CONTRATACIÓN MERCANTIL INTERNACIONAL

Alfonso Ortega Giménez

CURSO PRÁCTICO INTERACTIVO

Contiene

VIDEOS + eBOOK

COLEX READER

eBook en www.colex.es

COLEX

CURSO PRÁCTICO INTERACTIVO

CONTRATACIÓN MERCANTIL INTERNACIONAL

Alfonso Ortega Giménez

COLEX 2024

Copyright © 2024

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. del Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) garantiza el respeto de los citados derechos.

Editorial Colex S.L. vela por la exactitud de los textos legales publicados. No obstante, advierte que la única normativa oficial se encuentra publicada en el BOE o Boletín Oficial correspondiente, siendo esta la única legalmente válida, y declinando cualquier responsabilidad por daños que puedan causarse debido a inexactitudes e incorrecciones en los mismos.

Editorial Colex S.L. habilitará a través de la web www.colex.es un servicio online para acceder a las eventuales correcciones de erratas de cualquier libro perteneciente a nuestra editorial, así como a las actualizaciones de los textos legislativos mientras que la edición adquirida esté a la venta y no exista una posterior.

© Alfonso Ortega Giménez

© Editorial Colex, S.L.
Calle Costa Rica, número 5, 3.º B (local comercial)
A Coruña, C.P. 15004
info@colex.es
www.colex.es

I.S.B.N.: 978-84-1194-228-7
Depósito legal: C 20-2024

SUMARIO

0

INTRODUCCIÓN

Introducción 11

1

ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE LA CONTRATACIÓN MERCANTIL INTERNACIONAL Y DE LOS PRINCIPALES RIESGOS ASOCIADOS A LAS PRINCIPALES MODALIDADES CONTRACTUALES INTERNACIONALES

I. Planteamiento. La importancia del contrato internacional 14
II. Concepto de contrato internacional 15
III. Clases de contratos internacionales 16
III.1. Contrato de compraventa internacional de mercaderías 18
III.2. Contrato de agencia comercial internacional. 19
III.3. Contrato de concesión o distribución comercial internacional 20
III.4. Contrato de *joint venture* internacional. 22
III.5. Contrato de franquicia comercial internacional 25
III.6. Contrato internacional de transferencia de tecnología 27
III.7. Contrato internacional de I + D. 27
IV. Requisitos que deben darse para poder hablar de un contrato internacional . . 28
V. Aspectos formales a tener en cuenta a la hora de suscribir un contrato internacional 29
VI. Documentos preparatorios para la formalización de un contrato internacional . . 31
VII. Negociación y contratación internacional 32
VIII. Régimen jurídico básico de la contratación internacional en España 33
IX. Clausulado general a tener en cuenta a la hora de redactar un contrato internacional 34
X. Contratación internacional: resolución de controversias y determinación de la ley aplicable 44

XI. Reflexiones finales 47
XII. Bibliografía recomendada en materia de contratación internacional 47
XIII. Enlaces web recomendados 49
XIV. Test de autoevaluación 51

2

ANÁLISIS Y REDACCIÓN DEL CLAUSULADO DE UN CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

I. Planteamiento: la compraventa internacional de mercaderías como prototipo de todo acto de comercio internacional 53
II. Concepto de contrato de compraventa internacional de mercaderías 54
III. Requisitos esenciales en todo contrato de compraventa internacional de mercaderías 55
IV. Régimen jurídico de la compraventa internacional de mercaderías 57
V. La Convención de Viena de 1980 sobre compraventa internacional de mercaderías 58
VI. Riesgos derivados del incumplimiento de un contrato de compraventa internacional de mercaderías 64
VI.1. Incumplimiento del contrato 66
VI.2. Resolución en caso de incumplimiento del contrato 68
VI.3. Derechos y acciones en caso de incumplimiento del contrato 69
VII. Reflexiones finales 72
VIII. Bibliografía básica recomendada 74
IX. Enlaces web recomendados 76
X. Test de autoevaluación 77

3

ANÁLISIS Y REDACCIÓN DEL CLAUSULADO DE UN CONTRATO DE AGENCIA COMERCIAL INTERNACIONAL

I. Planteamiento: la intermediación en el comercio internacional y la función del agente comercial internacional 80
II. Concepto de contrato de agencia comercial internacional 81
III. Clases de agentes comerciales internacionales 81
IV. Régimen jurídico aplicable al contrato de agencia comercial internacional en España 83
V. Diferencias del contrato de agencia comercial internacional con otros contratos internacionales similares: comisión, representantes de comercio y concesión o distribución comercial 85

VI. Rasgos característicos del contrato de agencia comercial internacional 87
VII. Elementos del contrato de agencia comercial internacional 89
VIII. Actuación del agente comercial internacional 90
IX. Obligaciones de las partes 90
X. Riesgos derivados de un contrato de agencia comercial internacional. 91
X.1. Remuneración del agente comercial internacional 92
X.2. Prohibición de competencia 93
X.3. Formalización del contrato 94
X.4. Extinción del contrato de agencia comercial internacional: por tiempo determinado o por tiempo indefinido 94
X.5. Indemnizaciones a la extinción del contrato de agencia comercial internacional: indemnización por clientela e indemnización por daños y perjuicios 96
XI. El contrato de agencia comercial internacional: jurisdicción competente y determinación de la ley aplicable 97
XII. El contrato de agencia comercial internacional en otros países: UE (Alemania, Francia, Italia y Reino Unido) y fuera de la UE (Argentina, China, Brasil y EE.UU.) 98
XIII. Bibliografía básica recomendada 102
XIV. Enlaces web recomendados 103
XV. Test de autoevaluación 105

4

ANÁLISIS Y REDACCIÓN DEL CLAUSULADO DE UN CONTRATO DE CONCESIÓN O DISTRIBUCIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

I. Introducción 107
II. Concepto de contrato de concesión o distribución comercial internacional . . . 108
III. Requisitos y obligaciones de las partes en el contrato de concesión o distribución comercial internacional 108
IV. Diferencias con otras figuras contractuales internacionales 110
V. Normativa aplicable al contrato de concesión o distribución comercial internacional en la Unión Europea y en otros países 110
VI. Riesgos derivados de un contrato de concesión o distribución comercial internacional 116
VI.1. Restricciones a la libre competencia 116
VI.2. Competencia desleal 121
VI.3. Extinción del contrato 121
VII. Enlaces web recomendados. 122
VIII. Bibliografía básica recomendada 123
IX. Test de autoevaluación 125

ANEXO
MODELOS DE CONTRATOS MERCANTILES INTERNACIONALES (COMPRAVENTA, AGENCIA COMERCIAL Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL)

I
EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS

Modelo de contrato de compraventa internacional de mercaderías 131
Modelo de condiciones generales de venta y garantía 137

II
EL CONTRATO DE AGENCIA COMERCIAL INTERNACIONAL

Modelo de contrato de agencia comercial internacional 145
Modelo de contrato mercantil de prestación de servicios profesionales 151

III
EL CONTRATO DE CONCESIÓN O DISTRIBUCIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Modelo de contrato de concesión o distribución comercial internacional 161

0

INTRODUCCIÓN

1

ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE LA CONTRATACIÓN MERCANTIL INTERNACIONAL Y DE LOS PRINCIPALES RIESGOS ASOCIADOS A LAS PRINCIPALES MODALIDADES CONTRACTUALES INTERNACIONALES

Sumario:

I. Planteamiento. La importancia del contrato internacional
II. Concepto de contrato internacional
III. Clases de contratos internacionales
- III.1. Contrato de compraventa internacional de mercaderías
- III.2. Contrato de agencia comercial internacional
- III.3. Contrato de concesión o distribución comercial internacional
- III.4. Contrato de *joint venture* internacional
- III.5. Contrato de franquicia comercial internacional
- III.6. Contrato internacional de transferencia de tecnología
- III.7. Contrato internacional de I + D

IV. Requisitos que deben darse para poder hablar de un contrato internacional
V. Aspectos formales a tener en cuenta a la hora de suscribir un contrato internacional
VI. Documentos preparatorios para la formación de un contrato internacional
VII. Negociación y contratación internacional
VIII. Régimen jurídico básico de la contratación internacional en España
IX. Clausulado general a tener en cuenta a la hora de redactar un contrato internacional
X. Contratación internacional: resolución de controversias y determinación de la ley aplicable
XI. Reflexiones finales
XII. Bibliografía recomendada en materia de contratación internacional
XIII. Enlaces web recomendados
XIV. Test de autoevaluación

I. Planteamiento. La importancia del contrato internacional

En un mundo cada vez más globalizado, la internacionalización empresarial empieza por convertirse en una clave de supervivencia, no sólo de las grandes empresas sino también para muchas *pymes*; el objetivo pasa por continuar creciendo cuando el espacio doméstico se ha quedado pequeño y es preciso ampliar horizontes; aunque, en otras ocasiones, el motivo es la necesidad de seguir a nuestros clientes allá donde vayan y evitar así que algunos de nuestros competidores se crucen en el camino.

Esta internacionalización exige, de alguna manera, ciertos conocimientos acerca de los riesgos jurídicos que plantea cualquier operación comercial internacional. Por regla general, toda operación comercial internacional quedará plasmada en un contrato; pues bien, la negociación de ese contrato internacional planteará una serie de complejidades, derivadas de las obligaciones exigidas por los instrumentos jurídicos existentes en la materia, que las partes deberán conocer y saber gestionar.

De esta forma, la evolución sufrida por la práctica de la contratación internacional es consecuencia de la generalización de la actividad exportadora e importadora de nuestras *pymes*. La necesidad de materializar las transacciones comerciales internacionales en un documento —el contrato internacional—, a modo de recordatorio de los derechos y obligaciones de las partes contratantes, ha colocado a la contratación internacional en un lugar privilegiado en el nuevo escenario de la globalización.

La contratación internacional está adquiriendo cada día mayor incremento; y los vínculos entre los operadores comerciales internacionales son cada vez más complicados, a causa de la regulación contractual a través de medios tecnológicos y la complejidad financiera del mundo de las divisas.

Así, las cosas, los objetivos que se persiguen con este estudio son múltiples: no sólo es necesario entender los aspectos jurídicos de la contratación internacional, conocer las leyes y convenios que condicionan los contratos internacionales, sino también entender los aspectos principales a tener en cuenta a la hora de establecer uno de estos contratos y conocer los problemas que pueden surgir en este tipo de contratación.

CINCO PREGUNTAS BÁSICAS SOBRE CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1.ª) ¿Cuándo un contrato es internacional?

Un contrato es internacional cuando es susceptible de afectar intereses de agentes económicos de varios países por presentar conexiones con la normativa de los mismos.

2.ª) ¿Qué ocurre en caso de litigios en los contratos internacionales?

Es absolutamente recomendable incluir en el contrato una cláusula que prevea cuál será la jurisdicción competente en caso de litigio: tribunales del comprador, vendedor o del país donde se deben cumplir las obligaciones principales. Existe también la posibilidad de pactar que las disputas se resuelvan mediante arbitraje, lo cual resulta muy conveniente a efectos de celeridad y economía en la resolución de dichos conflictos.

3.ª) ¿Qué principales ventajas tiene el arbitraje frente a los juzgados y tribunales de un determinado estado?

Suele ser notablemente más rápido, no suele haber riesgos de parcialidad y las partes litigan en el idioma común que hayan elegido.

4.ª) ¿Los contratos internacionales sólo pueden ser por escrito?

No, también pueden ser verbales. Sin embargo, es muy recomendable que el acuerdo al que se llegue se plasme por escrito y que cada nuevo contrato recoja y/o derogue cualquier posible relación contractual anterior.

5.ª) ¿Es importante firmar precontratos, cartas de intenciones o «Gentlemen Agreements»?

En general se les suele dar poca importancia, y la tendencia es no firmarlos, bajo la creencia de que hasta que no se firma el contrato no existe vinculación alguna, pero en más casos de lo que comúnmente se cree se están adquiriendo compromisos con la firma de alguno de estos documentos.

Fuente: http://www.casce.org

II. Concepto de contrato internacional

En su origen, los contratos nacen desde el momento en que la sociedad alcanza tal nivel de desarrollo que los individuos necesitan: a) por un lado, prever los problemas buscando soluciones *a priori*; y, b) por otro lado, dejar constancia de su compromiso.

En este contexto, podemos entender por contrato «todo acuerdo de voluntades suscrito entre las partes que tiene como finalidad la realización de una transacción comercial»; y un contrato merecerá el calificativo de *internacional* cuando «no sea doméstico», esto es, cuando la relación jurídica que se deriva de él exceda de los límites del tráfico jurídico privado interno, se encuentre conectada con más de un ordenamiento jurídico estatal; por tanto, cuando en esa relación jurídica esté presente algún elemento de los llamados de «extranjería», ya sea objetivo (p. ej. la firma del contrato en un país extranjero) o subjetivo (p. ej. la nacionalidad, el domicilio o la residencia habitual en un país extranjero de cualquiera de las partes contratantes), podemos hablar de un *contrato internacional*.

En definitiva, el *contrato internacional* no es un «pacto entre caballeros», esto es, una fuente de obligaciones allí recogidas entre las partes contratantes, —que pueden ser bien una persona física, o bien una persona jurídica—; ya que un contrato liga a las partes y a quienes traen causa de ellas, y los derechos y obligaciones son tan sólo de ellos y de nadie más; en principio, y salvo, por ejemplo. Lo previsto en la legislación fiscal, ningún tercero puede invocar ese contrato en su beneficio o en contra de una de las partes contratantes.

PRINCIPIOS RECTORES DE LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1.º) Principio de autonomía de la voluntad de las partes.

2.º) Principio de buena fe contractual.

3.º) Principio de ***pacta sunt servanda*** (cumplimiento de lo pactado legalmente).

4.ª) Principio de actuación con la diligencia debida con arreglo a los usos y costumbres de cada sector.

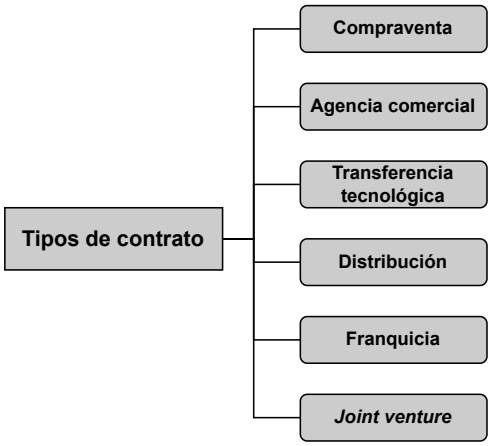
III. Clases de contratos internacionales

El prototipo de todo acto de comercio internacional es el contrato de compraventa internacional de mercaderías; no obstante, existe una larga lista de contratos internacionales, que podemos clasificar atendiendo a dos criterios básicos: a) las partes contratantes; y, b) el objeto del mismo.

a) **Las partes contratantes**. Se pueden diferenciar los *contratos públicos* —cuando una de las partes contratantes, o bien, las dos son organismos públicos—, de los *contratos privados* —cuando las partes contratantes, ya sean personas físicas o jurídicas, son privadas—. Cuando nos referimos a contratos privados —o si se quiere, relaciones privadas— estamos planteando la exclusión de todos aquellos sectores del ordenamiento jurídico en los que predomina su vertiente pública, aunque es cierto que la calificación de una situación de internacional como «privada» o «pública», no depende de la naturaleza de los sujetos que la configuran sino de la posición jurídica que éstos ocupan en la relación; por tanto, nos referimos a contratos privados o relaciones jurídicas privadas cuando el sujeto es o una «persona de Derecho Privado» o una «persona de Derecho Público que actúa con carácter privado» —es decir, que está actuando *iure gestionis*, y no cuando esa persona actúa ejercitando su poder de autoridad, esto es, cuando está actuando *iure imperii*—.

b) **El objeto del mismo**. Aquí las posibilidades son infinitas, aunque algunas de las figuras contractuales más «habituales» serían: a) el *contrato de compraventa internacional de mercaderías* —cuando una de las par-

tes se compromete a entregar una cosa, y la otra un precio cierto en dinero o signo que lo represente—; b) *el contrato de agencia comercial internacional*— aquel contrato en virtud del cual una de las partes, denominada «agente», ya sea una persona física o jurídica, se obliga frente a otra, llamada «principal», de manera continuada o estable y a cambio de una remuneración, a promover en un determinado territorio actos y operaciones de comercio por cuenta ajena, o a promoverlos y concluirlos por cuenta y en nombre ajenos, como intermediario independiente, sin asumir el riesgo y ventura de tales operaciones—; c) *el contrato internacional de transferencia tecnológica* —aquel contrato por el que una persona física o jurídica proporciona a otra acceso a una tecnología o *know-how*, a cambio de una remuneración en forma de importe global, o royalties periódicos, o una participación accionarial—; d) *el contrato de concesión o distribución exclusiva internacional* —a través del contrato de distribución una empresa, denominada «concedente», se compromete a vender sus productos en exclusiva a otra empresa, denominada «concesionario», en un determinado territorio y con fines de reventa de los mismos—; e) el contrato de franquicia internacional —aquella relación jurídica por medio de la cual un empresario, denominado «franquiciador» o «franquiciante», pone a disposición de otro empresario independiente, denominado «franquiciado», la posibilidad de explotar en un determinado territorio una «concepción global de empresa», con el objeto de producir y/o comercializar los productos o servicios del primero, recibiendo a cambio una contraprestación económica—; o, f) *el contrato de joint venture* internacional —aquel contrato por el que dos o más socios convienen, prosiguiendo su actividad, crear una empresa común para una actividad determinada, estable o provisional, dotándola de apoyo técnico, financiero o comercial de sus propias empresas—, etc.



Fuente: http://www.camaravalencia.com

III.1. Contrato de compraventa internacional de mercaderías

Como bien sabemos, toda operación comercial internacional gira en torno a lo contratado; en este contexto es donde el contrato de compraventa internacional de mercaderías se articula como la modalidad contractual más antigua, prototipo de los actos de comercio internacional; mediante el mismo, las partes contratantes —vendedor y comprador—, acuerdan una compraventa de mercaderías, fijando los términos de la misma en un documento privado —ya sea una orden de pedido, una factura pro-forma o un contrato—, de forma que para modificar cualquiera de las condiciones pactadas es necesaria la conformidad de ambas partes contratantes.

Es evidente que el contrato de compraventa internacional de mercaderías —como herramienta contractual transmisora de la confianza entre las partes— es el que más claramente y mejor refleja la función del tráfico mercantil internacional: comerciar es por antonomasia, comprar y revender con ánimo de lucro. La importancia de esta modalidad contractual se aprecia en el hecho de que, desde siempre, se ha presentado tradicionalmente como una guía jurídica para el desarrollo de la actividad profesional internacional de los comerciantes.

Su complejidad se ve acrecentada por la existencia, a efectos de su regulación, de una pluralidad de ordenamientos jurídicos nacionales, que pueden incorporar soluciones diferenciadas respecto de muchos de los aspectos del contrato.

Por el contrato de compraventa internacional de mercaderías, uno de los contratantes —denominado «vendedor»— se obliga a entregar una cosa determinada, y el otro —denominado «comprador»— a pagar por ella un precio cierto en dinero o signo que lo represente. Se trata de la realización de una transacción mercantil, de una operación comercial, que requiere: a) ánimo de lucro; b) profesionalidad; c) habitualidad; y, d) permanencia.

En este sentido, según el Convenio (o Convención) de Viena de 1980 sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías, el contrato se forma por: a) la recepción de la aceptación a una oferta; b) la realización de un acto relativo a la expedición de la mercancía; y, finalmente, c) el pago del precio.

Este tipo de contrato es una de las modalidades más usadas en la práctica del comercio internacional. La Organización de las Naciones Unidas propició un marco jurídico de obligada referencia: el mencionado Convenio de Viena de 1980 sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías, instrumento jurídico que regula la formación del contrato de compraventa, los derechos y las obligaciones de las partes.

El contrato de compraventa internacional de mercaderías —una de las modalidades más utilizadas en la práctica del comercio internacional— es un texto impreso con las condiciones generales y particulares de la compraventa, y resulta especialmente útil para las *pymes* que se dediquen a la acti-

vidad comercial internacional. Contiene las características de la transacción comercial, e incluye, entre otras, las especificaciones técnicas, las condiciones de entrega y los términos de pago pactados.

Es recomendable que toda negociación comercial internacional se formalice preferentemente por escrito —mediante télex, fax, e-mail, etc. —, aunque esto no es lo habitual en el comercio internacional, debido a la celeridad que lo caracteriza. En este sentido, los contratos «más complejos» —bien por la dificultad a la hora de alcanzar consenso entre las partes, o por el propio objeto del mismo—, habitualmente son elaborados dentro de una primera fase de preparación o negociación comercial, para después, en una segunda fase, ser formalizados, tras una redacción cuidadosa, y atendiendo a las condiciones pactadas por las partes; mientras que los contratos «menos complejos» —bien porque la operación sea repetitiva, o por el consenso alcanzado por las partes— no requieren esta labor, y la mayoría de las veces se circunscriben a la factura pro-forma confirmada por el comprador.

III.2. Contrato de agencia comercial internacional

En virtud del contrato de agencia comercial una persona física o jurídica —el agente— se obliga, como intermediario independiente, de manera continuada y a cambio de una remuneración, a promover (agente negociador) y/o a contratar (agente contratante) operaciones de comercio por cuenta y en nombre de otra —el principal— sin asumir, salvo pacto en contrario, el riesgo y ventura de tales operaciones.

Desde una perspectiva material, el contrato de agencia está regulado por la Ley 12/1992, de 27 de marzo, sobre Contrato de Agencia que adapta el Derecho español a 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 (en adelante Directiva 86/653/CEE). En el ámbito de la unificación internacional, destaca el Contrato Modelo de Agencia Comercial Internacional publicado por la CCI en 1991; instrumento que opera —muy en línea con la Directiva 86/653/CEE— una estandarización de las principales cláusulas que deben figurar en los contratos de agencia circunscritos a la venta —no a la compra— de mercaderías.

En este sentido, cabe definir el contrato de agencia comercial internacional como aquel contrato en virtud del cual una de las partes, denominada «agente» (persona física o jurídica), se obliga frente a otra, llamada «principal», de manera continuada o estable y a cambio de una remuneración, a promover en un determinado territorio actos y operaciones de comercio por cuenta ajena, o a promoverlos y concluirlos por cuenta y en nombre ajenos, como intermediario independiente, sin asumir el riesgo y ventura de tales operaciones.

CURSO PRÁCTICO INTERACTIVO
CONTRATACIÓN MERCANTIL INTERNACIONAL

En un mundo cada vez más globalizado, la internacionalización empresarial empieza por convertirse en una clave de supervivencia no solo de las grandes empresas, sino también para muchas pymes. El objetivo pasa por continuar creciendo cuando el espacio doméstico se ha quedado pequeño, y es preciso ampliar horizontes. En otras ocasiones, el motivo es la necesidad, la de seguir a nuestros clientes allá donde vayan, y evitar así que algunos de nuestros competidores se crucen en el camino.

Esta internacionalización exige, de alguna manera, tener ciertos conocimientos acerca de los riesgos jurídicos que cualquier operación comercial internacional plantea. Por regla general, toda operación comercial internacional quedará plasmada en un contrato; pues bien, la negociación de ese contrato internacional planteará una serie de complejidades —derivadas de las obligaciones exigidas por los instrumentos jurídicos existentes en la materia—, que las partes deberán conocer y saber gestionar.

De esta forma, consecuencia de la generalización de la actividad exportadora e importadora de nuestras pymes, es la evolución sufrida por la práctica de la contratación internacional. La necesidad de materializar las transacciones comerciales internacionales en un documento —el contrato internacional—, a modo de recordatorio de los derechos y obligaciones de las partes contratantes, ha colocado a la contratación internacional en un lugar privilegiado en el nuevo escenario de la globalización.

La contratación internacional está adquiriendo cada día mayor incremento, y los vínculos entre los operadores comerciales internacionales son cada vez más complejos por la regulación contractual a través de medios tecnológicos y por la complejidad financiera del mundo de las divisas.

Así las cosas, los objetivos que se persiguen con este CURSO PRÁCTICO INTERACTIVO SOBRE CONTRATACIÓN MERCANTIL INTERNACIONAL son múltiples: no solo entender los aspectos jurídicos de la contratación mercantil internacional, conocer las leyes y convenios que condicionan los contratos mercantiles internacionales, sino también comprender los aspectos principales a tener en cuenta a la hora de establecer un contrato mercantil internacional, y adentrarse en los problemas que surgen en las modalidades contractuales mercantiles internacionales más utilizadas en el comercio internacional (compraventa internacional de mercaderías, agencia comercial internacional y concesión o distribución comercial internacional).

ALFONSO ORTEGA GIMÉNEZ

Doctor *Honoris Causa* por la Universidad Autónoma San Sebastián de San Lorenzo (Paraguay) y por el Instituto Interamericano de Investigación y Docencia en Derechos Humanos (México); Doctor en Derecho; Premio extraordinario de Doctorado; Licenciado en Derecho y Master en Comercio Internacional por la Universidad de Alicante. Profesor Titular de Derecho internacional privado de la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH). Director del Observatorio Provincial de la Inmigración de Alicante. Vicedecano de Grado en Derecho de la UMH. Director del Máster Universitario en Abogacía de la UMH. Director de la Cátedra de Relaciones Privadas Internacionales UMH-Ilustre Colegio de Abogados de Orihuela. Ha participado, como autor, coautor, director y/o coordinador en más de 225 libros. Consejero académico del despacho profesional GRUPO ASESOR ROS (https://www.rosgrupoasesor.es).

PVP: 25,00 €

ISBN: 978-84-1194-228-7

9 788411 942287