

CONTRATOS MERCANTILES.

EL CONTRATO DE AGENCIA.

Nota: Se advierte que se sigue en este esquema de clase a los Profesores **CARLOS GILBERTO VILLEGAS, CONTRATOS MERCANTILES Y BANCARIOS, TOMO I, CONTRATOS MERCANTILES**, Edición del Autor, 1 edición, Buenos Aires, Argentina, 2005"; y **KOZOLCHYK, BORIS Y TORREALBA, OCTAVIO, Curso de Derecho Mercantil**, Editorial Juritexto, San José, Costa Rica, segunda edición revisada y actualizada, 1997, 455 pp.

El contrato de agencia responde a las exigencias modernas de un comercio que se expande día con día. Hemos llegado al punto, como dice Villegas (p. 670), en que: "Ya no se trata de vender lo que se fabrica, sino de fabricar lo que se vende"; y este tipo de decisión se toma luego de hacer la correspondiente investigación de mercados.

El fenómeno anteriormente descrito, que se aceleró sobre todo luego de la Segunda Guerra Mundial, ha generado la necesidad de nombrar agentes que se encarguen de promover, en forma estable, la celebración de contratos para la así llamada "casa matriz".

El agente no se encarga de un único acto o contrato, como lo harían el comisionista y el corredor, sino que asumen un rol más amplio e intenso:

1. Identificar y tratar con clientes,
2. Dirigir campañas de publicidad,
3. Introducir al mercado nuevos productos y asesorar al principal sobre cómo hacerlo,
4. Colaborar en el registro y la defensa de las marcas y patentes de la casa principal,
5. Encargarse de las relaciones con las autoridades administrativas,
6. Algunas veces llegan incluso a dar servicios de mantenimiento,
7. Transmiten pedidos o incluso cierran contratos, esto último cuando tienen poder o representación del principal.
8. Entregar mercaderías, pueden estar encargados de la cobranza e incluso llegan a encargarse de probables reclamos.

Por sus múltiples características se dice que el agente tiene algo de factor, de comisionista y de corredor o intermediario.

1. Del factor, porque es estable, aunque no siempre tiene representación. Sin embargo, se diferencia en que no es subordinado.
2. Del comisionistas, porque es independiente. Sin embargo, se diferencia en que no se dedica a un solo acto sino a una actividad continuada y estable.

CONTRATOS MERCANTILES. EL CONTRATO DE AGENCIA.

3. Del corredor, porque funge predominantemente como un mediador. Sin embargo, al igual que con el comisionista, se diferencia en que no se dedica a un solo acto sino a una actividad continuada y estable.

En términos amplios y según Kozolchyk y Torrealba: “El agente ... es una persona (física o jurídica) que, devengando una retribución, se dedica en una zona determinada a promover o realizar negocios en interés de otro u otros comerciantes a quienes está unido por una relación continua o duradera (el contrato de agencia...)” (p. 346)

Del análisis de esta definición puede extraerse que:

1. SOBRE LA PROMOCIÓN O REALIZACIÓN DE NEGOCIOS.

El agente es un auxiliar mercantil toda vez que busca satisfacer el interés de otro comerciante al **PROMOVER O REALIZAR SUS NEGOCIOS**, a la vez que satisface el propio (porque actúa por una remuneración).

En el desarrollo de esta labor está obligado a guardar lealtad a la casa matriz, y está cubierto por el “secreto profesional”.

Su condición de auxiliar la puede realizar con o sin representación (preparará contratos solamente o lo hará y los firmará en nombre de la casa principal).

Los autores expresan que lo más usual es que funjan sin poder, limitándose a tomar órdenes u ofertas de compra que, al ser aceptadas por la casa principal, son las que configuran el contrato respectivo.

Por lo anterior se dice que el agente generalmente actúa con un mandato sin representación tendiente a buscarle al “mandante” un resultado, a saber, la realización de contratos con los clientes.

2. SOBRE LA RELACIÓN DURADERA O CONTINUA.

El agente, a diferencia del comisionista y del corredor, siempre tiene una relación duradera o continua con la casa principal, pero esto no debe confundirse con una relación necesariamente larga, ni, por otra parte, con una relación necesariamente exclusiva.

La relación ha de ser así por la naturaleza de las obligaciones que se establecen en el contrato: La promoción de negocios, y otros ya dichos que requieren que la relación tenga cierta duración que permita realizar la actividad y verla producir frutos.

CONTRATOS MERCANTILES. EL CONTRATO DE AGENCIA.

Por lo anterior es que las legislaciones suelen reconocer indemnizaciones por la terminación anticipada del contrato o por la terminación injustificado del mismo.

3. SOBRE LA AUSENCIA DE SUBORDINACIÓN LABORAL.

Hay uniformidad en afirmar que pese a la permanencia o continuidad de la relación, el agente actúa con independencia de la casa principal y no está vinculado a él en términos de subordinación jurídica típica de una relación laboral.

El agente es, entonces, comerciante o empresario por sí mismo y que asume sus propios riesgos, si bien se integra en la red de comercialización de la casa matriz. Por lo anterior, se dice que este es otro de los contratos de “cooperación”.

La casa matriz bien puede, y generalmente lo hace, darle al agente las instrucciones sobre precio y forma de vender o comercializar sus bienes y servicios, sin que eso convierta a este contrato en un contrato laboral.

Además, las compensaciones que se pueden llegar a dar a él, se basan más que en sentido social de protección, en el reconocimiento de los servicios prestados por él que benefician a la casa principal o matriz.

No obstante, es claro que una relación de agencia podría convertirse en laboral si con el paso del tiempo, se empiezan a dar los elementos típicos de esta última: Prestación personal del servicio, salario, horario de trabajo y sobre todo la subordinación jurídica.

Hay muchos elementos que la Sala Segunda toma en consideración, por ejemplo, la verdadera existencia de una actividad empresarial por parte del agente, que tenga su propia sede, etc. Ver 350 C.com., que prevé la posibilidad de un agente que es empleado y la restricción que contiene en tema de competencia para dicho agente.

4. OTROS ELEMENTOS (ZONA GEOGRÁFICA Y RETRIBUCIÓN).

Generalmente los agentes tienen asignada una determinada área geográfica (países o lugares), ya sea como agente establecido (o sea, con un establecimiento) o como agente viajero (centro de operaciones).

Lo anterior, según los autores, llevaría implícita la exclusividad por parte de la casa matriz y del agente, cosa con la que no estaríamos de acuerdo.

Este tema de exclusividad llevaría a indicar que en caso de incumplimiento del principal, este deberá acreditar la “comisión” respectiva al agente como indemnización.

Lic. Ana Lucía Espinoza Blanco
www.derechocomercial-cr.com

Esta clase solo puede ser utilizada para fines académicos y de investigación, y citando a la autora y a la página.

CONTRATOS MERCANTILES. EL CONTRATO DE AGENCIA.

La retribución suele ser una comisión aunque a veces también se paga un sueldo (caso en el cual, para mí, se convierte en relación laboral).

El agente en la legislación costarricense.

En CR no hay una legislación única sobre agente. En el C.com. se regula sobre el agente viajero y el representante de casas extranjeras (sobre este también hay ley especial) y antes, sobre el agente de aduanas, ahora regulado en la Ley General de Aduanas.

En esta clase solo nos referiremos a los dos primeros.

Los autores Kozolchik y Torrealba señalan una aparente contradicción entre los arts. 350 y 351 C.com. y el art. 357 C.com. que exige poder.

LA FIGURA DEL REPRESENTANTE DE CASAS EXTRANJERAS HA SIDO MUY MODIFICADA: Ya no requiere licencia (desde ley 7472), no tiene posibilidad de detener en aduanas las mercaderías de un tercero, ni la indemnización es la fijada en la ley especial; además, ya no es ley de orden público (viejo art. 8), por lo que se puede negociar en contrario, es, pues, supletoria; y el nuevo representante no es solidariamente responsable por lo adeudado por la casa matriz. Además, las disputas no necesariamente son conocidas por tribunales costarricenses.