ciertos esquemas de producción y distribución en lo que respecta a la utilización y explotación de él, es entonces así que debe acompañar la transmisión del *Know How* con una serie de recomendaciones brindadas en información para que pueda lograrse un adecuado manejo.

e) Conocimiento debe ser útil

Para que el *Know How* tenga la debida protección jurídica deberá ser susceptible de valoración económica, y esto será consecuencia de la ventaja competitiva que nos ofrece. En ese orden de ideas, el *Know How* tendrá valor económico en el mercado sólo si aporta un mejoramiento

para el desarrollo de la actividad comercial o industrial, ya que de otro modo no tendría ningún atractivo para su obtención por parte de los agentes económicos.

Con el conocimiento que se brinda a través del contrato de *Know How* se obtendrá una ventaja competitiva que significará un mejoramiento para la evolución de la actividad comercial o industrial. Precisamente, es esa utilidad que brinda el conocimiento que se transmite con el *Know How* la que lo hace atractivo y por ello, existe quienes se encuentran dispuestos a pagar una retribución para acceder a dichos conocimientos.

f) Conocimiento debe ser identificado

Como lo sostiene Calegari, el conocimiento es identificado “por el hecho que el *Know How* deba estar descrito de una manera suficientemente completa para permitir verificar que cumple las condiciones de secreto y substancialidad”²²⁴.

III.2. Función económica

La finalidad o causa del Contrato de *Know How*, es el otorgamiento de conocimientos especializados. Dichos conocimientos pueden licenciarse por un plazo determinado o transmitirse de manera definitiva. Estos conocimientos podrán ser utilizados o explotados, dado quien los recibe se encontrará legitimado para estos efectos.

Si bien con la celebración del contrato de *Know How* no se asegura el éxito, la suscripción de este contrato asegura una posición de ventaja en el mercado respecto al área en que se usará el “conocimiento”.

IV. CONCLUSIONES

El Contrato de *Know How* es un contrato atípico. Sus elementos esenciales no se encuentran en una ley, sino en la práctica comercial que es reconocida en las distintas definiciones aportadas por la doctrina.

El Contrato de *Know How* tiene como elemento mínimo negocial a la transmisión, ya sea temporal o definitiva, de conocimientos, procedimientos o experiencias de orden técnico o comercial. Dichos conocimientos deben reunir las características de ser un conocimiento: (i) no patentado, (ii) secreto (para personas ajenas o no autorizadas), (iii) útil, (iv) substancial e (v) identificado. El pago de una retribución o regalía, a cambio de la transmisión de los conocimientos, generalmente es incluido en un Contrato de *Know How*, sin embargo, no constituye un elemento esencial de esta figura dado que se admite también que la misma sea a título gratuito.

La función económica del Contrato de *Know How* consiste en la transmisión de conocimientos que podrán ser utilizados o explotados por quienes se encuentren autorizados para dichos efectos.

23 FONT SEGURA, Albert, “La protección internacional del secreto empresarial”, Editorial Eurolex, Madrid, 1999, p. 51.

24 CALEGARI DE GROSSO, Lydia. Franchising. Contratos Atípicos. Némesis. Buenos Aires. 1996, p. 78.