



APTA PERÚ

# TORNEO

SAN MARCOS

V EDICIÓN

## CASO 2024

ORGANIZAN:



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE  
**SAN MARCOS**  
(Universidad del Perú, Decana de América)

APTA PERÚ

**Quinta Edición**

Ciudad Universitaria, Lima.



### **A. Sobre las partes. -**

1. El caso de la presente edición gira en torno a un contrato internacional de fabricación de bebidas. Sus partes son Saludable de Alimentos S.A.C. (en adelante, "SASAC") y Orgánicos y Artificiales S.R.L. (en adelante, "ORYA"). La primera demanda la resolución del contrato y el resarcimiento de los daños. La segunda, por su lado, niega todo tipo de responsabilidad. El contrato y la controversia se sujetan a los principios UNIDROIT del año 2016.
2. SASAC es una compañía peruana comercializadora de alimentos orgánicos. Es decir, y para reducir todo tipo de cuestionamientos sobre los alcances del término "orgánico", solo vende, en la medida de lo razonablemente posible, productos que hayan sido fabricados con aditivos naturales y materias primas libres de plaguicidas y fertilizantes artificiales. Su lema comercial es "*SASAC, donde vivir más, cuesta menos y sabe igual*".
3. Con quinientas doce (512) tiendas propias y treinta y cinco (35) millones de seguidores en sus cuentas de TikTok e Instagram, nadie discute la importancia y popularidad de SASAC. Según informes gubernamentales, la empresa tiene una participación del 70% del mercado nacional en la venta de productos "orgánicos" y ejerce una posición dominante en la colocación y distribución de este tipo de alimentos en el país.
4. ORYA, por su lado, es una compañía franco-brasileña, asentada en Brasil, que se dedica principalmente a la fabricación de alimentos procesados y ultra procesados. Aunque su cartera de productos es extensa, la compañía manufactura aceites, harinas, frituras, azúcares, refrescos, destilados y otros derivados. Cuenta con una participación del 17.5% del mercado brasileño y tiene una presencia moderada en el Perú.
5. El negocio principal de ORYA es la fabricación y distribución de productos convencionales. Sin embargo, considerando las nuevas tendencias del mercado, tildadas por muchos como "*quimiofóbicas*", la empresa venía evaluando la implementación de una línea de productos orgánicos y saludables. Buscaba primero distribuirlos y, dependiendo de la demanda y la sostenibilidad industrial, pasar a fabricarlos. Para este efecto, había previsto aliarse económicamente con diversas empresas del rubro.

### **B. El valor de la marca SASAC. -**

6. La tendencia reciente de los consumidores peruanos por preferir alimentos saludables, especialmente bajo en azúcares y libres aditivos artificiales, hizo que las tiendas de SASAC, dedicadas exclusivamente a la venta de este tipo de productos, se multiplicaran rápidamente por todo el país.
7. Se discute la clave de su éxito, aunque muchos la relacionan con la pandemia de la COVID-19 y al hecho que la obesidad y la diabetes hayan sido factores de riesgo de la enfermedad y que los médicos recomendaran constante y urgentemente mejorar los hábitos alimenticios de todos. Es importante indicar que SASAC era la única proveedora de productos saludables durante los años de cuarentena, ofreciendo servicios de entrega a domicilio a bajo costo. De esta manera, la marca era vista como una aliada para contener los efectos de la pandemia, contribuyendo con la buena alimentación de todos los peruanos.



### **C. Sobre el negocio de bebidas. -**

8. Debido a la gran exposición de su marca y sólido posicionamiento en el mercado peruano, SASAC decidió implementar una línea de productos naturales de marca propia. Esta línea estaría compuesta principalmente por bebidas naturales, cereales orgánicos y chocolates sin azúcar. El alto relacionamiento de la marca "SASAC" con un estilo de vida saludable hacía fundamental que los productos cumplan con dichas características.
9. De todos los alimentos genéricos, SASAC empezaría con la producción y comercialización de bebidas naturales. Tenía especial interés en comercializar jugos orgánicos de gran valor energético. Buscaba que bebidas fueran consumidas principalmente por estudiantes, deportistas y ejecutivos, así como por cualquier otra persona que quisiera aumentar sus niveles de energía, evitar el sueño y bajar de peso. Todo ello sin importar la edad o estado de salud.
10. SASAC no tiene experiencia en la formulación y/o fabricación de alimentos. Su objeto social está limitado a la comercialización de productos finales sin tener injerencia en su elaboración. Siendo ello así, los directivos de SASAC eran conscientes de que el éxito de este nuevo emprendimiento dependería básicamente de la empresa que eligieran como fabricante.
11. Entre todas las industriales con presencia en el país, ORYA resultaba ser la de mejor reputación, superior capacidad instalada, mayores proveedores y precios más competitivos. ORYA, pese a estar asentada en Brasil, tenía experiencia en el mercado peruano, pues venía fabricando los productos de marca blanca de muchos supermercados nacionales.
12. Considerando estos antecedentes, SASAC y ORYA empezaron a negociar una alianza estratégica para la producción "conjunta" de bebidas orgánicas. Cada parte compartió información sobre su trayectoria empresarial, modelo de negocio y planes de expansión. Es decir, las partes fueron informadas de las aspiraciones comerciales mutuas. De todas las conversaciones, interesa la que tuvieron con relación a la bebida "Camp-Drink".

### **D. Camp-Drink. -**

13. "Camp-Drink" es una bebida natural diseñada y fabricada exclusivamente por ORYA. Es un energizante hecho a base de la "*Campsiandra angustifolia*" o "*huacapurana*", una planta silvestre popularmente conocida por sus grandes propiedades psicoactivas, curativas y afrodisiacas. Las características de la "*huacapurana*" hacían que la bebida "Camp-Drink" sea vista como muy efectiva para reducir la fatiga, inhibir el sueño e incrementar la agilidad mental. Sus bondades hacían que incluso fuese masivamente utilizada en la coctelería brasileña.
14. Es importante indicar que la efectividad de "Camp-Drink" como energizante aún sigue en estudio. No queda claro si el agente activo de la bebida proviene de la *huacapurana* o del malato de sodio que también se utiliza. Sin embargo, con independencia de su efecto energizante, no se discute la inocuidad y seguridad alimentaria del producto. Es decir, no estamos ante un alimento tóxico para los seres humanos.



## **E. Sobre las negociaciones. –**

15. SASAC buscaba que ORYA fabricara una bebida similar al "Camp-Drink", con las mismas propiedades energéticas, origen ancestral y buen sabor, aunque bajo la marca "SASAC". Tenía incluso pensado que la bebida se llame, en todo caso, "Camp-Drink, by SASAC". Naturalmente, considerando los valores de la empresa, correspondía asegurarse de que dicho producto fuese elaborado únicamente con insumos orgánicos.
16. ORYA inició la negociación señalando que la fórmula de la bebida y el método de producción eran secretos industriales, por lo que toda información que se compartiera debía ser tratada como estrictamente reservada. Para este efecto, las partes debían suscribir un acuerdo de confidencial, lo que finalmente hicieron el 16 de mayo de 2023.
17. Suscrito el acuerdo, ORYA dio algunos detalles de la fórmula del "Camp-Drink". Informó que utilizaba extractos de la raíz de la *huacapurana* para la elaboración de la bebida. Esta planta era la principal materia prima del producto. Igualmente, que dicho extracto tenía una acidez muy alta, con sabor metálico, lo que obligaba a utilizar sacarina (E954) y citrato de sodio (E331), como bloqueadores de acidez e intensificadores de dulzor. También utilizaba, aunque en ínfimas cantidades, malato de sodio, como conservante. Estos insumos eran esenciales para garantizar el buen sabor y la eficiencia energética de la bebida.
18. Teniendo en cuenta lo informado y los valores de su marca, SASAC solicitó modificar la fórmula, reemplazando la sacarina y el citrato de sodio por aditivos naturales, los cuales debían ser adecuadamente definidos por ORYA. Igualmente, exigía contar certificaciones internacionales que aseguraran la sostenibilidad de la siembra y cosecha de la *huacapurana* y de cualquier otra materia prima involucrada. En ese sentido, y siguiendo sus políticas de etiquetas limpias, correspondía también detallar los insumos y su procedencia, así como el respectivo método de producción en la etiqueta de las bebidas.
19. Las exigencias de SASAC no fueron bien vistas por ORYA, quien, en un primer momento, rechazó continuar con las negociaciones. En esa oportunidad, mediante carta del 14 de junio de 2023, la empresa sustentó su alejamiento indicando lo siguiente:

*"[...] , pero son razones de mercado las que nos impiden continuar con estas conversaciones.*

*En primer lugar, el "Camp-Drink" no es un alimento genérico que pueda ser fabricado libremente por y para terceros, menos bajo el esquema de un contrato de maquila de marca blanca.*

*Igualmente, no permitimos variaciones en nuestras recetas, ya que, al ser secretas, ninguna de ellas podría ser auditada o sujetas a control contractual. Siendo ello así, solo vendemos el "Camp-Drink" como un producto final, siendo irrelevante contractualmente el proceso de producción.*

*Por último, podemos realizar todo tipo de variaciones en la etiqueta de nuestra bebida, si eso genera mayor aceptación en el mercado peruano; sin embargo, en*



*ningún caso, revelaremos la receta ni los métodos de procesamiento, por ser, nuevamente, información confidencial”.*

20. La negativa inicial de ORYA cambió al constatar la posición de dominio de SASAC en el mercado peruano y lo perjudicial que podría ser enfrentarse al distribuidor más importante y con las lineales más lucrativas del sector. Debido a ello, en una segunda reunión, ORYA señaló que, con independencia de cualquier variación que se solicitara a su receta, dicha circunstancia no le daría la propiedad del producto a SASAC. La bebida sería siempre un derivado de las fórmulas y métodos de ORYA, y únicamente podrían ser maquiladas por dicha empresa.
21. Yendo a la receta, certificación y etiquetado, ORYA informó, mediante correo electrónico del 25 de julio de 2023, lo siguiente:

*De: Bruno Ferreira [mailto: [BSantosf@alimentosbrasil.br](mailto:BSantosf@alimentosbrasil.br)]*

*Enviado el: martes, 25 de julio de 2023 10:30 a.m.*

*Para: [GSanchez@sasac.com](mailto:GSanchez@sasac.com)*

*Asunto: CAMP-DRINK PERU*

*Prezado Gregory:*

*Según lo conversado, nuestros técnicos nos informan que no existe edulcorante natural que module adecuadamente la acidez de la Campsiandra angustifolia. La única excepción estaría en el eritritol, aunque no se tienen proveedores orgánicos competitivos en el mercado brasileiro. Cualquier otro edulcorante natural, orgánico o de otra clase, siempre dejaría un retrogusto de tipo metálico en el producto. Por questões legales, solo por pedido de su empresa se utilizaría el eritritol, regulando las condiciones de uso y sus consecuencias en el contrato.*

*Sobre la certificación orgânica, te recordamos que la Campsiandra angustifolia es una planta silvestre cosechada bajo técnicas ancestrales. Su crecimiento endémico y su recolección não industrializada hacen prácticamente imposible la obtención de una certificación segura. Sin embargo, en todo caso, podemos regular esta materia en el respectivo contrato. Por cierto, todos estamos en la misma página, ambas empresas buscamos mejorar nuestras respectivas marcas como ambientalmente responsables. Se trata de un aspecto esencial para todos.*

*Por último, con relación al etiquetado, únicamente divulgaríamos los ingredientes y los valores calóricos y nutricionales exigidos por las normas peruanas y brasileiras. Não daríamos mais detalhes, considerando que se trata de información confidencial.*

*Grato pela atenção y disculpe pelo portunol.  
Ferreira*

22. SASAC aceptó suscribir el contrato, siempre que sus exigencias comerciales se vean razonablemente reflejadas. Después de cuatro (4) meses de negociación, el 19 de septiembre de 2023, ambas empresas celebraron el contrato de producción y comercialización de bebidas.
23. Las partes pactaron una producción y comercialización inicial de doce (12) lotes, cada uno compuestos por noventa y seis mil (96,000) unidades de 300 ml. Los lotes serían entregados cada dos meses dentro de un plazo total de dos años. La entrega del primer lote estaba prevista para la segunda semana de noviembre de 2023. Los siguientes lotes, por su lado, serían entregados al segundo mes de recibido el anterior.



24. SASAC pagaría un precio fijo de USD 48,000.00 por cada lote. Se acordó un precio EXW. Los lotes serían entregados en la planta de ORYA que estaba ubicada en Minas Gerais. SASAC asumiría los costos y riesgos relacionados con el transporte y la comercialización de las bebidas en el Perú. Los términos más importantes del contrato se transcriben en la sección H del presente caso.

**F. La controversia. -**

25. Habiendo recibido el primer lote y estando pendiente la implementación de la respectiva campaña publicitaria, un reportaje periodístico en Brasil reveló que grandes extensiones de terreno de la empresa ORYA eran utilizadas como centros de acopio y de procesamiento de maderas de origen ilegal. La nota indicaba que la empresa, a través de uno de sus gerentes regionales, había celebrado hasta cinco contratos de arrendamiento con el señor Branco Pareja Perico, presunto cabecilla de una red criminal que traficaba madera para exportarla a los Estados Unidos y Europa.
26. Frente al escándalo mediático, ORYA decidió despedir rápidamente a toda su plana gerencial involucrada en los hechos, así como demandar la nulidad de los arrendamientos, considerando los delitos involucrados. El proceso de nulidad aún está en curso.
27. La noticia no tuvo eco en el Perú. Sin embargo, SASAC la consideró extremadamente grave, ya que revelaba un pésimo manejo corporativo y un nulo compromiso con la sostenibilidad ambiental. Debido a ello, decidió romper relaciones comerciales con ORYA, para lo cual solicitó la terminación anticipada del contrato. Para este efecto, argumentó que la finalidad del contrato era consolidar a SASAC como una empresa que promueve el estilo de vida saludable, a través de prácticas ambientalmente responsables. Igualmente, que era una obligación de ORYA, según el texto expreso del contrato, velar por el posicionamiento de la marca "SASAC" en el Perú, así como no afectar y siempre coadyuvar con su plan y estrategia de ventas en dicho país (numeral 2.3 del contrato). Nada de ello se estaba cumpliendo en el presente caso.
28. Frente a dicho pedido, ORYA señaló que no se había incurrido en ningún incumplimiento esencial del contrato, aunque entendía el eventual malestar de su contraparte. Siendo que no existía base legal ni contractual para anticipar la conclusión del contrato, solo queda que dicho acuerdo sea cumplido.
29. SASAC decidió guardar silencio y acudió a la planta de ORYA para gestionar la entrega del segundo lote. Estando en planta, advirtió que el etiquetado de las bebidas señalaba que se había utilizado *eritritol* proveniente de mosto de uva y que dicho aditivo era fabricado directamente por ORYA. Teniendo en cuenta dicha información, SASAC solicitó la certificación ecológica de la materia prima del *eritritol*, pues toda materia prima debía ser orgánica, según lo estipulaba el numeral 3.2 del contrato.
30. Frente a dicho requerimiento, ORYA señaló que no existía obligación certificar el origen orgánico de los insumos, pues la certificación únicamente estaba prevista para la materia prima del producto. Los aditivos no son materia



prima, según su lectura del contrato. Para este efecto, citó el numeral 3.1 del contrato.

31. En este punto, es importante mencionar que, según diversos informes gubernamentales, la producción vitivinícola de ORYA era una de las más contaminantes en Brasil. Caracterizada por el ineficiente uso del agua, intensiva aplicación de pesticidas y mal manejo ambiental de los residuos orgánicos, la empresa era vista como una pésima agroindustrial. Debido a ello, no era de extrañar que carezca de una certificación orgánica para sus uvas.
32. Teniendo en cuenta todos estos antecedentes, SASAC decidió manifestar su disconformidad con la entrega del segundo lote, así como rechazar la entrega de los lotes pendientes, en tanto no se obtuviera la certificación orgánica del *eritritol* y de todo otro insumo que se utilizara. En el mercado local existían proveedores de *eritritol* orgánico, por lo que ORYA podía procurarse dicho insumo para la fabricación de las bebidas.
33. ORYA insistió en la falta de sustento contractual para exigir la certificación, por lo que declaró válida la entrega del segundo lote. Igualmente, informó que pondría a disposición los siguientes lotes y que aplicaría su tarifa de horas/bodega, en caso dichos lotes no fuesen retirados dentro de los diez días que tenía SASAC para la formulación de observaciones (numeral 5.4 del contrato).
34. Paralelamente, ORYA ofreció canalizar el pedido de certificación orgánica del *eritritol* como una modificación a las especificaciones del producto, cuyo sobrecosto debería ser asumido en su totalidad por SASAC, tal como se establece en los numerales 10.3 y 10.4 del contrato.
35. Mientras las partes venían discutiendo las condiciones de entrega del lote existente y los posibles sobrecostos de los siguientes, periodistas peruanos empezaron a difundir noticias sobre la apropiación cultural de las empresas brasileñas de diversas prácticas ancestrales peruanas, como los macerados de *huacapurana* y otros brebajes naturales. Días después, y sin tener relación alguna con la primera noticia, también difundieron información sobre el fraude de los edulcorantes naturales, los cuales no tenían ninguna propiedad dietética ni valores nutricionales relevantes.
36. En postura de SASAC, estas noticias y la negativa de ORYA de renegociar el contrato hacían insostenibles mantener la comercialización del "Camp-Drink" en el Perú, pues la principal virtud de la bebida era justamente su origen ancestral y propiedad dietética. Debido a ello, reiteró su negativa de recibir los lotes previstos en el contrato.
37. ORYA, por su lado, continuó con la producción de las bebidas, comunicando que pondría a disposición de SASAC el tercer lote. El 5 de marzo de 2024, informó que estaban listas las noventa y seis mil (96,000) unidades de "Camp-Drink", aunque con una modificación en su etiquetado. Considerando los malestares de SASAC y la indefinición sobre quién asumía los sobrecostos de la certificación, ORYA dispuso suprimir toda referencia a que el *eritritol* era producido por su empresa. Solo indicaría que se estaba utilizando dicho aditivo, sin revelar la procedencia. Nada de ello fue aceptado por SASAC.





38. Teniendo en cuenta la situación del contrato y el comportamiento contractual de ORYA, SASAC evaluó demandar la resolución del contrato por incumplimiento y, de modo subordinado, por excesiva onerosidad, pues no se presentaban las condiciones para una comercialización adecuada de los productos. La sola colocación del primer lote de bebidas en sus tiendas implicó una afectación en su imagen como empresa ecológicamente responsable.
39. En efecto, la falta de certificación orgánica del "Camp-Drink", ya sea por la *huacapurana* o por el *eritritol*, así como el origen brasileño de los productos, restaron toda credibilidad a la marca. La mala prensa se intensificó en mayo de 2024, cuando el *influencer* @ElInformanteII, revelara que SASAC tenía vínculos con traficantes de madera, a razón de su alianza comercial con ORYA y al hecho de que esta última empresa había sido encontrado responsable de arrendar sus predios para actividades ilegales.
40. Con relación al referido proceso penal, ORYA fue declarada culpable el 24 de abril de 2024. Se determinó su responsabilidad en el marco de una delación premiada con terminación anticipada. En esa ocasión, la empresa fue condenada al pago de una multa equivalente a USD 500,000.00, así como a realizar diversas campañas de arborización.
41. El escándalo proveniente de todos estos eventos hizo que las ventas de SASAC se redujeran en un 10%, en el primer semestre de 2024, y que el valor de la empresa, tan sensible a este tipo de noticias, disminuyera en un 30%, según los informes periciales tenidos a la vista. Siendo ello así, a consideración de SASAC, no se presentaban las condiciones materiales para cumplir con su obligación de comercializar los productos en el país y solamente correspondía demandar la resolución.

#### **G. El arbitraje. -**

42. Mediante escrito del 29 de agosto de 2024, SASAC presentó su solicitud arbitral ante el Centro de Arbitraje Internacional de la Universidad Nacional mayor de San Marcos, invocando la cláusula arbitral contenido en el acuerdo de confidencialidad. Si bien el contrato de procesamiento y comercialización no tenía un convenio arbitral expreso, SASAC sostuvo que dicho contrato era la ejecución del acuerdo de confidencialidad, por lo que ambos contratos estaban relacionados.
43. Del mismo modo, dicho acuerdo estipulaba que la parte reclamante definiría los aspectos relevantes del arbitraje, como el centro y la sede. En ejecución de dicha cláusula, SASAC elegía al Centro de Arbitraje Internacional de la UNMSM, como administrador del arbitraje, así como a la República del Perú, como la sede.
44. ORYA contestó la solicitud, señalando que no existe convenio arbitral para el contrato y que, por lo tanto, ningún tribunal arbitral resultaba competente ni se podría prever una sede específica. La cláusula décimo-octava del contrato prevé únicamente la mediación.
45. Sin perjuicio de lo anterior, designaba a su árbitro, reservándose el derecho plantear las objeciones correspondientes. Igualmente, atendiendo al fondo, señaló que no existía incumplimiento alguno ni se configura ningún supuesto





de excesiva onerosidad. En cualquier caso, dejaba señalado que existían remedios contractuales menos gravosos que se pueden implementar, como el cambio de etiquetado, la recolocación de los productos en otras tiendas, así como la obtención de las certificaciones que tanto se requieren.

#### H. El contrato y otros actos. -

46. El acuerdo de confidencialidad del 16 de mayo de 2023 tiene el siguiente tenor:

##### **CLÁUSULA ÚNICA**

*Tras la firma del presente acuerdo, las partes se obligan a negociar, de buena fe, la celebración de un contrato de producción y comercialización de bebidas energéticas naturales y otros bienes relacionados. El contrato definitivo contendrá todas las disposiciones aplicables.*

*Durante las negociaciones, cada parte se obliga a tratar toda la información proporcionada por la otra como estrictamente confidencial. Esta obligación no aplica para la información que sea pública o que se haga pública sin el incumplimiento de la otra.*

*Toda controversia derivada del presente acuerdo será resuelta mediante un arbitraje internacional y de derecho, cuyo tribunal estará conformada por tres árbitros. La sede del arbitraje y otros aspectos relevantes serán definidos por la parte reclamante, salvo oposición razonable de la otra.*

47. Se transcriben las principales cláusulas del contrato producción y comercialización:

##### **CLÁUSULA SEGUNDA: OBJETO DEL CONTRATO**

- 2.1. *En virtud de este contrato, **EL FABRICANTE** se obliga a prestar a **SASAC**, bajo su propio costo, riesgo y responsabilidad el servicio de: (i) producción, elaboración y fabricación de **LOS PRODUCTOS** (en adelante, la "**FABRICACIÓN**") y (ii) envasado, empaquetado, etiquetado y encajonado de **LOS PRODUCTOS** (en adelante, el "**ENVASADO**"), para su posterior entrega a favor de **SASAC**, de conformidad con los términos y condiciones establecidos en este contrato. Como consecuencia de la **FABRICACIÓN** y **ENVASADO** de **LOS PRODUCTOS**, **SASAC** pagará a favor de **EL FABRICANTE** la contraprestación señalada en el Anexo 2-A.*
- 2.2. *Igualmente, mediante el presente instrumento, **EL FABRICANTE** designa a **SASAC** como su distribuidor exclusivo de **LOS PRODUCTOS** en **EL TERRITORIO** durante la vigencia del contrato. En tal sentido, **EL FABRICANTE** no podrá nombrar otro distribuidor de **LOS PRODUCTOS** en **EL TERRITORIO**. **SASAC** adquirirá **LOS PRODUCTOS** de **EL FABRICANTE**, a fin de obligarse a distribuirlos y comercializarlos en **EL TERRITORIO**.*
- 2.3. *Durante el plazo de vigencia del contrato, **EL FABRICANTE** se obliga a no dañar ni afectar, así como a realizar sus mejores esfuerzos para coadyuvar con el plan y estrategia de ventas de **SASAC** en **EL TERRITORIO**, velando por el posicionamiento y los valores de la marca "SASAC", así como cumplir con lo establecido en el presente contrato, haciéndose responsable ante todo tipo de incumplimiento, directo o indirecto, propio o de terceros relacionados. **SASAC** deberá aplicar todo su conocimiento, experiencia y medios para distribuir y/o comercializar en forma directa y/o a través de sus subdistribuidores o afiliadas **LOS PRODUCTOS**, empleando todos los canales o puntos de ventas en **EL***



**TERRITORIO** que se requieran para cumplir con su plan y estrategia de ventas, incluyendo tiendas de terceros.

### **CLÁUSULA TERCERA: OBLIGACIONES DE EL FABRICANTE**

- 3.1. **EL FABRICANTE** se obliga a obtener y mantener vigentes, bajo su cuenta, costo y riesgo, todos los títulos administrativos y certificaciones requeridos para la materia primera utilizada en la **FABRICACIÓN** y **ENVASADO** de **LOS PRODUCTOS** y, en general, para el cumplimiento de la legislación local y la de **EL TERRITORIO**.
- 3.2. **EL FABRICANTE** deberá adquirir, procurarse y/o producir, todos y cada uno de los insumos, ingredientes, aditivos y materias primas orgánicas, así como los envases, empaques y demás productos, bienes y compuestos en general que sean necesarios para cumplir con la **FABRICACIÓN** y **ENVASADO** de **LOS PRODUCTOS** en los términos acordados en este contrato. **EL FABRICANTE** no podrá alegar, en ninguna circunstancia, la dificultad o imposibilidad de obtener los insumos como eximente de responsabilidad por el incumplimiento de las obligaciones que asume bajo este contrato, salvo la fuerza mayor. **EL FABRICANTE** se obliga a buscar eficiencias en las compras y/o producción de los insumos. **SASAC** también podrá suministrar a **EL FABRICANTE** los insumos. En cualquier caso, la maquila tendrá una estructura abierta de costos.
- 3.3. **EL FABRICANTE** es el único responsable de **LOS PRODUCTOS** hasta su entrega efectiva a **SASAC**, lo que deberá realizarse en la planta de propiedad de **EL FABRICANTE**.

[...]

### **CLÁUSULA QUINTA: PRODUCTOS IRREGULARES**

- 5.1. Todos **LOS PRODUCTOS** debidamente sellados que cuenten con problemas relacionados a sedimentación, floculación, objetos extraños dentro de las botellas, caída de etiqueta, mala apariencia, entre otros defectos o irregularidades en **LOS PRODUCTOS**, detectados en los puntos de entrega, deberán ser cambiados a solicitud de **SASAC**. En tales supuestos, notas de crédito por los precios por unidad de **LOS PRODUCTOS** serán emitidas a favor de **SASAC**.
- 5.2. Todos **LOS PRODUCTOS** en los cuales se detecte un sabor rancio, viciado u otro similar, serán enviados por unidades para su análisis correspondiente. En caso se determine que el mal sabor es atribuible a malos manejos en el proceso de producción, se deberá retirar del mercado los lotes de fabricación que correspondan a dicho producto. En tales supuestos, notas de crédito por los precios pactados de **LOS PRODUCTOS** serán emitidas a favor de **SASAC**. Adicionalmente, a cuenta, costo y riesgo de **EL FABRICANTE**, **LOS PRODUCTOS** respectivos serán devueltos a **EL FABRICANTE**, para la eliminación correspondiente.
- 5.3. En caso de contaminación masiva, los costos de re call [...].
- 5.4. Sin perjuicio de la entrega de **LOS PRODUCTOS** efectuada por **EL FABRICANTE**, **SASAC** tendrá diez (10) días contados desde dicha entrega para rechazar **LOS PRODUCTOS** cuando no resulten conformes a las condiciones aparentes del envasado, etiquetado y/o empaque de **LOS PRODUCTOS**. Igualmente, contarán con diez (10) días desde su recepción en Lima para formular el rechazo, en caso se acredite que existen defectos de calidad de **LOS PRODUCTOS** y/o **LOS PRODUCTOS** no hayan sido fabricados conforme a, y/o no cumplan con, las especificaciones acordadas. Simultáneamente al rechazo de **LOS PRODUCTOS**, **SASAC** deberá presentar



a **EL FABRICANTE** la solicitud de sustitución de **LOS PRODUCTOS** rechazados.

5.5. **SASAC** tendrá derecho a solicitar la sustitución de las unidades rechazadas o la cancelación del pedido del lote de **LOS PRODUCTOS** rechazado, conforme a lo siguiente:

5.5.1. Si **SASAC** hubiera solicitado la sustitución de **LOS PRODUCTOS** entregados, entonces **EL FABRICANTE** deberá reemplazar el lote (o la parte de éste) de **LOS PRODUCTOS** rechazado con bienes sustitutos en un plazo máximo de cinco (5) días calendario y **EL FABRICANTE** asumirá cualquier gasto o costo de fabricación y reposición, incluyendo el transporte desde la planta hasta el centro de acopio más cercano de **SASAC**.

5.5.2. Si **SASAC** cancelara y dejara sin efecto el pedido del lote de **LOS PRODUCTOS** rechazado, entonces **EL FABRICANTE** asumirá cualquier gasto o costo de fabricación y procederá a la devolución de la contraprestación incurrida o pagada por **SASAC** respecto al lote de **LOS PRODUCTOS** rechazado, de ser el caso, en un plazo máximo de veinte (20) días calendario.

5.6. En caso **EL FABRICANTE** no efectúe el reemplazo y/o el pago de los conceptos indicados en los numerales anteriores dentro del plazo ahí pactado, **EL FABRICANTE** quedará automáticamente constituido en mora, devengándose intereses moratorios a la tasa más alta permitida por ley hasta el pago efectivo de la suma respectiva. Igualmente, de resultar un incumplimiento relevante, podrá resolver el contrato.

5.7. Ni la recepción de **LOS PRODUCTOS** por **SASAC** conforme a esta cláusula ni la falta de ejercicio del derecho a rechazo de **LOS PRODUCTOS** constituye aceptación o conformidad respecto a la calidad de **LOS PRODUCTOS** entregados ni constituyen exoneración o limitación de responsabilidad de **EL FABRICANTE** por el cumplimiento de las especificaciones y normas aplicables. Todo y cualquier reclamo de clientes o distribuidores de **SASAC** relativos a ello, la calidad y/o a las condiciones de fabricación, envasado, etiquetado y/o empaçado de **LOS PRODUCTOS** será de responsabilidad de **EL FABRICANTE**, cuando tales defectos resultaren imputables a **EL FABRICANTE**.

5.8. **EL FABRICANTE** se obliga a asumir y pagar cualesquiera daños, perjuicios, indemnizaciones, reparaciones y/o a efectuar y asumir el costo de la reposición de **LOS PRODUCTOS** que se originen o deriven de la devolución, reclamos, acciones, demandas, denuncias y, en general, pretensiones de terceros como consecuencia de defectos en la calidad y/o en la fabricación de **LOS PRODUCTOS** que resulten imputables a **EL FABRICANTE**. **EL FABRICANTE** se obliga a mantener libre de responsabilidad y patrimonialmente indemne a **SASAC**.

[...]

#### **CLÁUSULA DÉCIMA: PROPIEDAD INDUSTRIAL**

10.1. [...]

10.2. **SASAC** declara conocer que la fórmula, el procesamiento y los métodos de producción de **LOS PRODUCTOS** están protegidos como propiedad industrial y tendrán la calidad de información estrictamente confidencial. El etiquetado únicamente difundirá información esencial de **LOS PRODUCTOS**, como los ingredientes y el valor nutricional, y los aspectos acordados entre las partes.



- 10.3. La **FABRICACIÓN** y el **ENVASADO** deberán efectuarse cumpliendo estrictamente los procedimientos, características y demás especificaciones establecidas exclusivamente por **EL FABRICANTE**, pero en tanto sean compatibles con las finalidades que buscan ambas partes. Según las necesidades de **SASAC**, nuevas especificaciones podrán ser transmitidas a **EL FABRICANTE** y resultarán exigibles a este último. **EL FABRICANTE** deberá aceptar las modificaciones, salvo que pueda acreditar que no es técnicamente recomendable implementarlas o que la modificación ocasiona incrementos significativos de costos para **EL FABRICANTE**. En tales supuestos, **EL FABRICANTE** deberá enviar a **SASAC**, dentro de cinco (5) días calendario de recibida la notificación de cambios, una comunicación para manifestar y sustentar técnicamente dicho rechazo. De no manifestar el rechazo en el referido plazo, se entenderá que las modificaciones han sido aceptadas por **EL FABRICANTE**.
- 10.4. Los efectos de toda variación de las especificaciones de **LOS PRODUCTOS**, requerida por **SASAC** serán asumidos exclusivamente por dicha parte, manteniendo indemne a **EL FABRICANTE**.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL**

- 12.1. Las Partes reconocen la importancia de salvaguardar el medio ambiente y de operar de manera sostenible. Para garantizar la reducción de la huella ambiental en la cadena de producción, las Partes aspiran a minimizar el impacto ambiental de las operaciones de sus respectivas empresas.
- 12.2. **EL FABRICANTE** declara cumplir fielmente con la legislación medioambiental aplicable y reconoce las políticas y valores de sostenibilidad ambiental de **SASAC** y se obliga a cooperar para cumplirlas en la provisión de los productos y servicios brindados en virtud de este contrato.

[...]

#### **CLÁUSULA DÉCIMA OCTAVA: SOLUCION DE CONTROVERSIA**

Las Partes acuerdan que cualquier controversia, diferencia o reclamación que se produzca entre ellas relativa a la celebración, interpretación, ejecución, resolución, rescisión, eficacia, validez u otro asunto vinculado al contrato, o por cualquier otro motivo o circunstancia relacionada con el contrato, se resolverá bajo el enfoque de un contrato internacional, deslocalizado y no sujeto a las normas de ningún país, sino a los principios UNIDROIT del año 2016. Especialmente, en lo que atañe a su régimen de resolución y conservación del acto jurídico. Las partes deben procurarse una solución amistosa.

#### **I. Otros aspectos. -**

48. Se podrán modificar las pretensiones y objeciones, siempre que se sustenten necesariamente en los hechos del caso. No se permiten reconveniones.
49. El Centro de Arbitraje Internacional de la Universidad Nacional mayor de San Marcos aún está en proceso de constitución. Sin embargo, para efectos de la competencia, será considerado existente y en pleno funcionamiento. No existen disposiciones de su reglamento que resulten aplicables.
50. En lo que respecta al fondo, la controversia se limitará a los aspectos contractuales detallados en el caso, no siendo definatorios los asuntos químicos, sanitarios, técnicos, ambientales, aduaneros, derecho de la competencia, asuntos penales y/o administrativos, salvo en lo que respecta para sus efectos contractuales.