

CAPITULO IV

CONTRATO DE AGENCIA MERCANTIL

1. Definición

La agencia es un contrato por medio del cual una parte denominada comitente encarga a otra llamada agente, la promoción de negocios por su cuenta y orden...”

“Por el contrato de agencia, el agente se obliga a promocionar los negocios del agenciado en una zona geográfica determinada, sin relación de subordinación, por cierto tiempo, con la finalidad de celebrar contratos a cambio de una retribución económica. Esta labor se realiza sin que medie relación de mandato, comisión o representación”.

De las definiciones dadas se desprende que el agente desarrolla una función de auxiliar del comercio, dado que realiza una labor destinada a concluir negocios ajenos o facilitar su conclusión. Evidentemente, cumple una actividad de intermediación poniendo en contacto la oferta y la demanda. Sin embargo, como veremos más adelante al analizar los elementos de este contrato, la función del agente va más allá: debe crear una nueva demanda o, por lo menos, mantener la existente. Realiza una labor de promoción y cooperación y lo hace en forma interesada, porque, por regla general, su remuneración dependerá de los contratos que logre promover, es decir, del éxito de su gestión.

2. Características

Con relación a los caracteres jurídicos de este contrato, podemos concluir que el mismo es de naturaleza consensual, por cuanto se perfecciona con el consentimiento de las partes y tiene libertad de forma; es de prestaciones recíprocas, porque surgen obligaciones a cargo de ambas partes, beneficiándose tanto el agente como el agenciado con la celebración de los contratos; el contrato de agencia puede ser tanto conmutativo como aleatorio, dependiendo de si la retribución económica que percibirá el agente se establecerá en forma fija, independientemente que celebre o no contratos, o si ésta depende de los resultados, es decir, de la celebración de contratos por el agente.

Se trata de un contrato de duración, por cuanto el agente se obliga a una permanente promoción del negocio del agenciado mientras esté en vigencia el contrato; también se caracteriza por ser *intuitu personae*, en la medida que la consideración de la persona de los contratantes es la causa principal del contrato y este termina por la muerte del agente.

El contrato de agencia es un contrato de colaboración, pues el agente busca auxiliar al empresario en la consecución del negocio; es de negociación previa, pues tiene una fase preliminar donde las partes intercambian ideas y preparan el camino para la celebración o no del contrato; es comercial y nominado, pues posee un *nomen iuris* amplia y generalmente conocido para identificarlo.

3. Obligaciones a cargo del agenciado

- a. *Remuneración:* Como en todo contrato comercial, la retribución económica es el primer derecho que tiene la parte activa del contrato. Esta puede ser fija o por comisión, incluso puede haber una mezcla entre ambas figuras.
- b. *Asistencia e información:* El empresario debe proveer al agente de comercio con todos los materiales e información necesarios para el desarrollo de sus actividades, tales como la información necesaria sobre condiciones de ventas, lista de precios, posibilidades de descuentos, plazos, folletos, catálogos, muestras, videos, formatos para pedidos, etc., es decir, todos los materiales que el agente necesita para el mejor desarrollo de su labor en la medida que los términos de la gerencia y la actividad del agente lo requieran.

4. Prestaciones a cargo del agente

- a. *Mediación y promoción:* La promoción es un elemento esencial del contrato que caracteriza la labor del agente, quien debe preocuparse por un mercado y mantenerlo. El agente además, debe lograr incentivar la comercialización de los productos y servicios del agenciado, con la finalidad que gracias a su intervención se llegue a la celebración de contratos.
- b. *Actuación por cuenta del agenciado:* Es considerado también un elemento esencial del contrato. Que actúe por cuenta de otro significa que se pretende obtener para un tercero, en este caso el agenciado, las utilidades del negocio.
- e. *Estabilidad o permanencia:* La duración del contrato en el tiempo y permanencia del agente son de la esencia del contrato de agencia. El agente se obliga a promover todo el negocio del agenciado y no uno o más contratos individualizados.
- d. *Independencia:* Marzorati dice, citando a Deveali, que el agente es verdadero empresario, titular de un fondo de comercio. Esta consideración es necesaria para reconocer que el agente no está en relación de subordinación frente al agenciado, sino que en virtud de su capacidad comercial celebra el contrato horizontal para cooperar con el agenciado. El agente es libre de determinar la intensidad y la forma como debe cumplir su obligación de promoción.
- e. *Cooperación:* Es uno de los deberes básicos del agente. Implica el compromiso de ayuda para alcanzar las metas propuestas por el agenciado y aceptadas inicialmente por las partes.
- f. *Lealtad y buena fe:* Como en todas las relaciones contractuales, la actitud de las partes tiene un efecto en la contraparte. Pero en este tipo de contratos, donde las partes mantienen una relación que se extiende en el tiempo, es necesario un nivel de confianza entre éstas.
- g. *Acatamiento de instrucciones:* Sin encontrarse en relación de subordinación, el agente debe acatar las órdenes e instrucciones del agenciado. El apartamiento de ellas lo hace responsable por los daños y perjuicios.

- h. *Rendición de cuentas:* Como en todo contrato de delegación, el agente debe rendir cuentas ante el agenciado, informándole de todas las operaciones realizadas en el encargo, remitiéndole el sobrante.

5. Elementos accidentales

- a. *Exclusividad:* La cláusula de exclusividad dentro del contrato de agencia se refiere a la prohibición de que en una misma zona territorial laboren para un mismo empresario varios agentes en el mismo ramo de actividades, o viceversa, que un agente realice una labor de promoción para el mismo giro de negocios de varias empresas en competencia entre si.
- b. *Representación:* La representación es un acto jurídico unilateral y receptivo y, además, autónomo respecto del acto jurídico por el cual el representante resulta obligado a ejercer la representación, pues el representado y el representante pueden estar vinculados jurídicamente por un contrato de prestación de servicios, de mandato, de obra, de trabajo o, por cualquier otra relación contractual, respecto de la cual el otorgamiento del poder de representación se constituye por un acto que se adiciona.