

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA EN ÁRABE



Este Contrato de Distribución Exclusiva en Árabe lo utilizan aquellas empresas que quieren contratar un distribuidor para promocione y venda sus productos en países como Arabia Saudí, Emiratos o Egipto. El Contrato incluye todas las cláusulas más importantes para este tipo de contratos tales como: obligaciones del distribuidor, suministro de productos, pago, confidencialidad, ley aplicable y jurisdicción. Este [Contrato de Distribución Exclusiva en Árabe](#) está redactado en inglés y árabe (versión bilingüe) e incluye una Guía sobre *Negociación de Contratos en Países Árabes*.

EXCLUSIVE DISTRIBUTION CONTRACT

عقد توزيع حصري

This Contract is made this on the [INSERT DATE]

تم إبرام هذه الاتفاقية بتاريخ [إدخال التاريخ]

BETWEEN:

بين:

1. [INSERT NAME OF COMPANY], a company registered in [INSERT ADDRESS AND COUNTRY] under Registration no. [INSERT NUMBER] issued on [INSERT DATE] and represented by Mr. [INSERT FULL NAME], as [INSERT TITLE] holding passport no [INSERT], (hereinafter referred as the "Principal");

1. [إدخال اسم الشركة] وهي شركة مسجلة في [إدخال العنوان واسم الدولة] بموجب رقم التسجيل [إدخال الرقم] الصادر بتاريخ [إدخال التاريخ] و يمثلها السيد [إدخال الاسم الكامل]، حامل جواز السفر رقم [إدخال]، (ويشار إليها فيما يلي باسم "الموكل")؛

And

و

2. [INSERT NAME OF COMPANY], a company registered in [INSERT ADDRESS AND COUNTRY] under Registration no. [INSERT NUMBER] issued on [INSERT DATE] and represented by Mr. [INSERT FULL NAME], as [INSERT TITLE] holding passport no [INSERT], (hereinafter referred the "Distributor")

2. [إدخال اسم الشركة] وهي شركة مسجلة في [إدخال العنوان واسم الدولة] بموجب رقم التسجيل [إدخال الرقم] الصادر بتاريخ [إدخال التاريخ] و يمثلها السيد [إدخال الاسم الكامل]، حامل جواز السفر رقم [إدخال]، (ويشار إليها فيما يلي باسم "الموزع")

WHEREAS:

حيث أن:

1. The Principal is in the business of *manufacturing / supplying* _____ (the "Products") and wishes to appoint a distributor in [INSERT REGION/S OR COUNTRY/IES] (the "Territory"); and

1. الموكل في أعمال صناعة / توريد _____ ("المنتجات") و يرغب في تعيين موزع في [إدخال المنطقة/المناطق أو الدولة/الدول]

2. The Distributor has significant marketing experience in the Territory and wishes to act as the distributor for the Products of the Principal in the Territory. و 2. لدى الموزع خبرة تسويقية مميزة في الإقليم ويرغب في العمل كموزع لمنتجات الموكل في الإقليم.

NOW IT IS HEREBY AGREED AS FOLLOWS:

وعليه تم الاتفاق في هذه الاتفاقية على ما يلي:

1. APPOINTMENT OF THE DISTRIBUTOR

1. تعيين الموزع

The Principal hereby appoints the Distributor as its exclusive distributor for the Products in the Territory, and the Distributor accepts such appointment, subject to the terms and conditions of this Contract.

يعين الموكل بموجب هذه الاتفاقية الموزع كموزع حصري بما يتعلق بمنتجاته في الإقليم، و يقبل الموزع بهذا التعيين، وفق شروط و أحكام هذه الإتفاقية.

2. DURATION OF THE CONTRACT

2. مدة هذه الإتفاقية

This Contract shall come into force on the [INSERT DATE] and is for an indefinite period subject to termination by either party in accordance with Clause 18 (the "Term").

يجب أن تبدأ هذه الإتفاقية في [إدخال التاريخ] و تستمر لمدة غير محددة و يمكن إنهاؤها من قبل أي من أطرافها وفقاً للبند "18" ("المدة")

OR

أو

This Contract shall come into force on the [INSERT DATE] and is for a fixed period of [INSERT] months/years subject to earlier termination by either party in accordance with Clause 18 (the "Term").

يجب أن تبدأ هذه الاتفاقية في [إدخال التاريخ] و تستمر لمدة محددة من [إدخال] شهراً / سنة و يمكن اقتصار مدتها من قبل أي من أطرافها وفقاً للبند "18" ("المدة")

3. OBLIGATIONS OF THE DISTRIBUTOR

3. موجبات الموزع

- 3.1. The Distributor shall perform its obligations under this Contract in good faith and shall use its best endeavours to promote, develop and increase the sales of the Products in the Territory.

- 1.3 يجب أن يؤدي الموزع التزاماته بموجب هذه الاتفاقية بحسن نية و يجب أن يبذل أقصى جهوده لترويج و تطوير و زيادة مبيعات المنتجات في الإقليم.

Esta es una muestra de 2 páginas de 11 del Contrato de Distribución para Países Árabes.
Si desea obtener más información sobre este Contrato haga clic en:

[CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA PARA PAISES ÁRABES](#)

GUÍA DE NEGOCIACIÓN DE CONTRATOS EN PAÍSES ÁRABES

LOS PAÍSES ÁRABES: DOS GRANDES ÁREAS GEOGRÁFICAS

Los países árabes constituyen una región diversa en geografía, etnia, religión, así como prácticas culturales y protocolo de negocios. La heterogeneidad del mundo árabe significa que es necesario profundizar en algunos detalles de la forma de hacer negocios en cada país, para aprovechar las oportunidades que se brindan a los negociadores extranjeros. Uno de los aspectos que hay que conocer son las particularidades que tiene los árabes en cuanto a la negociación y firma de contratos con empresas extranjeras.

El mundo árabe es muy amplio. Está compuesto por cerca de veinte países, muchos de ellos antiguas colonias del Reino Unido y Francia. En base a este pasado colonial y a la ubicación geográfica, los países árabes se pueden dividir en dos grandes grupos:

- **Países de Oriente Próximo:** están ubicados en la península arábiga y zonas adyacentes. Algunos de ellos forman parte del Consejo de Cooperación de Golfo. Por influencia y tradición británica, los tipos de contratos se basan en el derecho anglosajón (*Common Law*) que es flexible e interpretativo en la resolución de conflictos. Algunos de estos países son: Arabia Saudí, Egipto, Emiratos Árabes, Jordania o Kuwait.
- **Países del Norte de África:** son aquellos que se ubican en la zona denominada del Magreb. Antiguas colonias de Francia, el sistema legal de estos países a efectos de las prácticas contractuales, se basa en el llamado derecho continental europeo (*Civil law*) que deja menos libertad en la interpretación de las cláusulas de los contratos que el derecho anglosajón.

WASTA: INTRODUCIRSE A TRAVÉS DE CONTACTOS PERSONALES O INTERMEDIARIOS

La cultura empresarial en los países árabes se basa en un sistema comúnmente conocido como *Wasta*, que sigue esa conocida máxima de "No es lo que sabes sino a quién conoces". En el mundo árabe, esta es la forma habitual de hacer negocios y no tiene ninguna implicación negativa, sino simplemente es algo que pertenece a la vida cotidiana en su mundo de negocios. También prevalece un sistema de favores prestados y devueltos. Si un socio comercial árabe pide un favor, hay que tratar de cumplirlo o, al menos, dar la apariencia de que se ha hecho todo lo posible. Nunca hay que negarse cuando lo pide alguien que forma parte del *Wasta*. Incluso si no logra obtener el contacto o aquello que se ha pedido, el esfuerzo y dedicación para conseguirlo serán recordados, valorados y, seguramente, compensados en un futuro.

LA CONFIANZA ES LA CLAVE EN EL MUNDO DE NEGOCIOS ÁRABE

Aunque la importancia de las relaciones personales está cambiando a medida que los países árabes adquieren prácticas comerciales occidentalizadas, para muchos árabes no existe separación entre la vida personal y profesional, y como tal, un socio comercial también debe considerarse un amigo potencial.

Es necesario organizar reuniones presenciales ya que la capacidad de generar confianza aumenta considerablemente en este entorno – si las partes no se conocen personalmente, las negociaciones por mail o teléfono no son efectivas –. Los árabes prefieren dedicar un tiempo a conversaciones de tipo personal antes de que se mencione el propósito de la reunión y se empiece a hablar de negocios. Todo ello forma parte de la necesidad de otorgar un cierto carácter de amistad a las relaciones de negocios.

Esas conversaciones preliminares son muy importantes para establecer relaciones comerciales amistosas. Hay que estar preparado para responder a preguntas sobre el viaje, la familia, la opinión del país que está visitando, eventos deportivos, etc. Es una buena idea tener algunas anécdotas o historias para responder a posibles preguntas, así como repetirles las preguntas que ellos hacen. Es muy habitual que pregunten por la salud de la familia, los hijos, etc. En este sentido es importante evitar preguntas específicas sobre los miembros femeninos de su familia, ya que esto puede ofender en muchos países árabes que son poligámicos.

REUNIONES DE NEGOCIOS EN PAÍSES ÁRABES

Aunque puede cambiar de un país a otro y, de hecho, de empresa a empresa, las reuniones de negocios tiende a confirmarse a última (unos días antes), a diferencia de otras partes del mundo donde las reuniones iniciales deben concertarse con semanas, si no con meses de anticipación. Hay que organizar las reuniones con poca anticipación y asegurarse de confirmarlas por teléfono el día anterior.

Lo primero a tener en cuenta en las reuniones de negocios en el mundo árabe es que el concepto de puntualidad es diferente al mundo occidental. No hay que sorprenderse si la contraparte llega hasta media hora tarde, a veces más. El tiempo transcurre de una manera diferente y más relajada; hay que adaptarse a este uso del tiempo y no frustrarse. Dicho esto, es recomendable que el negociador extranjero, como visitante, se presente a tiempo en señal de respeto a su anfitrión.

En el mundo árabe, las reuniones tienden a estructurarse de manera muy diferente al mundo occidental. Hay que esperar una estructura mucho más circular en comparación con las tendencias rígidamente lineales de la mayoría de las prácticas comerciales occidentales. Lo más probable, incluso en reuniones importantes, es que no haya orden del día. Después de unos minutos (hasta treinta minutos o más) de charla informal, se abordará el tema de los negocios. Muy probablemente la persona de mayor rango de la parte árabe será quién tome la iniciativa y dirija la reunión.

NEGOCIACIONES CON SU SOCIO COMERCIAL ÁRABE: EL PRECIO ES EL ELEMENTO CLAVE

Es crucial recordar que las sociedades árabes fueron y en muchos aspectos siguen siendo sociedades comerciales tradicionales y que, por tanto, es normal esperar que un hombre de negocios árabe trate de obtener el mejor precio

en una negociación. El negociador árabe, después de un largo y duro proceso negociador, si no está convencido de que ha conseguido el mejor precio, no llegará a un acuerdo.

Por ello en las primeras ofertas, las empresas extranjeras tienen que presentar unas condiciones y unos precios que realmente se puedan mejorar mucho a lo largo de la negociación. Para los árabes, la amistad comercial - un aspecto muy importante para hacer negocios -, consiste en que el vendedor va mejorando lentamente el precio hasta convencer al comprador de que ha llegado al límite. Un proceso similar al de la compra de cualquier producto por un turista en un zoco árabe.

RITMO LENTO EN LAS NEGOCIACIONES

En el mundo árabe, el ritmo de las negociaciones suele ser mucho más lento que en el mundo occidental: hay que ser paciente y no intentar apresurar a la otra parte para llegar a un acuerdo. La misma paciencia es crucial cuando se trata con la burocracia y el papeleo prevaleciente en la gran mayoría de países árabes. El tiempo y el esfuerzo necesarios para obtener visas, permisos de importación, licencias y otros documentos necesarios pueden ser desmoralizante, pero hay que ser consciente de ello y no "arrojar la toalla".

Otra diferencia en la forma en que los árabes negocian es la mentalidad tribal o asociativa. La mayoría de las sociedades árabes todavía se remontan a sus orígenes tribales, aunque políticamente se han alejado de esta estructura y los países están gobernados por reyes o presidentes con enormes poderes, no compartidos. Esta mentalidad tribal, puede influir en las negociaciones, ya que es probable que el negociador principal quiera discutir la decisión con todo su equipo antes de firmar un acuerdo; por lo tanto y, nuevamente, hay que dar más tiempo para que concluyan las negociaciones con éxito.

EVITAR EL ENFRENTAMIENTO

Otro aspecto a tener en cuenta, es que a los negociadores árabes no les gusta nada que se les contradiga delante de sus compañeros y, mucho menos, que se demuestre que están equivocados, si este fuera el caso. Hay que estar atento para no mostrarse abiertamente en desacuerdo con alguien presente en la reunión, independientemente de su rango. Hay que evitar mostrarse directamente en desacuerdo o contradecir a alguien durante las reuniones. Decirle a alguien que está equivocado es una forma segura de hacer que se sienta muy molesto, lo que significa que no querrá llegar a un acuerdo. Los desacuerdos hay que solucionarlos de forma indirecta con frases como: "Para avanzar, creo que podría ser mejor ..." o "según mi experiencia, sería más eficaz", "valdría la pena considerar la posibilidad de"

COMUNICACIÓN NO VERBAL

El lenguaje corporal adquiere una gran importancia en el contexto árabe, ya que el desacuerdo público no es aconsejable. Hay que estar atento a todos los signos habituales de reacciones positivas y negativas a través del lenguaje corporal ya que pueden ser más indicativos de la opinión de un negociador árabe, que de lo que transmite verbalmente.

A los negociadores árabes –igual que a negociadores de culturas tradicionales como la asiática o la latinoamericana– no les gusta decir “no”. Por ello, los gestos y actitudes son la mejor forma de intuir cuál es su posición con respecto a los negocios propuestos.

En el ámbito del lenguaje corporal hay que recordar que en el protocolo árabe cruzar las piernas al sentarse y mostrar la suela del zapato a alguien en el transcurso de una reunión, o señalar con el pulgar hacia arriba, se consideran gestos groseros.

También es necesario hacer una referencia al espacio personal en el mundo árabe. Los árabes, a menudo, se dan mucho menos espacio personal de lo que es usual en Occidente, y como tal se pararán o se sentarán mucho más cerca de la otra persona, se tocan más y tal vez incluso se toman de la mano cuando van juntos a algún lugar. Esto, aunque es muy inusual desde el punto de vista occidental, es simplemente una diferencia cultural, a la que no hay que dar mayor importancia.

CONSIDERACIONES RELIGIOSAS CUANDO SE HACEN NEGOCIOS EN PAÍSES ÁRABES

Un aspecto que debe quedar claro al hacer negocios en los países árabes es que la cultura y la religión son inseparables. La religión es una fuerza permanente que tiene efectos muy significativos en la forma de hacer negocios; de ahí la importancia para el negociador extranjero de conocer la religión musulmana y respetar sus principios, que tienen una influencia notable en el protocolo y la cultura de negocios árabe.

Los musulmanes están obligados a rezar 5 veces al día. Los tiempos de oración se anuncian mediante el llamado a la oración que suena en las mezquitas locales y también se notifica en los periódicos. Los tiempos de las 5 oraciones son los siguientes:

1. Al-Fajr – Al amanecer.
2. Al-Zuhr - Mediodía, después de que el sol ha alcanzado su punto más alto en el cielo
3. Al-‘Asr - Final de la tarde
4. Al-Maghrib - Justo después de la puesta del sol
5. Al-‘Isha - Entre la puesta del sol y la medianoche

No todos los musulmanes irán a la mezquita a rezar, muchos prefieren rezar en casa o en la oficina. En las oficinas hay salas de oración separadas para hombres y mujeres. Cuando se planifican reuniones quizá sea necesario tener en cuenta los tiempos de oración. Los musulmanes tienen prohibido consumir tanto carne de cerdo como alcohol, y como tales, estos productos son difíciles de encontrar en muchos países árabes, llegando a ser ilegales en otros.

APLICACIÓN DE LEGISLACIONES NACIONALES: CONTRATOS DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN

Si bien las legislaciones nacionales árabes en cuanto al derecho mercantil son homologables a la de los países occidentales en el caso de ciertos países, Arabia Saudí y Emiratos entre otros, protegen a sus ciudadanos y empresas cuando hacen negocios con empresas extranjeras.

Así por ejemplo en los contratos de agencia y distribución con empresas extranjeras se exigen tres requisitos:

- Que el agente o distribuidor, si es persona física, tenga la ciudadanía del país, y si es una empresa, su capital sea propiedad en, al menos, un 51% de nacionales del país.
- Que tenga una licencia comercial en vigor y que esté debidamente inscrita en el Ministerio de Economía.
- Que en dichos contratos existe un pacto de exclusividad y, en caso de que no se haga mención a ello en el contrato, la legislación local la dará por supuesta.

Arbitraje para la resolución de conflictos

Con la excepción de Egipto, ningún país árabe es miembro firmante de la Convención de Viena sobre Contratos de Compraventa Internacional (CISG) en la que se establece una legislación supranacional para resolver conflictos en las operaciones de exportación e importación entre empresas de los países miembros.

Este hecho, unido a la percepción de falta de seguridad jurídica por parte de las empresas extranjeras en cuanto a los sistemas judiciales de ciertos países árabes, ha provocado que la resolución de conflictos comerciales entre empresas árabes y occidentales se sometan, normalmente, al arbitraje internacional, preferentemente en un tercer país.

MODELOS DE CONTRATOS INTERNACIONALES



CONTRATOS INTERNACIONALES EN ESPAÑOL

- Contrato de Compraventa Internacional
- Contrato de Distribución Internacional
- Contrato de Agencia Comercial Internacional
- Contrato de Representación Comercial Internacional
- Contrato de Intermediación Comercial Internacional
- Contrato de Joint Venture Internacional
- Contrato de Alianza Estratégica Internacional
- Contrato de Franquicia Internacional
- Contrato Internacional de Servicios
- Contrato Internacional de Consultoría
- Contrato Internacional de Transferencia de Tecnología
- Contrato Internacional de Licencia de Marca
- Contrato Internacional de Suministro
- Contrato Internacional de Fabricación
- Contrato de Agente de Compras Internacional
- Contrato de Servicios Logísticos
- Contrato de Exportación
- Contrato de Confidencialidad
- Contrato de Trabajo para Expatriado
- Memorándum Entendimiento Distribución Internacional
- Memorándum de Entendimiento para Joint Venture
- **Pack 10 Contratos en Español**
- **Pack Todos los Contratos en Español**



CONTRATOS INTERNACIONALES EN INGLÉS

- International Sale Contract
- International Distribution Contract
- International Commercial Agency Contract
- International Sales Representative Agreement
- Intermediary Contract for Trade Operations
- International Joint Venture Contract
- International Strategic Alliance Agreement
- International Franchise Contract
- International Services Contract
- International Consulting Contract
- International Technology Transfer Agreement
- International Trademark License Agreement
- International Supply Contract
- International Manufacturing Contract
- International Buying Agent Contract
- Logistics Services Contract
- Export Contract
- Confidentiality Agreement
- Expatriate Contract of Employment
- Memorandum Understanding International distribution
- Memorandum of Understanding for Joint Venture
- **Pack 10 Contracts in English**
- **Pack All Contracts in English**



CONTRATOS INTERNACIONALES EN FRANCÉS

- Contrat de Vente Internationale
- Contrat de Distribution Internationale
- Contrat d'Agent Commercial International
- Contrat de Représentation Commerciale Internationale
- Contrat de Joint Venture Internationale
- Contrat de Franchise Internationale
- Contrat International de Services
- Contrat International d'Approvisionnement
- Contrat International de Fabrication
- Contrat de Confidentialité
- Protocole d'Accord pour Distribution Internationale
- Protocole d'Accord pour Joint Venture Internationale
- **Pack Tous les Contrats en Français**



CONTRATOS INTERNACIONALES EN ALEMÁN

- Internationaler Kaufvertrag
- Internationaler Vertriebsvertrag
- Internationaler Handelsvertretervertrag
- Internationaler Vertretungsvertrag
- Internationaler Joint Venture Vertrag
- Internationaler Franchisevertrag
- Internationaler Dienstleistungsvertrag
- Internationaler Liefervertrag
- Internationaler Herstellungsvertrag
- Geheimhaltungsvereinbarung
- Absichserklärung Internationalen Vertriebsvertrag
- Absichserklärung Joint Venture
- **Pack Alle Verträge in Deutscher**

