

Universidad de Atacama
Facultad de Ciencias Jurídicas
Carrera de Derecho

“LOS CONTRATOS DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL -COMO MEDIO PARA LA EXPORTACIÓN-
SUS DEFINICIONES, CARACTERÍSTICAS Y EFECTOS ¿ES SUFICIENTE LA REGULACIÓN NORMATIVA?”

“Tesis presentada en conformidad a los requisitos para obtener el grado de Licenciado en Ciencias
Jurídicas y Sociales”

Profesor Guía: Miguel Acuña

Priscilla D. Cortés

2014

ÍNDICE:

Introducción:	1
“La contratación mercantil moderna: el contrato de agencia y distribución en la exportación y su regulación en la legislación Chilena”	1
Capítulo I: La legislación comercial Chilena en cuanto a contratación mercantil:	4
1. El derecho comercial, su aspecto internacional y el comercio exterior:	4
2. CONTRATO COMERCIAL:	9
2.1 Generalidades:	9
2.2 Contrato mercantil:	11
Capítulo II: El contrato de agencia y distribución en el Derecho comercial moderno	14
1. Contratación mercantil moderna:	14
2. EL CONTRATO DE AGENCIA:	15
2.1. Origen y principios:	15
2.2. Concepto:	15
2.3. Características:	17
3. EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN:	19
3.1. Origen y principios:	19
3.2. Conceptos:	20
3.3. Características:	21
4. Relación con otros contratos mercantiles:	22
5. Legislación comercial en cuanto a contrato de agencia y distribución:	23
6. Legislación supletoria:	24
7. Visión doctrinal:	26
Capítulo III: Derecho Comparado	28

1. La experiencia Europea respecto a los contratos de Agencia y Distribución:	28
1.1. España:	30
1.1.1. Agencia:	30
1.1.2. Distribución:	33
2. UNA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA:	34
2.1. Colombia:	34
2.1.1. Agencia:	34
2.1.2. Distribución:	35
Capitulo IV: “Las exportaciones en la región de Atacama”	37
1. EL CONTRATO DE EXPORTACIÓN:	37
Conclusiones:	42
“Anexos”	46
Anexo 1.	46
Anexo 2.	50
Bibliografía	52

INTRODUCCIÓN:

“LA CONTRATACIÓN MERCANTIL MODERNA: EL CONTRATO DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN EN LA EXPORTACIÓN Y SU REGULACIÓN EN LA LEGISLACIÓN CHILENA”

El comercio es una actividad en constante cambio, no hay derecho más dinámico que el que lo rige, y por ello la legislación mercantil a lo largo de la historia ha sido objeto de distintas revoluciones en cuanto a la forma de llevar a cabo la actividad en cuestión.

Hoy en día, su aspecto más importante está en el ámbito internacional; la realidad es que el principal desarrollo económico de un país generalmente se fundamenta en las relaciones comerciales que éste sostiene en diversos escenarios, ya sea con otras economías directamente, o por medio de los diversos organismos internacionales que buscan condiciones más favorables en el mercado mundial.

Chile ha sido ejemplo claro de esto en los últimos años, la principal política económica, se enfoca en captar inversionistas extranjeros y darle promoción a la exportación de los productos nacionales.

Con este mismo fin, debemos reconocer que nuestro país ha dado prioridad a la celebración de acuerdos, y tratados internacionales con los cuales se les ha abierto, literalmente, un mundo de posibilidades a los comerciantes en general, en cuanto extender sus actividades comerciales más allá de las fronteras nacionales.

Ahora, enfocado más al tema que se pretende abordar en la presente, las exportaciones han constituido fuente importante de la actividad comercial del Estado. Como antes se dijo, se le ha dado especial relevancia durante el último tiempo a la promoción de ésta, especialmente a la de las pequeñas y medianas empresas.

En el mismo escenario, el “cómo” exportar es el principal punto a abordar, cuestión que tal vez no resulte de especial consideración para las grandes empresas pero que para las pymes es definitivamente un punto a resolver si se busca expandir, desarrollar, o simplemente mejorar la actividad que ellas llevan a cabo.

Ahora, teniendo estas, menos recursos, y siempre viéndose enfrentadas a los grandes exportadores ciertamente el escenario puede resultar desalentador, y en ese sentido muy desfavorable como para arriesgar tanto. La práctica deja ver esta realidad, pues lo cierto es que en la búsqueda de nuevas fronteras, a estos pequeños y medianos empresarios, la única opción que les queda es optar por un

exportador experimentado que haga los negocios “internacionales” por ellos, pero ¿Qué instrumento jurídico regula esto? ¿Cuál es la normativa de carácter mercantil que se utiliza para ello?

El derecho comercial ciertamente viene dado, muchas veces, por la costumbre que se genera entre los mismos comerciantes y en tal sentido, a veces es, a lo menos dificultoso, encontrar una norma que se adecue correctamente a la práctica comercial, y del mismo modo, difícil es a veces encontrar una solución a las controversias que puedan surgir entre las partes.

Con todo lo dicho anteriormente, no se puede obviar la contratación mercantil moderna, tema que surge principalmente en los últimos años del pasado siglo, y toma aún más fuerza en el periodo actual considerando las nuevas condiciones en las que se desarrolla la actividad.

Así surgen figuras contractuales con el claro objetivo de adecuarse a la rutina comercial, estos son por ejemplo, el know-how, la franquicia o los que se abordarán aquí: la agencia y la distribución.

Estos dos contratos mencionados, no necesariamente se encuentran delimitados, por el mismo hecho de que nacen de una necesidad práctica, y por lo general las percepciones doctrinales al respecto son variadas, razón por la que además, en diversos Estados se han ido -dentro de los últimos años- ajustando y regulando en sus respectivas legislaciones.

Por otro lado el comercio, debe adecuarse a distintos escenarios, según sea la característica del negocio que se intenta llevar a cabo; los contratos mencionados de hecho, son generalmente utilizados como una forma de distribuir mercaderías.

Entonces, es en el mismo sentido que en el presente trabajo se intentará conocer estas posibilidades, analizando la realidad en la que están inmersos los mismos contratos, buscando identificar vacíos o dificultades en la interpretación o aplicación de estos, comenzando en la legislación nacional respectiva pero no limitándose a ella, tratando, por sobre todo, de hallar una respuesta a diferentes regulaciones normativas en un estudio comparativo de nuestra realidad local con la de otras legislaciones, que en la experiencia pudieran tener una solución definitiva del tema.

Por otro lado, y como se mencionó, la utilización de estos contratos reviste actualmente, de una importancia significativa en cualquier nivel del comercio, pero muy especialmente en las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas, las cuales en la práctica, son las que más dificultades encuentran al momento de negociar sus productos y en el mismo sentido requieren de

más protección, y tal vez, más beneficios en el plano normativo, razón por la que se reitera el punto anterior, y reafirma la intención de hallar los puntos débiles en nuestra legislación comercial, cuando de estos contratos se trata. De cualquier manera, la utilización de los mismos es reconocida por todos los autores, pero sus características no siempre son acordadas por ellos, o más allá: en lo general se asocian a contratos típicos, pero no siempre a los mismos.

La idea principal alrededor de esta temática, será entonces, conocer estas formas de contratación, tal vez encontrar en ellas un canal de exportación más eficiente que el que por lo general se utiliza, o quizás simplemente adecuarnos, como han hecho otras legislaciones, a ellos, dándole forma legal finalmente a la contratación moderna y así, comenzando a gestar una nueva época de relaciones comerciales en cuanto a nuestra especial legislación comercial.

CAPÍTULO I: LA LEGISLACIÓN COMERCIAL CHILENA EN CUANTO A CONTRATACIÓN MERCANTIL:

Es necesario para adentrarnos en la temática de fondo, mencionar ciertas generalidades de las que no escapa la contratación mercantil, pues ciertamente no podemos dirigirnos más allá de las fronteras nacionales sin antes conocer cuál es la legislación comercial que nos rige; además, sabemos que el comercio como actividad económica es dinámica, característica que traspasa al derecho comercial por cuestión lógica, y que por consiguiente origina ciertos planteamientos que deberán resolverse bajo el objetivo de la problemática planteada. Por lo mismo la necesidad de los temas planteados a continuación:

1. EL DERECHO COMERCIAL, SU ASPECTO INTERNACIONAL Y EL COMERCIO EXTERIOR:

El derecho comercial nace principalmente con la evolución que el comercio tuvo en la baja edad media, cuando el intercambio de bienes entre Europa y Medio oriente produce una mayor internalización del mismo. Con esto, y el trato que por consiguiente existía entre los comerciantes que se alzaban como una nueva “clase social”, la actividad se desarrollaba consuetudinariamente en la generalidad de las situaciones regulado sólo en casos excepcionales por algunas escasas y precarias normas de mayor antigüedad, que sólo constaban de forma recopilada en instrumentos como por ejemplo: “*Llibre del Consolat de mar*”. Pero con el crecimiento del comercio y su evidente complejidad éstas no dieron abasto y conjuntamente con la transición del sistema feudal se fueron transformando.

El surgimiento del Estado-nación significó la centralización del poder en el soberano (monarca) y como consecuencia, el soberano era quién estaba legitimado para crear normas válidas (...) No obstante, es necesario tener en mente que las leyes expedidas por los monarcas fueron resultado de las prácticas comerciales que se habían desarrollado con anterioridad. En este sentido, la costumbre como fuente del derecho aparentemente perdió importancia frente a la ley, pero siguió dando contenido a las normas jurídicas.¹

- ***La costumbre mercantil:*** Es necesario hacer a lo menos una breve referencia a la costumbre en cuanto derecho mercantil. Es fuente principal del derecho comercial en casi todas las

¹ Torres, María Susana Dávalos. <http://biblio.juridicas.unam.mx/>. *Biblioteca jurídico virtual*. [En línea] 2010. [Citado el: 10 de 09 de 2014.] <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/7/3259/3.pdf>.

legislaciones puesto que a partir de ella se conforma lo que actualmente entendemos como tal derecho. Como sostiene el autor Pablo Cardoso, a partir de ello, *“es importante afirmar que en el sistema de fuentes internacional la costumbre es principal y se encuentra al mismo nivel de los tratados, en ese mismo sentido se puede hallar a las decisiones judiciales, la doctrina y los principios generales de derecho adoptados por las naciones civilizadas. (...) De tal firma, en el ámbito internacional el derecho consuetudinario es muy importante y en algunos casos se constituye como la única manera de probar la existencia de normas que vinculen a todos los Estados, tal es el caso de la mayoría de los preceptos del derecho ambiental internacional, el derecho internacional humanitario y la responsabilidad internacional de Estado.*

Es así, como en el derecho internacional existen tres tipos de costumbres, entre ellas encontramos: la costumbre general, que vincula a todos los Estados y que para probarla no se necesita contar con la aprobación de todos, sino una muestra relevante de los mismos. La costumbre regional, la cual vincula a algunas partes por ejemplo, la costumbre latinoamericana (para probarla se requiere que la otra parte considere que el hecho es costumbre) y la costumbre especial que vincula a dos Estados específicos.

Por lo expuesto, es plausible afirmar, que la costumbre en el derecho internacional es muy importante, ya que a partir de ella, se ha logrado vincular una gran cantidad de Estados, frente a diversas temáticas que son muy relevante y que al no encontrarse en textos escritos en su mayoría en algunos casos se entiende como si no existiera una regulación frente al tema”²

De esta manera comienza a desarrollarse lo que actualmente entendemos como derecho comercial: *“una rama del derecho privado que estudia el conjunto de principios y normas que regulan los*

² CARDOSO, Juan Pablo. “La costumbre mercantil internacional como mecanismo de solución de conflictos en la contratación mercantil internacional en la Corte Suprema de justicia y Corte Constitucional Colombiana” *Universitas*. N° 7, Enero-diciembre (2010) pp. 121-142, p.126. En: http://www.javeriana.edu.co/juridicas/pub_rev/univ_est/documents/5Lacostumbre.pdf (visitado el 11/01/15)

*actos y contratos mercantiles y los derechos y obligaciones de los comerciantes*³ o el Derecho Comercial internacional: lo que de todas maneras dista del comercio como actividad humana, la cual se gesta casi desde los mismos orígenes que del ser humano.

1.2 DERECHO COMERCIAL INTERNACIONAL Y COMERCIO EXTERIOR

Con todo esto, y en el actual mundo globalizado, no se puede obviar el hecho de que además del código una importante fuente de regulación son los tratados internacionales que Chile ha ratificado, y no sólo eso, en el último tiempo las organizaciones y foros internacionales han entrado a tener un papel protagónico al momento de gestar acuerdos comerciales que facilitan y otorgan especiales ventajas para desarrollar la actividad.

En este sentido, la Organización Mundial del Comercio (OMC) es el principal ente internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Su núcleo está constituido por los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial. Estos instrumentos establecen las normas jurídicas fundamentales del comercio internacional. Son esencialmente convenios internacionales que obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de los límites convenidos. Aunque son negociados y firmados por los gobiernos, su objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. La mayor parte de los Estados -incluidos casi todos los principales Estados comerciantes- son miembros del sistema. (...) El propósito fundamental del sistema es el siguiente. Ayudar a que las corrientes comerciales circulen con la máxima libertad posible, siempre que no se produzcan efectos secundarios desfavorables. Esto significa en parte la eliminación de obstáculos. También significa asegurar que los particulares, las empresas y los gobiernos conozcan cuáles son las normas que rigen el comercio en todo el mundo, dándoles la seguridad de que las políticas no sufrirán cambios abruptos. En otras palabras, las normas tienen que ser “transparentes” y previsibles. Habida cuenta que los acuerdos son redactados y firmados por la comunidad de países comerciantes, a menudo

³ CONTRERAS STRAUCH, Osvaldo. Instituciones de Derecho Comercial. Tercera edición. Santiago: Legal publishing, 2011. p. 3

después de amplios debates y controversias, una de las funciones más importantes de la OMC es servir de foro para la celebración de negociaciones comerciales.⁴

Respecto a lo último es un claro ejemplo la reciente información sobre el Acuerdo de Facilitación de Comercio (AFC) pues 160 países convinieron un protocolo en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC) en pro de reducir barreras y eliminar distorsiones al intercambio de bienes. (...) Este acuerdo es una buena noticia para nuestro país que vende más del 40% de su producción en los mercados mundiales, pues reduce barreras y distorsiones al comercio, lo que a su vez facilita la incorporación y formación de cadenas regionales y globales de valor de nuestros exportadores. (ANEXO 1)

Es en el mismo sentido que funciona la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) que es el principal órgano jurídico del sistema de las Naciones Unidas en el ámbito del derecho mercantil internacional. De composición universal, dedicado a la reforma de la legislación mercantil a nivel mundial durante más de 40 años. (Su *función*) consiste en modernizar y armonizar las reglas del comercio internacional.

El comercio acelera el crecimiento, mejora el nivel de vida, crea nuevas oportunidades. Con el objetivo de incrementar estas oportunidades en todo el mundo, la CNUDMI formula normas modernas, equitativas, y armonizadas para regular las operaciones comerciales. Sus actividades son principalmente las siguientes:

- La elaboración de convenios, leyes modelo y normas aceptables a escala mundial.
- La preparación de guías jurídicas y legislativas, y la formulación de recomendaciones de gran valor práctico
- La presentación de información actualizada sobre jurisprudencia referente a los instrumentos y normas de derecho mercantil uniforme y sobre su incorporación al derecho interno
- La prestación de asistencia técnica en proyectos de reforma de la legislación

⁴ FERNANDEZ ROSAS, José. "El derecho del comercio internacional en el contorno de la globalización" *Escriba. Revista del Colegio de Notarios del Estado de México*, n° 5, (2000) pp. 161-230. P. 5, en: http://eprints.ucm.es/6869/1/EL_DERECHO_DEL_COMERCIO_INTERNACIONAL_EN_LA_GLOBALIZACION.PDF (visitado el 11/01/2015)

- La organización de seminarios regionales y nacionales sobre derecho mercantil uniforme.⁵

Un ejemplo de ello es la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, importante instrumento internacional con gran relevancia actual que por supuesto regula la compraventa, como su nombre lo indica. Sin embargo, respecto a los contratos de agencia o distribución aún nada han dicho en particular, eso sí, este organismo ha desarrollado una serie de modelos de contratos de carácter internacional entre los que se encuentran estos últimos; además, cuenta -como los demás- con grupos de trabajo destinados a desarrollar distintas actividades, entre ellos uno destinado exclusivamente a las pequeñas y mediana empresas.

También habrá que hacer referencia a la Unión Europea, que si bien, sus objetivos no se limitan a un carácter económico, este es un punto importante para la *Comunidad* en cuanto pretende siempre aunar los Estados miembros en base a normativa que en lo posible sea aplicable de igual forma a todos (cuestión que se tratará más adelante)

Esto son sólo algunos de los organismos internaciones que existen hoy en día para estrechar las relaciones internacionales entre los Estados. Constituyen por lo general fuente de la legislación domestica de cada uno de ellos, y si no, al menos, una buena instancia para gestar normativa actualizada.

Entonces, ya se ha dejado claro que el comercio es objeto del Derecho Comercial, o más bien, que el Derecho comercial es objeto del comercio; pues en el sentido ya expuesto es este último el cual da forma a las normas comerciales.

En Chile, particularmente el comercio ha tenido una evolución sorprendentemente rápida en un periodo de tiempo reducido en comparación a otras economías, inclusive, el movimiento de bienes de consumo y de servicios lo sitúa hoy en un lugar destacado dentro de la balanza comercial a nivel internacional, como uno de los principales exportadores del hemisferio sur.⁶

Nuestro país fue el primer país sudamericano en firmar un Tratado de libre comercio con Estados Unidos (en vigor desde 2004) y su pacto de cooperación con la Unión Europea, dentro del cual se

⁵ Disponible en: http://www.uncitral.org/uncitral/es/about_us.html (visitado el 11/01/2015)

⁶ Grupo Océano. *Enciclopedia escolar de Chile*. [ed.] Gil, Sampayo y Torras. Barcelona: Océano, 2011. p. 388. Vol. 2

inscribe un acuerdo de libre comercio, se remonta a 2002. Pero más allá de fortalecer su posición en dos de las áreas económicas más sólidas del planeta, Chile ha establecido otros acuerdos que le permiten diversificar y consolidar su comercio exterior, como su condición de miembro en el Foro de Cooperación Asia Pacífico (APEC) desde 1994; la firma del acuerdo de complementación Económica Chile-Mercosur en 1996; la ratificación del tratado de libre comercio con Corea del Sur (2004); las negociaciones que persiguen un acuerdo similar con dos gigantes asiáticos emergente, China e India, iniciadas ese mismo año; y su participación en la constitución de la comunidad Sudamericana de Naciones en diciembre de 2004, entre otros.

En cuanto a lo mismo es que surge la importancia actual de las exportaciones. Es tanto así, que nuestro país comercia principalmente con las siguientes áreas geográficas: Europa (30%) Asia (25%) Estados Unidos (20%) y los países de América latina (15%) (...) y en cuanto a principales productos exportados, aunque el cobre, la celulosa y harina de pescado representan todavía un porcentaje mayoritario del total, en los últimos tiempos se ha experimentado un aumento significativo de otras exportaciones no tradicionales, lo que tiende a diversificar la oferta chilena⁷

Esto último en gran medida, gracias a las últimas políticas adoptadas respecto a las pymes, en donde PROChile juega un papel fundamental como institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos. De cualquier manera, aquí es cuando surge una pregunta fundamental. ¿Pueden las políticas públicas asegurar la promoción, el beneficio y la protección de los exportadores si no existe un respaldo normativo suficiente, que los apoye?

2. CONTRATO COMERCIAL:

2.1 Generalidades:

Hay mucho que decir respecto a contratación mercantil, empezando por la conocida complementariedad y/o supletoriedad entre las normas del Código civil y el de comercio; Así se entiende al leer el art. 4º del Código Civil: “*Las disposiciones contenidas en los Códigos de Comercio, de Minería, del Ejército y armada, y demás especiales, se aplicarán con preferencia a las de este Código*” y el art. 2º del C. com.: “*En los casos que no estén especialmente resueltos por*

⁷ Ídem, p. 390

este Código, se aplicarán las disposiciones del Código Civil”, esto, en principio porque sabemos también que el Derecho civil es por excelencia, el derecho privado más general, sin contar si quiera, la historia codificadora de nuestro país en la que este código se alza como el primero de nuestra vida independiente. Entonces, ilógico sería no mencionar al menos, estas interrelaciones que se generan respecto a algunos temas específicos. Pero no es sólo eso, esta relación se genera además cuando entramos en el terreno de la costumbre o cuestiones tan fundamentales como el perfeccionamiento de los contratos.

En el libro II “De los contratos y obligaciones mercantiles en general”, título I el legislador comienza por estipular disposiciones comunes no sin antes mencionar en su art. 96 que *“las prescripciones del código civil relativas a las obligaciones y contratos en general son aplicables a los negocios mercantiles, salvo las modificaciones que establece este código”*.

De esta manera es que en los artículos siguientes el código comienza a tratar algunas características del contrato que bien podríamos considerar independientemente si no fuera por el art. Antes mencionado que se remite a la legislación civil.

En principio ¿Qué es el contrato? Lo común al escuchar este concepto es asociarlo inmediatamente a la voluntad, un acuerdo entre éstas destinadas a un fin específico; generalmente se describe como *un acuerdo de voluntades destinadas a generar efectos jurídicos*. De esa base también se parte en materia de derecho comercial, pero atribuyéndole especiales características.

Podemos entender entonces que contrato mercantil o contrato comercial es una *“Concordancia de voluntades que tiene lugar siempre que varias personas se ponen de acuerdo sobre una declaración de voluntad común destinada a reglar sus derechos de naturaleza comercial”*⁸

En este caso, por ejemplo, los requisitos de existencia y de validez de los contratos son unos mismos tratándose de contratos civiles o mercantiles. Las nociones fundamentales de la Teoría General del contrato son también comunes a ambos tipos de contratos (civil y mercantil)⁹

⁸ GOLDSTEIN, Mabel. *Diccionario jurídico “Consultor Magno”* Uruguay. Circulo latino austral. 2010. P. 164

⁹ SANDOVAL LÓPEZ, Ricardo. *Contratos mercantiles Tomo I*. Santiago: Editorial jurídica de Chile, 2003. p. 11

2.2 Contrato mercantil:

Ya se dijo que el contrato mercantil en realidad tiene como base el contrato civil en cuanto a sus principales características, sin embargo hay que tener muchas otras cosas en cuenta respecto al primero, pues el código de comercio se encarga de establecer ciertas particularidades para éste ya que como se ha dicho variadas veces sus fundamentos responden a realidades prácticas creadas por la necesidad de buscar nuevas soluciones a los negocios comerciales, en las que un particular, llamado comerciante va moldeado innumerables formas de llevar a cabo los mismos.

Así podemos reconocer que aunque encontramos contratos bastante especificados, verbigracia, la compraventa mercantil, la cual el código regula en aspectos que no son considerados por el código de Bello, existen otros que van gestándose mucho más rápido de lo que avanza la legislación y en ese particular caso, entra a jugar un papel importante las especialidades del derecho comercial en cuanto a contratación.

En este particular caso, el contrato comercial da un giro bastante particular; esto porque de hecho se debe entrar a analizar diferentes cuestiones para llegar a una conclusión más o menos satisfactoria del mismo, algunas de las cuales, además, ya han sido mencionadas.

En lo particular sólo se tratarán dos contratos de los muchos existentes respecto a esta materia, empero, antes habrá que solucionar ciertas cuestiones, entre ellas, legislación complementaria y legislación internacional.

Por otro lado, se ha mencionado ya que la práctica comercial avanza rápidamente y mucho más que la misma ley. Es por ello que en realidad debemos ir ajustándonos a ciertos hechos. Primero: El código regula en lo principal algunas formas de contratación; segundo: estas formas de contratación no son de ninguna forma generales, y siempre responden a realidades muy diversas; tercero: existe, como se ha dicho una notoria complementariedad entre la legislación comercial, y civil que a veces soluciona un determinado problema, y otras veces lo profundiza aún más; cuarto, la costumbre mercantil nos plantea un desafío, cuestión no menor, pues ésta puede entrar a regular algo jamás previsto por las normas o de hecho hacer caer ciertas hipótesis; quinto, las reglas internacionales y las relaciones exteriores juegan un papel importantísimo en la actualidad cuestión que no puede ser obviada.

El código comercial chileno, como ya sabemos se forma con algunas particularidades, como es el art. 96. Con todo, no deja de regular ciertos contratos que a la época del legislador revestían de una importancia significativa, entre ellos la compraventa, el transporte, el mandato comercial, y si se quiere, algunas sociedades, correspondiendo aplicar las normas civiles respecto en lo que a estos se refiere y no se encuentra regulado. (Algunos de estos últimos se tratarán en el siguiente capítulo)

Pero, ¿y el contrato internacional? Tanto la agencia, como la distribución fundan su importancia en la calidad que tiene estos de servir como instrumentos en las relaciones internacionales de carácter mercantil, mas es cierto que, como género, un contrato responderá a distintos planteamientos en el plano internacional que en el nacional.

- *El contrato internacional: Sin desconocer la diversidad de criterios que, con relación al concepto de contrato internacional, es posible encontrar en la doctrina y en el derecho comparado (...) entendemos como -tal- aquel que, poniendo en juego los intereses en el comercio internacional, se caracteriza por el hecho de que el todo o parte de sus elementos o factores de conexión se encuentran repartidos en diferentes estados. Sin perjuicio de lo anterior, no es posible desconocer que no obstante la debida ponderación de los diversos factores de conexión existentes en un contrato, en la práctica, la calificación de éste como contrato internacional estará determinada, principalmente por el hecho de que los contratantes tengan sus domicilios o establecimientos principales en Estados diversos.¹⁰*

Por supuesto, los elementos no distan mucho. Ambos contratos (nacional como internacional) constan de los mismos elementos como así también de casi las mismas etapas.

La oferta y la aceptación siguen siendo fundamentales para configurar finalmente un contrato, nuestro código de comercio trata estas dentro de su Libro II, Título I, y tiene especiales especificaciones en consideración a la naturaleza comercial de estos.

El autor Guillermo Acuña, sostiene sin embargo que, en cuanto a las transacciones internacionales muchas veces no resulta posible identificar claramente una oferta o contraoferta que una de las

¹⁰ ACUÑA, Guillermo. “El contrato internacional. Problemas relativos a su negociación y perfeccionamiento” *Cuadernos de extensión jurídica*. N° 6 (2002) pp.167-187. P. 167 y ss.

partes pueda aceptar o rechazar, sino más bien un proceso gradual, en el cual los acuerdos se van logrando en parcialidades (...) a través de una sucesión de reuniones, minutas, borradores, acuerdos preliminares, u otros documentos intercambiados o suscritos por las partes. Así estos mismo preparativos tendrán características especiales, como por ejemplo: la obligación de negociar de buena fe, lo que no significa que en contratos nacionales no pese la misma obligación; se regiere el autor en este caso, a que en todas las etapas del iter contractual debe verificarse la buena fe, independientemente si así lo consideran las legislaciones implicadas en un contrato de este carácter.

Además de ello, los acuerdos preliminares revisten de gran importancia en este proceso, pero que para el efecto del presente trabajo no se considerarán. Sin embargo, llega a la conclusión Guillermo Acuña, de que resulta un hecho indiscutible que, en el ámbito de la contratación internacional, presenta vital importancia determinar adecuadamente la ley aplicable al contrato, por cuanto de la aplicación de una y otra legislación podría depender el ejercicio por una de las partes de un determinado derecho. De lo anterior, surge precisamente la necesidad de adoptar soluciones de carácter uniforme, tanto para normativas de fondo como para reglas de conflicto de leyes (...) En efecto, se ha querido destacar que a la hora de negociar los términos de un contrato internacional, es necesario no sólo poner la atención en el derecho o ley que será aplicable al contrato, sino a las conductas que se desarrollan en la negociación.¹¹

¹¹ Ídem p. 187

CAPITULO II: EL CONTRATO DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN EN EL DERECHO COMERCIAL MODERNO

1. CONTRATACIÓN MERCANTIL MODERNA:

La contratación mercantil como ya se ha recalado más de lo suficiente está dada ante la complejidad de las prácticas comerciales, específicamente de la evolución constante y creciente que estas tienen, por lo que todo lo que se refiere a este punto ciertamente va tomando forma según las exigencias de un determinado negocio. Incluso hoy en día existen contratos que se remontan a tiempos antiguos, los cuales se han ido modificando debidamente según las exigencias de los diversos factores que pueden afectarle, pero lo común en la actualidad es que de hecho vayan gestándose nuevas formas de contratar. Así, el auge de los Contratos modernos deviene de los años setenta. Entre las causas del desarrollo de los contratos modernos, podemos destacar:

- a) la influencia del derecho anglosajón, con nuevas formas de contratación que por su sentido pragmático y eficaz se introducen en Europa: Leasing, Franquicia, Factoring, etc.;
- b) los avances tecnológicos que imponen nuevos usos;
- c) el fomento del comercio exterior y de los intercambios entre naciones, viéndonos obligados a aceptar fórmulas desconocidas por nosotros;
- d) la paulatina disminución del comerciante individual y su sustitución por la empresa y las sociedades mercantiles, con las exigencias que ello reporta: programación a larga distancia, contratos para intercambio o compra de tecnología, utilización de patentes.¹²

De esta forma, finalmente nos encontramos con dos de aquellos contratos que han nacido, de cierta forma, para dar solución a ciertos negocios específicos. Pero, como se ha dicho, al nacer de una necesidad y gestarse más bien, en la costumbre mercantil no se limitan lo suficiente para comprenderlos unánimemente. La razón: tanto el contrato de agencia y distribución (y siempre también el de concesión, que no es tratado para estos efectos) se difuminan en sus particularidades. Parte de los autores señalan una diferencia de género-especie entre distribución y agencia, respectivamente. Otros, los hacen sinónimos y así mismos, el resto los considera diferentes, aunque con similitudes. De todas maneras, por términos prácticos, siempre es de mayor utilidad, analizarlos

¹² Aguilar, Denis. Slideshare [en línea] 2013 [citado el: 20 de setiembre de 2014] <http://es.slideshare.net/denisac/contratos-modernos-modulo-10>.

de forma apartada, pues siempre subsistirá la delgada línea del debate en aquello no regulado expresamente.

2. EL CONTRATO DE AGENCIA:

En principio, el contrato de agencia no es un contrato desconocido a nivel internacional; de hecho, su importancia viene dada en este ámbito. En algunas legislaciones ya se encuentra delimitado y consta de bastante relevancia. El problema surge cuando en nuestro ordenamiento se le intenta dar cabida, puesto que, perteneciendo al grupo de contratos innominados de nuestra legislación comercial, las distintas perspectivas que se le puedan dar son ofrecidas nada más que por la doctrina, basada por supuesto en diversidad de figuras similares que encuentran características comunes, pero que no siempre aplican sobre la base de una misma razón.

2.1. Origen y principios:

Si bien es cierto, la agencia mercantil constituye uno de los contratos modernos en materia comercial, podemos encontrar un vestigio de éste desde la época romana, así y todo, no se conoce un contrato de este tipo, más o menos concreto hasta el siglo XIX gracias al desarrollo de la industria y del comercio.¹³

La agencia se origina como un negocio jurídico en el cual se conjugan elementos de otras figuras jurídicas: el mandato y el corretaje, y constituye una actividad mediadora y representativa en cuanto que se media en los contratos, se facilita su concertación, se hacen coincidir las ofertas y demandas y se concluyen los negocios en nombre de otro.¹⁴

2.2. Concepto:

Es difícil llegar a un concepto definitivo. Empezando por el hecho de que en nuestra legislación no se encuentra contemplado el contrato de agencia comercial. La doctrina ha buscado dar distintos significados a éste a partir de la legislación internacional, pero la verdad es que si vamos al derecho comparado nos encontramos con que, de hecho, se ha evitado dar un concepto concreto refiriéndose ésta más bien a lo que constituye una agencia mercantil. La unión europea, y España, son ejemplo

¹³ SANDOVAL LOPEZ. Cit. N° 9

¹⁴ En: <http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/pdf/DerechoComparado/68/art/art5.pdf>

de ello –este último se tratará en particular más adelante- ¿Es, entonces, un agente comercial, equivalente a la agencia comercial? ¿Funciona en base a los mismos principios en todas las legislaciones?

Al respecto, y por el momento habrá que sólo responder que, a lo menos, sí funciona sobre una base establecida para los comerciantes, y es que constituye un contrato de distribución de mercaderías; característica que además comparte con el contrato de distribución -más bien reflejado su objetivo por su misma denominación- pero, ¿Qué es la distribución? En concepto entregado por el diccionario de la RAE lo señala como el “**Reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse.**” Significado que al menos nos da la idea de a lo que se dirige la agencia, mas es aún muy vaga para comprender la figura como tal.

El concepto de agente –sin entrar aún a definiciones doctrinales en materia comercial- es bastante amplio; un agente puede tener a cargo infinidad de asuntos no necesariamente mercantil, entonces ¿Qué lo hace ser un agente comercial?

Se debe partir desde lo básico si queremos llegar a un concepto más o menos concreto, y aquí nuevamente nos remitimos a la RAE, la que define al agente comercial como “**Persona que profesionalmente gestiona por cuenta ajena, mediante comisión, operaciones de venta u otras transacciones.**” Pero esta descripción sigue siendo muy amplia y confusa. Como fue dicho mezcla figuras que, si bien es cierto, se asemejan, no pueden ser completamente compatibles, pues así no habría necesidad de crear una nueva forma contractual. La agencia es una figura compleja en la cual concurren los rasgos definitorios de otras estructuras comerciales, tales como la mediación o corretaje y la comisión.¹⁵

Entonces, sería muy obvio preguntarnos ahora ¿A qué conclusiones han llegado los autores nacionales? Pues, la respuesta a esto considera diversas legislaciones en las que el contrato como tal ha sido tipificado, pero el más grande ejemplo es de hecho la Directiva 86/653/CEE de 18 de diciembre de 1986 relativa a la coordinación de los derechos de los Estados Miembros en lo referente a los agentes comerciales independientes de la actual Unión Europea, de la que, sin duda, surgen los conceptos de agencia que se conocen.

¹⁵ SANDOVAL. Cit. N° 9 p. 516

En este sentido, la directiva expresa en su art. 1 n° 2 que “*se entenderá por agente comercial a toda persona que, como intermediario independiente, se encargue de manera permanente ya sea de negociar por cuenta de otra persona, denominada en lo sucesivo el «empresario», la venta o la compra de mercancías, ya sea de negociar y concluir estas operaciones en nombre y por cuenta del empresario.*”

Con esta directiva se reconoció la importancia práctica del agente comercial, sobre todo en lo que era la Comunidad económica Europea, constituida inicialmente por los actuales Francia, Alemania e Italia (...) lo que luego se convierte en la comunidad europea¹⁶ considerando que con esta misma se pretende armonizar las legislaciones estatales en algunos aspectos, que considera fundamentales, del derecho de los agentes comerciales independientes.¹⁷

Con el tiempo entonces, las legislaciones europeas principalmente fueron adecuándose al marco que establecía la antedicha normativa. Así es que al menos un punto, se resuelve para algunas legislaciones, pero ¿y la nuestra?

Sabemos ya que la agencia constituye un contrato innominado en Chile, y siendo así debemos acercarnos a lo menos a lo que en la práctica se entiende por tal.

Los autores, al menos, han optado por recurrir principalmente a las definiciones legales antes mencionadas, pero estas opiniones no siempre han convergido y de esta forma es que surgen las problemáticas cuando se intenta establecer sus características.

Sandoval señala que la agencia “*es un contrato mercantil en virtud del cual un empresario de comercio llamado agente se obliga, a cambio de una retribución y de manera permanente a promover o a promover y concluir actos u operaciones por cuenta y en nombre de un principal, en forma independiente en una zona determinada, sin asumir el riesgo de dichas operaciones*”¹⁸

2.3. Características:

Debemos distinguir el concepto para identificar sus características y establecer los límites con otras figuras similares:

¹⁶ En: http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_eec_es.htm

¹⁷ España. Ley sobre contrato de Agencia. Ley 12/1992 de 27 de mayo. *Boletín oficial del Estado*. P. 18314 18317. En: [HTTPS://WWW.BOE.ES/BUSCAR/DOC.PHP?ID=BOE-A-1992-12347](https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-12347)

¹⁸ SANDOVAL. Cit. N° 9

2.3.1. Independencia: Se sigue, de cada uno de los conceptos existentes que este corresponde a un contrato de carácter independiente, esto es, el agente debe ser necesariamente, respecto de la persona por cuenta de la cual actúa, independiente, (...) a fin de evitar confusión con otras modalidades de colaboración.¹⁹

Lo que interesa aquí es que precisamente el agente realice lo que estime conveniente en razón de los negocios que lleva a cabo, desligado de la dirección que en otros casos podría darle el empresario.

2.3.2. Duración en el tiempo: Fundamental es que además de la independencia del contrato, este sea permanente, pero evidentemente en el sentido de que sea constante y presente una estabilidad, no pudiendo ejecutarse para un negocio en particular, por ejemplo.

2.3.3. Por cuenta del empresario: A pesar de la independencia con la cual debe actuar el agente, los negocios o actos que celebre éste debe realizarlos por cuenta y riesgo del empresario. Aquí cabe resaltar que el agente comercial siempre es sólo un intermediario, y no debe perder esa calidad. De hecho, esta nota nos lleva a distinguir la agencia comercial de la concesión mercantil.

2.3.4. Consensual: Prácticamente de Perogrullo resulta el hecho de ser consensual, no debemos olvidar que la mayor parte de los contratos comerciales se rigen por esta regla.

2.3.5. Oneroso: Por supuesto, respecto a esta característica se ciñe de nuevo a las reglas generales en cuanto a contratos, considerando que la agencia comercial genera obligaciones recíprocas. Es tanto así, que la directiva antes señalada no se “aplicará a los agentes comerciales cuya actividad no esté remunerada” (art. 2 n° 1) y estipula un Capítulo (III) completo para tratar las remuneraciones.

2.3.6. Bilateral: No podría ser de otra forma y es que genera obligaciones recíprocas, como es también señalado en la directiva (siempre considerada ésta como la base de las actuales tipificaciones de la agencia)

¹⁹ Cit. N° 17

3. EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN:

El contrato de distribución no es muy distinto en cuanto al objeto respecto del de agencia. Como su nombre lo indica se busca distribuir mercaderías de manera que los negocios comerciales en el exterior resulten menos gravosos, y más eficaces. Tal vez de ahí su confusión, la RAE lo define simplemente como “*Reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse.*” Por lo que su figura se amplía más de lo que conviene.

Sin embargo, respecto a éste, encontramos muchas más referencias; pareciera ser, que en la actualidad es mucho más utilizado, con lo cual podemos además, inferir que es más eficaz, no obstante esto, el contrato de distribución actualmente carece de una regulación específica (...) siendo este uno de los grandes vacíos de los que adolece el moderno derecho mercantil internacional o *lex mercatoria*.²⁰

Es substancial entonces, establecer una idea más o menos clara -independiente del contrato de agencia como se dijo- de este contrato para diferenciar la importancia que tiene uno y otro en cuanto a sus efectos en el comercio internacional.²¹

3.1. Origen y principios:

Los contratos de distribución tienen su origen en una categoría más amplia de contratos mercantiles denominada contratos de colaboración entre empresarios sobre la base del contrato de comisión mercantil (...) estos, comprenden todas aquellas modalidades contractuales que tienen como elemento común la intermediación en el mercado de uno o varios empresarios con la finalidad de favorecer o procurar la contratación final a favor del empresario principal.

La necesidad de las empresas de ampliar los mercados de comercialización de sus productos y servicios, la complejidad derivada de un alto grado de competencia en los mercados y el objetivo creciente de disgregar económicamente los riesgos empresariales del empresario principal y de los empresarios que colaboran con él, son algunos de los factores que explican la aparición en el tráfico

²⁰ *Aspectos básicos del contrato de distribución internacional* (En línea) Bruno Manzanares. Noticias jurídicas, Noviembre de 2008. En: <http://noticias.juridicas.com/articulos/50-Derecho-Mercantil/200811-2963145785236.html>

²¹ EL DERECHO EDITORES. “*Contratación mercantil y bancaria*” El Derecho editores. P. 307 y ss

de figuras contractuales nuevas que, compartiendo el nexo común de la colaboración entre empresarios, se separan de su origen normativo. (...)

Mediante estos instrumentos jurídicos se crean redes de empresarios (fabricantes-distribuidores) a través de acuerdos verticales y de estructura piramidal que tienen como finalidad la comercialización de bienes y servicios en el mercado.

De esta manera, se entiende que el contrato de distribución nace más bien como un género o categoría contractual, pero eso desde una perspectiva determinada que ciertamente no es la verdad absoluta, puesto que hoy podemos comprender el mismo contrato como uno independiente, aunque siempre con semejanzas respecto a otros.

3.2. Conceptos:

Es definido como contrato por el cual “el productor o fabricante conviene el suministro de un bien final, producto determinado, al distribuidor, quien adquiere el producto para proceder a su colocación masiva por medio de su propia organización en una zona determinada. A cambio de ello, el distribuidor recibe del productor un porcentaje que puede ser un descuento sobre el precio de venta del producto, sin perjuicio de las condiciones relativas a pedidos previos y formas de pago”²²

O de otra forma, “El contrato de distribución es aquel en virtud del cual el distribuidor se obliga a adquirir del distribuido, mercaderías de consumo masivo, para su posterior colocación en el mercado, por cuenta y riesgo propio, estipulándose como contraprestación de la intermediación un beneficio o margen de reventa.”²³

Estos conceptos tienen algunos puntos en común, y por supuesto, como su nombre lo indica, toda gira en torno a la distribución de determinados productos, estos son: de consumo masivo; en una zona determinada, y con un porcentaje o beneficio a favor del distribuidor.

Algunas otras características se tratarán en el siguiente apartado.

²² En: http://www.rodriiguezvelarde.com.pe/pdf/libro2_parte4_sec3_cap5.pdf (visitado el: 11/01/15)

²³ En: <http://www.jurisconsultora.com.ar/apuntes.html> (visitado el: 11/01/15)

3.3. Características:

3.3.1. Sujetos: Tratándose de un contrato bilateral, intervienen necesariamente las siguientes partes

a. **El productor**. - Persona natural o jurídica, que se dedica a la producción o manufactura de determinados bienes, los que serán vendidos en una zona determinada por el distribuidor.

b. **El distribuidor**. - Propietario de una empresa que se encargará de la venta de los bienes o productos del fabricante, en una zona determinada.²⁴

3.3.2. Clases: Según la mayoría de la doctrina, este contrato tiene algunas modalidades²⁵

a. Distribución simple: Sujeta únicamente a las condiciones de venta fijadas en el contrato. En todo caso el productor se libera de toda responsabilidad por el riesgo del crédito otorgado en las ventas efectuadas por el distribuidor.

b. Distribución exclusiva: Puede convenirse en el contrato que el distribuidor se obliga a la comercialización de los productos del fabricante, en forma exclusiva dentro de la zona geográfica determinada.

c. Distribución preferente: Se reconoce que el distribuidor tiene una empresa comercializadora de diferentes productos, pero se conviene que la venta de los productos o bienes del fabricante, tendrán un tratamiento preferente frente a otros productos. Se da en los casos de publicidad, incentivos de ventas, sorteos, promociones, stand publicitarios y otros casos.

3.3.3. Exclusividad: La distribución puede ser pactada con exclusividad; si bien, no siempre es así, es importante señalar esta característica ya sea²⁶ en los dos sentidos (ni el empresario podrá vender sus productos a otros distribuidores en el territorio pactado

²⁴ Cit. n° 22

²⁵ Ídem

²⁶ Disponible en: https://blog.bancosabadell.com/files/aspectos_clave_contrato_distribucion.pdf (visitado el 11/01/15)

ni el distribuidor podrá revender en dicho territorio productos de otros empresarios); o (...) en un único sentido (bien para el distribuidor o para el empresario);

3.3.4. Independencia y autonomía: Quienes realizan las funciones de distribución son empresarios independientes del principal²⁷

Su actividad consiste en la compra al empresario [principal] de una serie de productos para luego revenderlos a sus propios clientes siendo, por tanto, asumido por él (y no por el empresario) el riesgo derivado de dicha reventa; por tanto, el contrato de distribución es también en nombre y por cuenta del distribuidor.

3.3.5. Bilateral: No podría ser de otra forma ya que requiere del acuerdo de voluntades de ambas partes, tanto del empresario principal como del distribuidor.

4. RELACIÓN CON OTROS CONTRATOS MERCANTILES:

Se ha expuesto que en realidad no hay una forma determinada de entender los contratos mercantiles cuando éstos no están tipificados, y más aún, cuando atendiendo a su naturaleza está tiene su origen en la práctica comercial, la costumbre.

Es, por ejemplo, el caso de los dos contratos mercantiles tratados. Ambos nacen de la necesidad de expansión económica y comercial. Ambos buscan una alternativa de negocio que pueda resultar más favorable y eficiente para el comerciante.

Ambos contratos marcan su importancia desde que forman parte de un género más amplio, denominado contratos de colaboración entre empresarios (...) [los que] comprenden todas aquellas modalidades contractuales que tienen como elemento común la intermediación en el mercado de uno o varios empresarios con la finalidad de favorecer o procurar la contratación final a favor del empresario principal.²⁸

Por esto es que se confunden con otros, pues también son parte de esta categoría: mediación y corretaje, la concesión o la franquicia si seguimos esta última definición.

²⁷ EL DERECHO EDITORES. Cit. N° 21. P. 308

²⁸ EL DERECHO EDITORES. Cit. N° 21 P. 307

En fin, es simple y llanamente mucho mejor aceptar la idea de que muchas veces las diferencias son sutiles, y de todas maneras cada una cumplirá su función según sea lo más conveniente al negocio.

Al menos en cuanto a agencia y distribución, la diferencia fundamental radica en que respecto al primero, el agente aun siendo un intermediario independiente, cumple funciones auxiliares de comercio por cuenta ajena, no realizando compras en firme y teniendo una capacidad de auto-organización limitada. (...) [En el segundo], en cambio, el distribuidor actúa como un intermediario independiente respecto del fabricante exportador, actuando en nombre propio y como comprador final a todos los efectos. El distribuidor siempre opera asumiendo el riesgo de la operación, el agente, por el contrario, casi siempre actúa por cuenta ajena a no ser que se pacte lo contrario, cosa que no suele ocurrir en la práctica²⁹

El otro contrato que por lo general se asocia al de agencia y distribución es la concesión. Es de hecho confundido, o asimilado a este último (por las mismas razones expuestas anteriormente)

5. LEGISLACIÓN COMERCIAL EN CUANTO A CONTRATO DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN:

En este corolario se ha de reafirmar el carácter de innominado o atípico, tanto del contrato de agencia, como también el de distribución. El código de comercio, no hace mayor expresión a este tipo de contratación mercantil. Sin embargo, se puede y tal vez se debe, analizar una casi desapercibida expresión que hace el legislador en su art. 3 “Son actos de comercio (...):

Nº7. Las empresas de depósito de mercaderías, provisiones o suministros, las agencias de negocios y los martillos.”

Pero en este sentido, El Código de Comercio tomó esta expresión en los mismos términos del Código Francés de 1807 y según comentaristas franceses, las agencias de negocios son oficinas abiertas al público, que ofrecen servicios de variada clase. Por ejemplo, agencias de empleo. Si se toma como comisionistas constituidos en empresa con oficinas y personal que hacen su profesión la comisión, esto es recibir encargos ajenos, habría que incluir en las agencias de negocios a las agencias de turismo, de viaje, etc.

²⁹ MANZANARES. Cit. nº 20

Las Agencias de Negocios son por tanto, comisionistas constituidos en empresas. Es una clase o especie de mandato donde el mandatario está constituido en empresa.³⁰

Pero en consideración a esta teoría la agencia estaría mixturada con el mandato y la comisión, actos, que como se ha dicho se diferencian uno de otro:

- *Mandato*: El mandato comercial sí está tipificado en nuestra legislación. El art. 233 del Código de comercio lo define y señala que **“es un contrato por el cual una persona encarga la ejecución de uno o más negocios lícitos de comercio a otra que se obliga a administrarlos gratuitamente o mediante una retribución y a dar cuenta de su desempeño”** El mandato puede tomar tres formas según el art. Siguiente: *la comisión; el mandato de los factores y mancebos o dependientes de comercio, y la correduría*. En este caso importante es mencionar sólo la comisión.
- *Comisión*: este se trata de un mandato, en particular, un mandato especial. También se trata de un contrato nominado y de hecho está tratado en extenso en el título VI de nuestro código “el mandato comercial” El art. 235 expresa que: **“el mandato comercial toma el nombre de comisión cuando versa sobre una o más operaciones mercantiles individualmente determinadas”** El comisionista puede ser para comprar, para vender, de transporte por tierra, lagos, ríos, o canales navegables y para ejecutar operaciones de banco (art. 236) El código, regla cada una de estas comisiones estableciendo normas específicas para cada una de ellas.

6. LEGISLACIÓN SUPLETORIA:

Si tratamos el mandato, y en especial la comisión no habrá mucho que considerar respecto a éstos. Ambos son contratos típicos y muy bien tratados en nuestra legislación comercial. Ante estos es lógico revisar el código y nada más atenerse a sus normas respectivas. Pero cuando se trata de agencia y distribución ya quedó en claro que la situación no es muy sencilla.

³⁰ GOMEZ PINTO, Rafael. *Apuntes de clases del profesor Rafael Gómez sobre actos de comercio* (en línea) ALVAREZ DE LA RIVERA, Andrea. EN: <https://dl.dropboxusercontent.com/u/57090247/DERECHO%20COMERCIAL%20I.%204TO%20A%C3%91O.%202010.%20RAFAEL%20G%C3%93MEZ.%20ANDREA%20%C3%81LVAREZ%20DE%20LA%20RIVERA.pdf> (visitado el 11/05/2015)

Ante esta falta de legislación hay que atenernos al art. 2º del Código, y como dice en él: “*en los casos que no estén especialmente resueltos por este código, se aplicarán las disposiciones del Código civil*” dirigirnos a ese cuerpo legal.

Pero en este sentido ¿cuáles son las normas civiles aplicables tanto a la agencia como la distribución? Bueno, debe al menos entenderse que serán todas aquellas que rijan los contratos en general. La sentencia arbitral, dictada por don Jorge López Santa María³¹ de 2000 respecto al contrato de distribución toma los siguientes artículos (entre otros), todos del código civil, para dar solución a una controversia que surge desde su origen por el hecho de ser innominada:

Art. 24: “En los casos a que no pudieren aplicarse las reglas de interpretación precedentes, se interpretarán los pasajes oscuros o contradictorios del modo que más conforme parezca al espíritu general de la legislación y la equidad natural”

Art. 1545: “Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales”

Art. 1560: “Conocida claramente la intención de los contratantes, debe estarse a ella más que a lo literal de las palabras”

De igual manera se debe tener presente toda aquella norma interpretativa que entregue el Código civil, y en el mismo sentido, a la hora de interpretar los contratos de agencia y distribución, tomar en cuenta el título XIII, Libro IV, del mismo cuerpo legal.

No se puede dejar de mencionar tampoco, el art. 1546, el cual hace referencia a la costumbre, de la cual ya se ha hablado con anterioridad, pero que siempre es conveniente tener en cuenta a la hora de llenar estos vacíos de los cuales, la ley aún no se hace cargo.

“Los contratos deben ejecutarse de buena fe, y por consiguiente obligan no sólo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por la ley o la costumbre pertenecen a ella”

³¹ Centro de arbitraje y mediación (CAM) 20 de marzo de 2000. En: https://www.camsantiago.com/sentencias/IndiceGral_2011/140-98.pdf (visitado el 11/01/15)

En este caso, tratamos con la costumbre civil, la cual opera sólo en la medida que la ley se remita a ella (art. 2) distinta, a la comercial, que como sabemos opera, bajo ciertos requisitos, en silencio de ley. Mas, intentamos resolver cuáles serán las normas supletorias aplicables para los contratos ya muchas veces mencionados, y así dependerá siempre de la naturaleza del mismo si, en definitiva, podemos o debemos aplicarlas o no.

Lo cierto es que, ambos contratos, técnicamente son inexistentes en nuestra legislación, y tampoco hay leyes especiales que versen sobre ellos. En definitiva y en lo general habrá que recurrir a las normas civiles.

7. VISIÓN DOCTRINAL:

Los autores nacionales, en general, intentan llenar los vacíos que surgen en cuanto a definición de un contrato innominado con legislación comparada, así es que le dan sentido a la agencia y distribución.

En el derecho internacional, existen formatos de estos contratos, y de esta manera se intenta normar los mismos, rigiéndose en definitiva por lo estipulado en ellos, siendo plenamente aplicable el artículo 1546 del Código civil, ya mencionado, por el cual todo contrato legalmente celebrado es ley para los contratantes (...) Inclusive, al surgir problemas respecto a éstos, la forma de solucionarlo, es en la mayoría de los casos –y luego de precisar normas civiles- recurrir al derecho extranjero.

En algunos países la cuestión ya está zanjada, pero cuando no es así la mayoría rehúye de las grandes explicaciones, y prefiere enumerar algunas características buscando puntos análogos con otros tipos de contratos más tratados por la legislación respectiva. Empero, podemos llegar a la conclusión finalmente que tanto la agencia como la distribución tienen una enorme importancia en cuanto a los objetivos que pretenden.

“El contrato de distribución se configura, junto con el contrato de agencia, como un elemento esencial en la exportación comercial en la medida que ofrece, con una inversión mínima y un riesgo controlado (siempre y cuando los medios de pago pactados con el distribuidor ofrezcan garantías de

cobro) la posibilidad de llegar a potenciales consumidores/usuarios a los que, sin la participación del distribuidor en la cadena de transmisión, sería muy complicado acceder.”³²

³² Cit. N° 26

CAPÍTULO III: DERECHO COMPARADO

1. LA EXPERIENCIA EUROPEA RESPECTO A LOS CONTRATOS DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN:

Juegan un rol fundamental en la creación de convenios de carácter internacional, por sobre todo en derecho comercial, todos los organismos multilaterales que tienen ese objetivo; pero si hablamos, de economía, comercio, o relaciones internacionales en Europa es necesario referirnos en particular a la Unión Europea. Ésta, ha sido uno de los pilares principales en el desarrollo de esa zona geográfica importando grandes avances no sólo legislativos, sino que políticos, sociales, y económicos.

Históricamente la Comunidad europea, o Unión Europea, encuentra su origen en la Comunidad Económica Europea (CEE) a través del tratado constitutivo firmado en Roma en 1957, el que tenía por objeto al menos, la transformación de las condiciones económicas de los intercambios y de la producción en el territorio de la Comunidad.³³

Así es que, entre las medidas para cumplir con este objetivo, posteriormente dicta la "**Directiva 86/653/CEE del Consejo de 18 de diciembre de 1986 relativa a la coordinación de los derechos de los Estados Miembros en lo referente a los agentes comerciales independientes**" tomando las siguientes consideraciones:

- Considerando que las diferencias entre las legislaciones nacionales sobre representación comercial afectan sensiblemente dentro de la Comunidad las condiciones de competencia y al ejercicio de la profesión y afectan también al nivel de protección de los agentes comerciales en sus relaciones con sus poderdantes, así como a la seguridad de las operaciones comerciales; que, por otra parte, estas diferencias pueden perjudicar sensiblemente el establecimiento y el funcionamiento de los contratos de representación comercial entre un comerciante y un agente comercial establecidos en diferentes Estados miembros;
- Considerando que los intercambios de mercancías entre Estados miembros deben llevarse a cabo en condiciones análogas a las de un mercado único, lo que impone la aproximación de

³³ Cit. n° 16

los sistemas jurídicos de los Estados miembros en la medida que sea necesaria para el buen funcionamiento de este mercado común; que, a este respecto, las normas de conflicto entre leyes, incluso unificadas, no eliminan, en el ámbito de la representación comercial, los inconvenientes anteriormente citados y no eximen, por tanto, de la armonización propuesta;

- Considerando, a este respecto, que las relaciones jurídicas entre el agente comercial y el comerciante deben tomarse en consideración con prioridad;
- Considerando que por tanto existe motivo para inspirarse en los principios del artículo 117 del Tratado procediendo a una armonización en el progreso de la legislación de los Estados miembros en lo referente a los agentes comerciales;
- Considerando que deben concederse plazos transitorios suplementarios a determinados Estados miembros que están realizando especiales esfuerzos a fin de adaptar a los requisitos de la directiva sus normativas, en particular en lo relativo a la indemnización tras la terminación del contrato entre el comerciante y el agente comercial³⁴

De este modo, es que al menos respecto al contrato de agencia se presenta, ya en los años '80 una preocupación por la regulación del mismo en cuanto a la importancia que reviste en las relaciones internacionales.

Respecto al contrato de distribución, en general, no mucho se ha dicho. Ha sido objeto de algunas regulaciones pero no en específico; más bien, tienden a referirse a éste sólo de modo indirecto o refiriéndose a sólo un aspecto de él. Es un ejemplo de ello el "**Reglamento N° 330/2010 de la comisión de 20 de abril de 2010 relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas**" dentro de las cuales se menciona al contrato en cuestión, pero no regulándolo de forma exclusiva.

De cualquier forma, no es menos cierto que en ambos casos se ha tenido presente la necesidad de una regulación expresa, pero de no existir algo concreto siguen surgiendo las dificultades acerca de su aplicación, y eventuales soluciones a problemas que sin duda alguna surgen del vacío legal que hoy en día existe en muchas legislaciones.

³⁴ En: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:31986L0653> (visitado el 11/01/15)

1.1. ESPAÑA:

España es un claro y actual ejemplo de la relevancia que tienen las modalidades contractuales propuestas. Como países generalmente nos vemos relacionados mutuamente por cuestiones en principio, históricas y hoy en día, por vínculos políticos, sociales, y económicos que muchas veces surgen en el seno de los ya muchas veces citados organismos internacionales.

En todo caso, corresponde por ahora, analizar su legislación comercial respecto al tema, para quizás en un futuro adoptar las mismas decisiones que ella o tomar como ejemplo aquellas para ir moldeado una nueva etapa en el derecho comercial en Chile.

1.1.1. Agencia:

Fue mencionada anteriormente la directiva 86/653/CEE, de 18 de diciembre de 1986, la que, por supuesto fue fundamental para la incorporación de la Ley 12/1992, de 27 de mayo, sobre Contrato de Agencia. A partir de ésta es que el contrato antedicho encontró una regulación expresa, pues del mismo modo se indica en la exposición de motivos de la misma ley:

"consecuencia de la ya señalada falta de tipificación legal de la agencia. La Directiva 86/653/CEE pretende armonizar las legislaciones estatales en algunos aspectos, que considera fundamentales, del derecho de los agentes comerciales independientes, siguiendo para ello el modelo alemán. El modelo seguido explica el criterio subjetivo del que parte la Directiva, que comienza precisamente delimitando la figura del agente comercial Sin embargo, un planteamiento mínimamente coherente con el sistema jurídico español obliga a traducir esa normativa en términos formalmente objetivos, regulando el contrato de agencia.

Pero la Ley sobre el contrato de agencia no puede tener como contenido, únicamente, el que es propio de la referida Directiva. En el caso español, la incorporación de las soluciones comunitarias no puede implicar la armonización de normas legales inexistentes, sino que, en realidad, reclama la regulación <ex novo> del contrato de agencia. Por esta razón, no es aconsejable limitar el contenido de la ley especial a las normas de la Directiva 86/653/CEE:

En efecto, parece más conveniente dotar al contrato de agencia de un régimen jurídico suficiente”³⁵

³⁵ Cit. N° 17

Pues bien, en consideración a lo anterior es que en la legislación Española se adopta un régimen completamente nuevo, adecuándolo la normativa internacional a la propia.

Como es mencionado en la respectiva ley se analizan los contenidos de la directiva Y se prevé la conveniencia o no de ellos.

Así es que a partir de 1992 este contrato entra a ser regulado por ley completamente conteniendo en ella como es costumbre, un Capítulo (1) de disposiciones generales, en las que se contienen por ejemplo: Conceptos, características, ámbito de aplicación, y prescripción:

"Artículo 1. Contrato de agencia: Por el contrato de agencia una persona natural o jurídica, denominada agente, se obliga frente a otra de manera continuada o estable a cambio de una remuneración, a promover actos u operaciones de comercio por cuenta ajena, o a promoverlos y concluirlos por cuenta y en nombre ajenos, como intermediario independiente, sin asumir, salvo pacto en contrario, el riesgo y ventura de tales operaciones"

Como se ve, el concepto que adopta tanto la directiva como la ley española, es el que por lo general se tiene de este contrato. Contiene en él las características que le son propias y que le diferencian de otros tipos:

En principio, puede asumirla tanto una persona natural como una jurídica, pero ésta debe hacerlo de una forma permanente de tal manera que resulte estable en el tiempo. La ley hace también una especial calificación de la actividad que lleva este agente, pues éste promueve actos u operaciones de comercio ampliando sus gestiones a todas ellas y no sólo a la actividad de compra o venta, además de que éstas se llevan a cabo por cuenta ajena, lo que significa que en la promoción de las actividades pertinentes siempre deberá hacerlas a nombre del comerciante principal, de forma independiente a éste, pues el art. siguiente se encarga de reafirmar esta característica para evitar que de hecho, ambos se confundan en una sola persona estableciendo para ello una presunción de dependencia.

Así mismo, continúa estableciendo el contenido que ha de tener el contrato organizándolo de la siguiente manera: *El capítulo II relativo al contenido del contrato, se divide en cinco Secciones. La primera trata de la actuación del agente; la segunda regula las obligaciones de las partes; la tercera se ocupa específicamente de la remuneración; la cuarta presta atención al pacto accidental*

sobre limitación de la competencia del agente una vez finalizado el contrato; y la quinta trata de la documentación del contrato.

Ya el Capítulo III se ocupa de la extinción del contrato, *distinguiendo los casos en que se hubiera pactado por tiempo determinado o por tiempo indefinido. En el primer caso, se dispone que el contrato se extinguirá por el vencimiento del término. Los contratos de duración determinada que se ejecuten por las partes después de transcurrido el plazo inicialmente previsto, quedan transformados en contratos de duración indefinida.*³⁶

Con toda la normativa introducida y adecuada respecto al contrato de agencia, entra a tomar una nueva y especial relevancia lo que en España se denomina El Consejo General de los Colegios de Agentes Comerciales encargado de realizar estas operaciones, siendo el título de Agente Comercial expedido en el Ministerio de Economía y Competitividad a propuesta del Consejo General de Colegios de Agentes Comerciales.³⁷

Este Colegio es claro en señalar el principal problema que de estas prácticas multilaterales puede surgir: No hay uniformidad de las leyes, en este caso, para los contratos de agencia en el exterior. Las leyes nacionales (España) difieren sustancialmente de un país a otro, y por ello es necesario que en el contrato se especifique la legislación con que se regirá y se interpretará el mismo. Se puede elegir:

- Que se aplique la ley de un país en concreto especificado en el Contrato.
- Que las partes se acojan a los principios de ley generalmente reconocidos en el comercio internacional y que son aplicables al Contrato de Agencia Internacional.

En la Unión Europea se ha producido una armonización de las leyes nacionales a través de la directiva número 86/653 del 18 de diciembre de 1.986, la cual ha sido implementada en todos los estados miembros. Sin embargo, la directiva no cubre todos los aspectos del contrato y deja a los estados miembros libertad para elegir entre posibles soluciones alternativas en algunas partes del

³⁶ Ídem

³⁷ Más información en: <http://www.cgac.es/index.asp?MP=1&MS=37&MN=2> [visitado el: 11/01/15]

mismo, esto significa que incluso dentro de la Comunidad Europea todavía hay importantes diferencias entre las leyes nacionales sobre la agencia comercial.³⁸

1.1.2. Distribución:

Por otro lado, respecto al contrato de distribución en España cabe mencionar el anteproyecto de la nueva ley del código mercantil, que el último año ha estado en la palestra, pues se ha iniciado su tramitación parlamentaria pero no como había sido considerado en su origen, dejando precisamente, afuera las normas que pretendían regular el contrato de distribución.

Así mismo lo expresa José Martínez Enguñados, pues a diferencia del borrador del texto del anteproyecto con el que la Comisión de Codificación venía trabajando -y que contenía un buen puñado de artículos reguladores del contrato de distribución (de contenido legal opinable, pero de contenido legal, a fin de cuentas)-, el texto finalmente aprobado por el Consejo de ministros carece de regulación legal para el contrato de distribución.

La distribución de bienes es pieza clave en el comercio moderno. Todo empresario debe, por excelente que sea su producto, procurarle la mejor salida al mercado a través de los distintos canales de venta, instrumentando estas relaciones mediante distintos contratos. Entre estos

contratos se encuentra, sin duda en una posición preeminente, el contrato de distribución.

Sorprende por tanto que el contrato de distribución permanezca aún a día de hoy entre los denominados "atípicos" o carentes de regulación legal, y que el legislador deje escapar semejante oportunidad como la que ahora se le presenta.³⁹

Así, a pesar de que la regulación de este contrato es prácticamente una necesidad del comercio actual, España, por esta vez huye de ella; el mismo autor funda esta preocupación en cuestiones más bien políticas sociales en las que se ven encontrados aquellos que se beneficiarían de la normativa y aquellos a que esta le perjudicaría. Además, como fue mencionado anteriormente, tampoco a nivel internacional, en este caso dentro de la Unión europea, se ha hecho mayor alcance sobre el contrato. Lo único cierto es que por el momento, este mismo tendrá que regularse como lo ha hecho hasta el

³⁸ ídem

³⁹ El anteproyecto de Ley del código mercantil y el contrato de distribución. [en línea] José Martínez Enguñados. Diariojurídico.com. 19 de Junio de 2014. En: <http://www.diariojuridico.com/el-anteproyecto-de-ley-del-codigo-mercantil-y-el-contrato-de-distribucion/> [visitado el: 11 /01/15]

momento: quizás a través de simples modelos tipo; quizás por costumbre, y su interpretación como eventuales soluciones a él, a través de los medios establecidos con anterioridad por el derecho internacional.

2. UNA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA:

El tratamiento de los contratos en cuestión, no ha sido muy exhaustivo en esta zona geográfica. Por supuesto no contamos como Europa con un organismo en el que confluyan los Estados en orden a establecer políticas estables de carácter multilateral, como lo es la Unión Europea, por lo que en este caso tampoco podemos recurrir a una institución de carácter internacional que nos rija al igual que esta última. Si bien es cierto, como zona económica, nos encontramos en una posición privilegiada en cuanto a muchas actividades comerciales éstas a veces no son suficientes.

Así es que vuelve a surgir el problema de la falta de regulación uniforme, pues al menos en lo que es América Latina la regulación de los contratos de agencia o distribución es, si no, escasa, inexistente. Chile al menos, se encuentra dentro de esta última hipótesis.

2.1. COLOMBIA:

2.1.1. Agencia:

La legislación comercial colombiana sí considera al contrato de agencia dentro de su normativa, pero ésta pareciera no haber tenido la misma experiencia que en España.

Adoptada dentro del mismo código, en su Capítulo V se le define a través del artículo 1317 de la siguiente manera:

"Por medio del contrato de agencia, un comerciante asume en forma independiente y de manera estable el encargo de promover o explotar negocios en un determinado ramo y dentro de una prefijada en el territorio nacional, como representante o agente de un empresario nacional o extranjero o como fabricante o distribuidor de uno o varios productos del mismo. La persona que recibe dicho encargo se denomina genéricamente agente"⁴⁰

⁴⁰ Colombia. Decreto 410 de 1971. Código de comercio. En: <http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigo%20Comercio.pdf> [visitado el: 11/01/15]

A primera vista, pareciera ser muy similar a la acepción considerada en la Directiva de la Unión Europea y así también en España, pero es por sobre todo la parte segunda la que actualmente crea conflictos. Lo señala así el autor Mauricio Ortega:

"Resulta por lo menos extraño que se presente la discusión de si una operación comercial encuadra o no en un determinado tipo jurídico. Las normas legales deberían ser claras, lógicas y sencillas, de tal forma que no tenga que ser un jurista quien las interprete, sino que de su simple lectura se infiera claramente el alcance de la norma. Sin embargo, ello no ocurre con la definición que nos trae el artículo 1317 (...) la confusión y discusión que genera la agencia mercantil no es solo por las prestaciones que consagra, sino que en muy buena medida tiene que ver con la redacción de la norma"⁴¹

Entone.es, el concepto dado por el código de comercio colombiano confunde las figuras de agencia y de distribución, diferencia en parte, al agente y al distribuidor y luego los vuelve sinónimos en cuanto señala que genéricamente, la persona que recibe ese encargo se denomina agente. Pareciera más evidente interpretar que lo que el legislador quiso fue regular un género (Agencia Mercantil) que comprendiera varias especies como lo es la agencia propiamente, en la que el agente actúa por cuenta del empresario y toma pedidos que quedan

radicados en cabeza de este; [y] la distribución, por la cual el agente es el distribuidor naturalmente exclusivo del empresario, en una determinada zona territorial, y la fabricación de productos del empresario, que el agente comercializa.

Ahora, se ha regulado el contrato, y es lo que generalmente se espera en el derecho comercial respecto a la práctica constituida principalmente por la costumbre, pero en este caso la regulación no ha sido mejor que el vacío. Una de las consecuencias a ello, es por ejemplo: ante la mala regulación de la agencia, buscar un medio distinto que pueda suplir a la misma.⁴²

2.1.2. Distribución:

Al no funcionar de buena manera la regulación del contrato de agencia, se han buscado otros métodos de llevar a cabo las operaciones que podrían ejercerse a través de este último. Así es que

⁴¹ ORTEGA. Mauricio. "Algunas reflexiones sobre el contrato de agencia mercantil". en: http://www.sumalegal.com/SUMA/images/articulos/articulo_AGENCIA_MTL_MO.pdf [visitado el: 11/01/15]

⁴² ídem

cobra relevancia en Colombia el contrato de distribución, aunque no deja de verse implicado dentro de la mala redacción de la norma, al confundir estos dos contratos. A parte de ello, en todo caso, la distribución no tiene más regulación que el mencionado art. 1317 así que quedaría darle el mismo tratamiento que cualquier otro contrato atípico.

CAPITULO IV: “LAS EXPORTACIONES EN LA REGIÓN DE ATACAMA”

No se pretende en este acápite analizar datos, porcentajes o extender el presente trabajo a un área que no es propia del mismo. Pero entender la realidad práctica de nuestra región respecto de la exportación es clave para finalmente arribar a una conclusión suficiente.

Así, la región de Atacama durante el año 2013 se posiciono en el cuarto lugar a nivel nacional en cuanto a exportaciones con un total de US\$ 5.756,67 millones FOB, siendo el sector minero el que concentra el 96,28% de las exportaciones totales, con un monto de US\$ 5.541,96 millones, le sigue el sector agrícola con una participación del 2,64% y envíos por US\$152,45 millones, finalmente está el sector “productos del mar” concentrando el 0,91% y envíos por US\$ 52,47 millones.⁴³

Dado esto último, el enfoque que se ha pretendido dar en el presente es más bien al sector agrícola, en donde, por lo demás se encuentran bastantes pymes.

En el mismo sentido, se señalaba con anterioridad que el problema principal no era identificar el proceso exportador de los grandes productores y de qué forma éstos lo llevaban a cabo, sino más bien, concluir el medio idóneo por el cual las pequeñas y medianas empresas podían entrar a competir con éstas últimas en el mercado internacional.

- ***Sector Agrícola – Agroindustrial***

Del total exportado por la Región de Atacama, el 2,64% está ligado a este sector, lo que corresponde a US\$ 152,45 millones, donde se pueden destacar las exportaciones de Uvas Frescas, Aceitunas preparadas y conservadas, Vinos, entre otros.

1. **EL CONTRATO DE EXPORTACIÓN:**

Se ha identificado previamente a los contratos de agencia y distribución como algunos de los medios con los que cuentan los exportadores para llevar a cabo sus operaciones mercantiles; sin embargo, dada la inexistente normativa respectiva en nuestra legislación, esta no es una opción válida por el momento, seguida de los innumerables debates que de una regulación así pueda traer consigo, pues

⁴³ Este capítulo contiene estadísticas de fuente: PROChile, entregadas en formato físico a través de la dirección regional.

bien sabemos, la falta de uniformidad en las leyes internacionales dificultan la práctica de los mismos.

Como también se expuso anteriormente en ciertos países existen asociaciones de agentes que pueden llevar a cabo esas actividades, lo que al menos significa cierta certeza para quién contrata con él, lo que, en todo caso, sigue siendo una realidad lejana en nuestro país.

Entonces ¿Cuál es la naturaleza jurídica del instrumento utilizado para exportar? José Joaquín Ugarte nos da algunas pistas sobre esto. Expone en su artículo “*El contrato usado en Chile para la comercialización de fruta en el extranjero, su verdadera naturaleza jurídica*” que el tipo base de estos contratos supone:

- 1) Que el productor nacional vende su cosecha al exportador, que generalmente es una sociedad, siendo usual que se complemente esta venta con una llamada tradición ficta anticipada de la fruta incluida en el mismo contrato
- 2) El exportador vende a su vez en el extranjero esa fruta en su propio nombre
- 3) Hay en consecuencia dos ventas
- 4) El precio de la primera venta, es decir la del productor al exportador se establece en forma provisoria y queda sujeto a ajustes, pues depende en definitiva del precio de la segunda venta, es decir de la que haga el exportador en el extranjero.

La razón de ser este tipo básico es la siguiente; se busca:

- 1) Que el exportador al figurar como dueño de la fruta:
 - a. Pueda vender la cosa como propia
 - b. Quede a cubierto del peligro de revocación del encargo que existiría si el negocio jurídico se mirase como una simple comisión
 - c. Quede a cubierto del peligro que le significaría una eventual quiebra del productor en orden a la recuperación de los anticipos de dineros que le haya hecho
 - d. Quede eximido de la obligación de rendir cuenta
- 2) Que el exportador no pueda perder dinero si el precio de la segunda venta no cubre el de la primera más los costos de la exportación y la diferencia que espera el exportador
- 3) Que el productor pueda ganar dinero según el precio de la segunda venta, o sea, en la venta definitiva en el exterior

4) Evitar un doble pago de impuesto al valor agregado

Así por ejemplo el exportador no rinde cuenta al productor sino que le otorga un simple informe, pues no existiendo administración no se obliga a ello. Otro punto que considera el mismo autor, es que al operar de esta forma la exportación, lo que en realidad se hace es que la empresa exportadora venda la fruta a otra empresa de los mismos dueños, a un precio que se fija precisamente para defraudar al productor y que esa otra empresa relacionada haga luego las ventas reales. Por lo mismo es que se sostiene que el resultado práctico de lo anterior suele ser que el productor queda jurídicamente atado de pies y manos en poder del exportador, lo que aquel consiente ante la necesidad del financiamiento que éste le otorga.

Ahora, la naturaleza que, por consiguiente, se le otorga a esta figura es la de la *“asociación o cuentas en participación”*

Art. 507 Cód. De Com: “La participación es un contrato por el cual dos o más comerciantes toman intereses en una o muchas operaciones mercantiles, instantáneas o sucesivas, que debe ejecutar uno de ellos en su solo nombre y bajo su crédito personal, a cargo de rendir cuenta y dividir con sus asociados las ganancias o pérdidas en la proporción convenida”

Si bien es cierto, es una buena opción, y corresponde esta figura a la realidad de la exportación, el problema, que ya se mencionó anteriormente, surge principalmente, a partir de la rendición de cuentas.

No existe en la práctica, según los exportadores, la forma de rendir cuentas al productor puesto que lo impediría el gran volumen, la rapidez y la complejidad de las operaciones propias de este negocio.

De cualquier forma, esta es la realidad a la que actualmente quedan sujetos los productores al no contar con mejores medios para realizar la exportación (el tema objeto de esta tesis) lo que para efectos del presente trabajo se pudo comprobar con una entrevista realizada a don Roberto Cortés Acevedo, productor regional de uva, a través de su pyme, la que se expone a continuación:

- ***¿Cuál ha sido su experiencia en cuanto a exportación? Para un productor pequeño siempre resulta difícil el iniciar el proceso de exportación. Lo cierto es que existe una falta de información o protección hacia el más débil, y uno realiza negocios con la empresa exportadora que parece a simple vista más confiable. Mi experiencia personal las***

primeras veces que intenté exportar, fue a lo menos, desventajosa, y ante tal situación siempre está la idea de que uno no puede ganarle a un grande.

- *¿Actualmente cómo lleva a cabo la exportación? Afortunadamente hemos encontrado una empresa exportadora lo bastante comprometida, Y ha siempre actuado de buena fe con nosotros, pero más que nada, se basa en la confianza mutua que no siempre existe. Lo que hacemos en definitiva es consignar la fruta para que ellos la vendan y a partir de ello posteriormente recibimos una ganancia.*
- *¿se informa debidamente de todo el proceso que lleva a cabo su exportadora? Cuento con los contratos, con los documentos pertinentes a lo que es la relación que existe entre el exportador y el productor. Los negocios que hace o pueda hacer la empresa exportadora después no me constan. Evidentemente sí nos dan la información de sus gestiones, pero yo no tengo como saber si es real, o que efectivamente llevan a cabo los negocios de la forma en que ellos lo indican.*
- *¿Cree que esto último lo perjudica de alguna manera? Es probable que no directamente, puesto que igualmente recibo una ganancia, y ésta es razonable según mis gastos, pero si la empresa fuera de alguna forma más desleal, como me sucedió con las primeras, evidentemente me encontraría en una desventaja y eso por supuesto acarrearía una desprotección absoluta. Lo que yo veo es que tal vez sí podría obtener más ganancias o supervisar de mejor manera todo el proceso, pero la forma en que lo hago ahora me basta para sobrevivir en el mercado.*
- *Entonces ¿cree usted que falta una regulación específica que les beneficiara más? Por supuesto. Yo he tenido suerte con la empresa exportadora con la que actualmente manejo este tema, pero como me sucedió antes, eso es bastante relativo y pueden en este mismo momento estar pasándose a llevar otros pequeños productores. A lo que me refiero es que regular la forma en que exportan las pequeñas empresas es una necesidad, ante la constante indefensión en /a que nos encontramos en contra de las grandes empresas. Uno desconoce el tema, Y casi a ciegas confía su trabajo al de un tercero. Sin duda alguna afirmo que este es un tema que debiera tratarse actualmente ya que las pymes son parte importante del común exportador y aun así, no existe nada ni nadie que nos informe o asesore respecto al tema.*

- *¿Consideraría que de existir otras formas de llevar a cabo la exportación usted podría exportar directamente? No. Directamente no, como productor pequeño, los costos son demasiado elevados como para realizar la exportación por sí solo. En ese sentido la empresa exportadora se hace cargo de esto, o nos otorga un monto determinado que luego debemos devolver, haciendo más llevadero todo este proceso para nosotros.*
- *A lo que me refiero es si, de existir una regulación expresa que le significara mayor beneficio y seguridad en el proceso de exportación ¿usted optaría por ellos? Sí, si dieran suficiente garantía de protección, ventajas claras y precisas, o algún tipo de financiamiento, pero no pareciera haber disposición a crear efectivamente estos medios. Por ahora, al menos, esto es lo que existe y a esto nos apegamos. Para que cambie esto, no sólo falta regulación legal, sino que también implementar políticas públicas económicas, sociales y las pertinentes para que esto efectivamente pueda cambiar y así se empiece a tomar más en cuenta a las pymes.*
- *¿Cuáles cree, son las mayores falencias existentes en cuanto a políticas de exportación? Sin duda alguna, hay que cautelar los procesos de exportación. En las pymes además, hay una falta de información y contactos que podrían presentarnos un escenario más favorable; también faltan capacitaciones y lo principal, hace falta transparentar estos procesos a través de medios que generen seguridad y certeza.*

El testimonio de este productor no hace más que confirmar el hecho de que a pesar de que hoy en día las pymes -respecto a la exportación- están teniendo un auge sorprendente (Anexo 2), no existen medios eficaces para que éstas puedan entrar al mercado internacional por sí solas, constituyendo al parecer, la única forma existente para ello, una desventaja para los pequeños y medianos productores.

CONCLUSIONES:

La investigación realizada ha dejado al menos, claro, la existencia de un fenómeno que se está viviendo actualmente, esto es, la importancia que se le ha dado a las pymes dentro del comercio nacional e internacional. Las exportaciones sin duda alguna constituyen una fuente económica importante y en base a ello es que durante el último tiempo se han creado o gestionado diversas políticas que la favorezcan. Pero ¿qué son de éstas si no existe un medio eficaz por el cual llevarlas a cabo? Aquí es cuando el derecho comercial Y nuestra actual legislación cobran relevancia.

Lo primero tomado en cuenta fue que efectivamente nuestra normativa en muchos puntos se encuentra en vías de volverse obsoleta. Nuestro código comercial data del año 1865, y a pesar de que se le han introducido diversas modificaciones destinadas a adecuar la legislación a la realidad practica actual; en el escenario comercial que vivimos probablemente sería más conveniente optar por una reforma íntegra del mismo cuerpo legal, como es el caso de España.

Relacionado a lo anterior es que efectivamente la legislación comercial no está respondiendo a la dinámica del comercio en la actualidad. Evidencia de ello es que las principales formas de contratación hoy en día difícilmente se encuentran reguladas, estando en el mejor de los casos, mencionadas ya sea de manera directa o indirecta, pero en ningún caso de manera exhaustiva.

Lo anterior nos lleva necesariamente a encontrarnos con una desprotección, inseguridad e ineficacia en las operaciones comerciales que se llevan a cabo (cuestión que no sólo resulta del derecho comercial, sino que de cualquier otro derecho que contenga vacíos significativos respecto a un determinado tema)

Así es como respecto a la contratación mercantil moderna, denominada así pues nace de las prácticas comerciales generalizadas por nuevas formas de llevar a cabo las operaciones mercantiles, surgen los contratos de agencia y distribución. Estos constituyen un importante instrumento mercantil de carácter internacional, y en determinadas legislaciones se le ha dado la importancia pertinente. Fue analizado el caso de la Unión Europea, quién constituyó una normativa que al menos sirviera de base para que los países adoptaran una regulación propia, así que, a lo menos en cuanto a agencia, la tendencia es regularla; eso sí, surge a partir de allí un nuevo problema para los comerciantes en general, pues la certeza que origina una determinada legislación es destruida por otra, ya que no hay

que olvidar que un contrato internacional se constituye en cuanto las partes tengan domicilio en distintos países.

Por ello, tal vez lo mejor sería recurrir a un organismo multilateral como lo es la Comisión de las Naciones Unidas para el derecho mercantil internacional, pues es bien conocida la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías, aunque por el momento, no pareciera haber intenciones de regular de esta forma los contratos tratados.

Por otro lado, al contrato de distribución, se le reconoce igual importancia, pero al parecer se le teme más, pues por lo general los Estados han evitado su regulación; se trató por ejemplo el caso de Colombia, pero a la conclusión que llegaba la doctrina interna era que el tratamiento normativo que se le daba tenía el efecto contrario a dar certeza jurídica sobre la figura.

Ahora, en nuestro país poco se ha tocado este tema. Ninguno de los dos contratos especificados ha sido tratado como tal en el código, por lo mismo, la necesidad de reformar nuestra legislación comercial.

Existe un vacío al que no se le ha dado importancia, o tal vez al que no se ha relacionado a la práctica. El estudio que se ha llevado, fue siempre teniendo como objetivo determinar si efectivamente esos contratos podrían dar respuesta a una realidad que como se ha reiterado majaderamente viene tomando "vuelo" hace unos años, esta es, las exportaciones.

Resultó ser que efectivamente, y así es reconocido dentro de la doctrina internacional, tanto la agencia como la distribución -entre otros- dan una buena solución al proceso de exportación. Constituyen hoy por hoy una de las formas más comunes que tienen los productores para extender sus fronteras y comenzar a actuar en el mercado internacional distribuyendo sus productos a diversos territorios, pero esto mientras exista una buena regulación del tema. Por supuesto, en el derecho internacional existen diversos formatos de todos ellos, pero no sirven de mucho cuando comienzan a surgir los problemas entre productor y exportador (sean de interpretación, aplicación, solución de controversias, etc) En estos casos, lo que finalmente sucede es que las partes se rigen por las reglas comunes a la solución de conflicto. La Cámara de comercio de Santiago, por ejemplo, se hace cargo de estos problemas a través de su centro de arbitraje y mediación (CAM)

Ahora bien, al menos en el plano internacional se ha hecho el intento, en nuestra legislación no hay atisbos de ello.

¿Pero qué significa todo esto? Pues como se pudo verificar, la falta de normativa de carácter precisa -pues la asociación o cuentas en participación si bien, da cierta respuesta a los productores, esta no es eficiente ni suficiente y en ningún caso resulta la mejor opción existiendo, en la experiencia mundial alternativas mejores- pone a la parte más débil de esta relación que surge para exportar, en una desventaja evidente. Sumado a que, por parte del Estado no ha habido una preocupación íntegra del tema, ya que como se ha dicho, se intentan aplicar medidas que incentiven y promuevan la exportación, sin ahondar en el proceso propiamente tal.

Por lo mismo, no estamos enfocándonos aquí en las grandes empresas que requieran de una buena práctica legislativa. Éstas en el peor de los casos podrán llegar a acuerdos que están en condiciones de cumplir; pero si tanto énfasis se le da a las pymes, sería lógico pensar en formas de protegerlas, de incentivarlas de modo independientes, y no dejarlas al alero de las exportadoras que por lo general constituyen grandes sociedades, y esto, evidentemente sólo se lograría a través de métodos jurídicos.

Sin duda alguna, las deficiencias inundan el tema. Mientras no se modifique la base legislativa las políticas públicas constituyen un mero ideal. Los hechos concretos aquí son que:

- 1) Nuestra legislación comercial está por lo menos desactualizada; no ha habido ánimos expresos de cambiar esta situación, pero sí motivos, pudiendo en este sentido seguir el ejemplo de España, actualmente preocupada de ello.
- 2) No existe legislación aplicable a la exportación como tal y, principalmente al pequeño productor que pretende exportar
- 3) Al no existir legislación pertinente a la exportación, menos existen formas de contratación que favorezcan esta actividad y que le otorgue una esfera de protección, beneficios, seguridad al exportador
- 4) Sí existe práctica internacional al respecto, y en este sentido, a pesar de las constantes relaciones multilaterales que sostiene Chile, nuestra normativa no se ha adecuado a esa realidad.

Motivos para adoptar una nueva perspectiva respecto al tema hay de sobra; por supuesto se entiende que la práctica comercial es mucho más dinámica y avanza con mayor rapidez que el proceso legislativo, pero en este caso, no hablamos de un fenómeno de reciente data, y medidas para no quedarnos obsoletos ante éste pudieron tomarse hace tiempo, y si no, pudo al menos manifestarse la intención o preocupación respectiva en cuanto a analizar la situación.

En definitiva, la suficiencia de la regulación normativa aplicable a los contratos de agencia y distribución mercantil, principalmente como medio de exportación, no se adecua a la práctica mercantil, tanto nacional como internacional.

DIARIO FINANCIERO

Inicio > Economía y Política > Comercio exterior

Comercio exterior

Chile valora acuerdo en OMC: “Reducirá barreras y eliminará distorsiones al comercio”

El jueves 160 países convinieron un protocolo que hará más expedito procedimientos de exportación e importación y dará más transparencia de las normas y procesos aduaneros.

Por: | Publicado: Lunes 1 de diciembre de 2014 a las 05:00 hrs.

Compartir



Como "muy importante" calificó el titular de la Dirección Económica de Relaciones Económicas Internacionales (Direcon), Andrés Rebolledo, el histórico paso que dieron el jueves último 160 países en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC) en pro de reducir barreras y eliminar distorsiones al intercambio de bienes.

En dicha jornada se convino la formalización del protocolo mediante el cual se incorpora al sistema de la OMC el Acuerdo de Facilitación de Comercio (AFC), que ya se había logrado con la Decisión Ministerial de la instancia en Bali en diciembre de 2013.

"Es un gran avance que devuelve la credibilidad a esta organización, y a la capacidad negociadora de los países miembros. Esperamos que este acuerdo otorgue un impulso al comercio internacional, especialmente en la coyuntura actual de ralentización de la economía mundial", destacó personero.

un aumento en los flujos comerciales en el mundo equivalente a un billón de dólares, con la consecuente creación de empleos a nivel global.

- ¿Qué factores facilitaron este avance?

- La Novena Conferencia Ministerial de la OMC de Bali, Indonesia, concluyó con un acuerdo sustantivo, que recogía los tres elementos de la Ronda de Doha: facilitación de comercio, agricultura y desarrollo. Esto fue llamado "Paquete de Bali".

El calendario fijado allí para el AFC contemplaba que éste fuese adoptado por los miembros de la OMC al terminar julio de 2014 y de allí abriría el proceso de ratificaciones de parte de los miembros para su posterior entrada en vigencia internacional. Sin embargo, se produjo un lamentable revés y el consenso entre los miembros no se logró para adoptar el esperado protocolo.

Un grupo de países liderados por India, no vio cumplidas sus expectativas, pues no vislumbraban garantías de protección a largo plazo de su programa de subsidios agrícolas. Para ratificar el AFC, exigieron una solución permanente en materia de seguridad alimentaria y este fue finalmente el acuerdo logrado entre Estados Unidos e India, lo que destrabó toda la negociación.

- ¿Influyó la desaceleración del comercio internacional?

- Ciertamente, el contexto de desaceleración mundial del comercio es un factor que pudo influir, pero lo central en este contexto es que estaba en juego el prestigio de la OMC y la capacidad del sistema multilateral de llegar a acuerdos importantes que permitan una agilización del comercio mundial.

muestra la importancia de Latinoamérica en el contexto del comercio internacional. Nos llena de orgullo el hecho de que bajo su mandato se alcance un acuerdo histórico de estas proporciones.

Comprendemos que con este acuerdo, la OMC se pone al día e incorpora una nueva y sensible agenda comercial para los países en desarrollo, pues también se aprobaron nuevas medidas para el almacenamiento de alimentos orientadas a garantizar la seguridad alimentaria en estos países.

- ¿Cuáles son los alcances prácticos del acuerdo en términos globales y, en particular, para Chile?

- Esperamos que este acuerdo le dé un impulso al comercio internacional, especialmente en la coyuntura actual de la economía mundial. El AFC permitirá reducir y agilizar los trámites aduaneros, hacer más expedito los procedimientos de exportación e importación, y lograr una mayor transparencia de las normas y procedimientos aduaneros.

Esto último es una gran noticia para Chile, pues reducirá barreras y eliminará distorsiones al comercio, medidas que son cada vez más frecuentes y afectan el comercio de un país como Chile, que en las últimas décadas se ha volcado a los mercados internacionales.

- Se habla de incorporar nuevos estándares para los controles aduaneros y los procedimientos en las fronteras.

- En este acuerdo hay tres pilares. El primero es de facilitación de comercio, el segundo se refiere a agricultura y el tercero se refiere a temas de desarrollo de los países más pobres. Lo más importante en términos de cantidad, y que tiene un impacto comercial directo, es el pilar de facilitación de comercio. Son normas vinculadas mayoritariamente al mundo aduanero, reglas para que las aduanas permitan el fluir más simple y menos complicado de los bienes

fluidos los procedimientos de algunos productos en particular.

- ¿De qué forma se beneficia Chile de este acuerdo?

- Este acuerdo es una buena noticia para nuestro país que vende más del 40% de su producción en los mercados mundiales, pues reduce barreras y distorsiones al comercio, lo que a su vez facilita la incorporación y formación de cadenas regional y globales de valor de nuestros exportadores.

- Se eliminan cuellos de botella...

- Ciertamente, los nuevos parámetros para facilitar el comercio aduanero y, por tanto, incentivar un mayor flujo en materia de exportación e importación, serán de gran beneficio para nuestro país.

Las trabas al comercio son amplias, entonces el poder facilitar el flujo en las aduanas, y que implicará menos tiempos de almacenamiento, procesos más rápidos, entre otras variables, son ganancias.

Para Chile, este acuerdo va de la mano con los avances logrados, en particular por nuestra Aduana sobre estos mismos temas. De cierto modo, refuerza el trabajo que se viene desarrollando en la nueva agenda del comercio internacional para eliminar los "cuellos de botella" a las pymes exportadoras, que tiene como objetivo mejorar la competitividad de nuestro sector exportador.

Noticias

Cena anual de Asexma: Gobierno y privados se comprometen con más Pymes exportadoras en 2015

17 de Diciembre de 2014

La Presidenta Bachelet, quien también asistió al evento, señaló que hay que lograr que nuestro país transite de la exportación de materias primas a la exportación de productos con valor agregado .

SANTIAGO.- Hasta Casa Piedra llegaron anoche la Presidenta Michelle Bachelet, el ministro de Economía, Luis Felipe Céspedes, el director de Direcon, Andrés Rebolledo y el director de ProChile, Roberto Paiva, entre otras autoridades de gobierno y exportadores a la cena anual de Asexma, entidad gremial que este año cumple 30 como asociación.

En la ocasión, Roberto Fantuzzi presentó el escenario en el que actualmente se mueven los exportadores manufactureros de Chile, y destacó el trabajo público-privado que Asexma realiza con ProChile. Quisiera agradecer el trabajo que hemos hecho en conjunto con ProChile. El exportador no se puede quedar en el país, tiene que salir, y las misiones comerciales que hacemos junto con ProChile yo creo que han traído resultados muy positivos , señaló.

El director de ProChile, Roberto Paiva, también tuvo la oportunidad de hacer una presentación a los asistentes, en la que resaltó los principales focos que marcarán la labor del organismo en los próximos años: pymes, asociatividad, regiones y América Latina. Nuestros empresarios manufactureros han alcanzado logros maravillosos. La industria del cuero y calzado, la industria textil ya están exportando y son industrias significativas para algunas comunas y barrios, y esos son los sectores que seguiremos apoyando. Menos del 2% de las pymes exportan y ahí está nuestro desafío como estado. Ese es el desafío de la Presidenta Bachelet , señaló.



La ronda de discursos la cerró la Presidenta Michelle Bachelet, quien anunció que durante 2015 entrarán en operación 15 Centros Pyme Exporta, uno para cada región de Chile. El objetivo de estos centros es claro: aumentar el número de empresas Pymes exportadoras en sectores de mayor valor agregado, como en servicios, software y calzado, sólo por citar algunos ejemplos , indicó.

Estamos trabajando desde septiembre para que dispongamos prontamente de un plan para potenciar las exportaciones, con especial énfasis en las Pymes. Hemos tenido en esta mesa a cerca de 20 de los principales gremios y representantes de las industrias que exportan o tiene potencial exportador, y a los principales organismos públicos relacionados con este sector , agregó.

Comunicaciones ProChile

BIBLIOGRAFÍA

1. ACUÑA, Guillermo. "El contrato internacional. Problemas relativos a su negociación y perfeccionamiento", Cuadernos de extensión jurídica. N° 6 (2002) pp. 167-187
2. Aguilar, Denis. Slideshare [en línea] 2013. En: <http://es.slideshare.net/denisac/contratos-Modernos-modulo-10>
3. CARDOSO, Juan Pablo. "La costumbre mercantil internacional como mecanismo de solución de conflictos en la contratación mercantil internacional en la Corte Suprema de Justicia y Corte Constitucional Colombiana" Universitas N° 7, enero-Diciembre (2010) pp. 121-142, P. 126. En: http://www.javeriana.edu.co/juridicas/pub_rev/univ_est/documents/5Laconstumbre.pdf
4. Centro de arbitraje y mediación (CAM) 20 de marzo de 2000 En: http://camsantiago.com/setencias/IndiceGral_2011/140-98.pdf
5. CONTRERAS STRAUCH, Osvaldo, Instituciones de Derecho Comercial. Tercera edición. Santiago: Legal Publishing, 2011.
6. Colombia, Decreto 410 de 1971. Código de Comercio. En: <http://www.camaradorada.org.co/documentos/Codigos%20comercio.pdf>
7. El anteproyecto de Ley de código mercantil y el contrato de distribución. (en línea) José Martínez Enguídanos. Diariojurídico.com. 19 de junio de 2014. En: <http://www.diariojuridico.com/el-anteproyecto-de-ley-del-codigo-mercantil-y-el-contrato-de-distribucion/>
8. EL DERECHO EDITORES. "contrato mercantil y bancaria" El derecho editores.
9. España. Ley sobre Contrato de Agencia. Ley 12/1992 de 27 de Mayo. Boletín oficial del Estado.
10. FERNANDEZ ROSAS, José. "El derecho del comercio internacional en el contrato de globalización". Escrava. Revista del Colegio de Notarios del Estado de México n° 5, (2000). Pp. 161-230. P 5, en http://eprints.ucm.es/6869/1/EL_DERECHO_DEL_COMERCIO_INTERNACIONAL_EN_LA_GLOBALIZACION.pdf

