

# CONTRATO DE SUMINISTRO EN ÁRABE



Este Contrato de Suministro en Árabe lo utilizan fabricantes extranjeros que quieren suministrar productos a clientes árabes bien sea con su propia marca o con la marca del cliente durante un cierto período de tiempo y a precios predeterminados. El Contrato incluye todas las cláusulas más importantes para este tipo de contratos tales como: productos a suministrar, condiciones de entrega, etiquetado, precios, confidencialidad, ley aplicable y jurisdicción, etc. Este [Contrato de Suministro en Árabe](#) está redactado en inglés y árabe (versión bilingüe) e incluye una Guía sobre *Negociación de Contratos en Países Árabes*.

## SUPPLY CONTRACT

THIS SUPPLY CONTRACT (this "Contract") is made and entered into as of [INSERT DATE] (the "Effective Date") by and BETWEEN:

[INSERT], a company duly organized under the laws of [INSERT], having a registered address at [INSERT] represented by purposes of this Contract by [INSERT FULL NAME] as its [INSERT TITLE] (hereinafter referred to as the "Supplier");

AND

[INSERT], a company duly organized under the laws of [INSERT], having a registered address at [INSERT] represented by purposes of this Contract by [INSERT FULL NAME] as its [INSERT TITLE] (hereinafter referred to as the "Buyer").

## RECITALS

**WHEREAS**, subject to the terms and conditions contained in this Contract and the applicable Exhibits (as hereinafter defined) attached hereto, Supplier desires to supply to Buyer, and Buyer desires to purchase and receive from Supplier, the Products (as hereinafter defined) for marketing, distribution and sale by Buyer upon the terms and conditions set forth in this Contract

## عقد توريد

تم إبرام عقد التوزيع هذا ("الإتفاقية") بتاريخ [إدخال التاريخ] ("تاريخ السريان") بين:

[إدخال]، شركة تأسست وفقاً للقوانين المعمول بها في [إدخال]، ولها عنوان مسجل في [إدخال]، وتمثل لأغراض هذا العقد من طرف [إدخال الاسم الكامل]، بصفته [إدخال المنصب]، (ويشار إليها في هذه الإتفاقية باسم "المورد")

و

[إدخال]، شركة تأسست وفقاً للقوانين المعمول بها في [إدخال]، ولها عنوان مسجل في [إدخال]، وتمثل لأغراض هذا العقد من طرف [إدخال الاسم الكامل]، بصفته [إدخال المنصب]، (و يشار إليها في هذه الإتفاقية باسم "المشتري")

## المقدمة

حيث أن، بناء على الأحكام و الشروط الواردة في هذه الإتفاقية و إلى و إلى العروض المطبقة ( كما عرفت أدناه) و المرفقة في هذه الإتفاقية، يريد المورد التوريد إلى المشتري و يريد المشتري الشراء و الإستلام من المورد، المنتجات ( كما عرفت أدناه) لتسويقها و توزيعها و البيع يكون عن طريق المشتري وفقاً للأحكام

and the applicable Exhibit hereto.

و الشروط المذكورة في هذه الإتفاقية و العروض المطبقة فيها.

NOW, THEREFORE, the parties hereto, intending to be legally bound, hereby agree as follows:

اتفق الأطراف في هذه الإتفاقية على الإلتزام بها، و تم الإتفاق على ما يلي:

## 1. DEFINITIONS

1. التعاريف

1.1 The following words, terms and phrases, when used herein, shall have the following respective meanings:

1.1 الكلمات و الأحكام و العبارات التالية، حين استخدامها في هذه الإتفاقية، يجب أن يكون لها المعاني المحددة التالية:

“Exhibit” shall mean any Exhibit attached to this Contract, as applicable.

“العرض” يجب ان يعني اي عرض مرفق بهذه الإتفاقية، إذا كان مطلوباً.

“Intellectual Property” means (i) copyrights and any other rights to any form or medium of expression; (ii) Supplier Trade Secrets, privacy rights and any other protection for confidential information or ideas; (iii) patents and patent applications; (iv) any items, information or theories which are protectable or registered under any copyright, patent, trade secret, confidentiality or other similar laws; (v) trademarks, service marks, trade-dress and trade names; and (vi) any other similar rights or interests recognized by applicable law; in each case associated with or of the Products but not including any of the foregoing to the extent developed or created by or for Buyer or embodied in any work product developed or created by or for Buyer (including, without limitation, any trademarks and service marks of Buyer used or held for use in connection with the sale or distribution of Products as permitted pursuant to the terms of this Contract).

“الملكية الفكرية” تعني (1) حق المؤلف و أي من الحقوق الأخرى على أي شكل أو وسيلة تواصل أو تعبير؛ (2) أسرار المورد التجارية، حقوق الخصوصية و أي حماية أخرى للأفكار و المعلومات السرية؛ (3) براءات الإختراع و معاملات براءات الإختراع؛ (4) أي من الأشياء، المعلومات أو النظريات القابلة للحماية أو المسجلة تحت أي حق من حقوق المؤلف، براءات الإختراع، السر التجاري، السرية أو القوانين الأخرى المشابهة؛ (5) العلامات التجارية، العلامات الخدمائية و الأسماء التجارية؛ و (6) و أي من الحقوق و المصالح الأخرى المشابهة المعرفة بالقوانين المطبقة؛ في كل حالة ترتبط فيها بالمنتجات و لكن ما سبق لا ينطبق على المنتجات الأخرى المطورة أو المصنعة بواسطة المشتري أو بناء على طلبه أو متداخلة في عمل أي منتج مطور أو مصنع بواسطة المشتري أو بناء على طلبه (يتضمن، على سبيل المثال و ليس الحصر، أي علامات تجارية أو علامات خدمائية للمشتري يتم إستخدامها أو يعد لإستخدامها في ما يتعلق بالبيع أو توزيع المنتجات المسموح بها بناء على أحكام هذه الإتفاقية).

.....  
Esta es una muestra de 2 páginas de 22 del Contrato de Suministro para Países Árabes.

Si desea obtener más información sobre este Contrato haga clic en:

[CONTRATO DE SUMINISTRO PARA PAÍSES 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**

