

## LOS AGENTES COMERCIALES.

Los Colegios de Agentes Comerciales fueron creados por Real Decreto de 8 de enero de 1926. Se rigen actualmente por el Real Decreto 3595/1977, de 30 de diciembre. Por Real Decreto 118/2005, de 4 de febrero, se aprueban los Estatutos Generales de los Colegios de Agentes Comerciales. Se define Agente Comercial aquella persona que, actuando como intermediario independiente, se encargue de manera continuada o estable y cambio de una remuneración de promover actos u operaciones de comercio por cuenta ajena, o a promoverlos y concluirlos por cuenta y en nombre ajenos, sin asumir, salvo pacto en contrario, el riesgo y ventura de tales operaciones.

Para la obtención del título de agente comercial será necesario:

- a) Tener capacidad legal para ejercer el comercio.
- b) No estar inhabilitado para el ejercicio de la profesión.
- c) Haber superado la prueba de aptitud convocada por el Consejo General previa aprobación del temario por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio , a través de la Dirección General de Política Comercial, y a propuesta del Consejo General de Colegios de Agentes Comerciales de España, expedirá el título de Agente Comercial que se exige para la colegiación.

El contrato de agencia es una modalidad muy utilizada en este sector, dada la necesidad que tienen las empresas en vender sus productos. Ello genera la colaboración de estas con profesionales o incluso empresas que tienen ese cometido. Se encuadra este tipo de contrato dentro de los contratos de colaboración y son de naturaleza mercantil, teniendo su origen en la comisión mercantil, análoga al mandato civil. La nota más característica de este contrato es la habitualidad, estabilidad y permanencia de los servicios prestados por el agente a favor del empresario principal, en clara contraposición con la ocasionalidad y eventualidad propia del contrato de comisión mercantil.

La permanencia y continuidad del agente en la empresa así como la coordinación con otros agentes es totalmente necesaria hoy día, dado que el mercado exige adaptarse a las necesidades del cliente y a los cambios de la competencia. Esta organización y coordinación sólo se consigue con una estabilidad y permanencia en las relaciones contractuales.

El legislador aprobó la Ley 12/1992, de 27 de mayo, de régimen jurídico del Contrato de Agencia, constituyendo el marco legal de relación. Esta Ley fue fruto de la transposición de 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.

Esta Ley representa un intento, no logrado, de protección del agente frente a los potenciales abusos e incumplimientos del empresario principal, estableciéndose obligaciones restrictivas sobre el agente, como la cláusula de no competencia, la jurisdicción mercantil,...

La técnica de protección es el carácter imperativo de algunas disposiciones de la Ley, implicando que las partes no pueden alterar lo dispuesto en la Ley del Contrato de Agencia por medio de pactos particulares, evitándose así que por presiones de la parte fuerte, se obligue al agente a renunciar a derechos reconocidos en la propia Ley. Sin embargo, cuando las partes respeten el mínimo legal, nada impide que estas lo mejoren.

Las notas características de este contrato, son: permanencia y estabilidad, promoción y conclusión de operaciones de comercio, ajenidad en las operaciones independencia del agente en su operativa. Distinguiéndose este contrato de la concesión mercantil o contrato de distribución, pues en esta factura el cliente en su propio nombre y no en nombre del empresario principal.

Las notas características del contrato de agencia lo hacen proclive a ser incluido dentro del Estatuto del Trabajador Autónomo, para el caso de ser trabajador autónomo individual y tener una relación de dependencia con la empresa. Con ello se lograría generar vis atractiva de la jurisdicción social en estos supuestos.