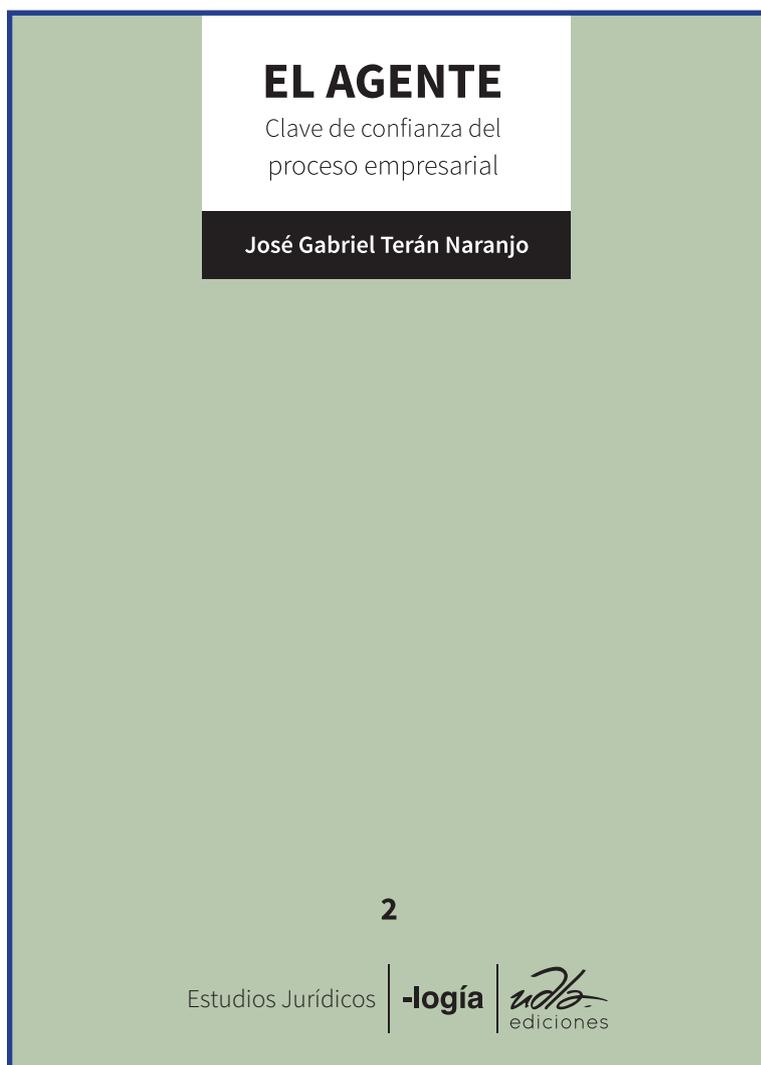


EL AGENTE
Clave de confianza del proceso empresarial
José Gabriel Terán



*Roberto Lara**

* Roberto Lara Narváz es abogado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y doctor en Jurisprudencia por la Universidad Internacional SEK. Es máster en International Business and Foreign Trade, por la universidad de Barcelona; máster en Business Administration, por la universidad de Bremen; máster en International Business Development, por la Novancia Business School; y PhD (c) en Derecho, por la Universidad de Buenos Aires. Se desempeña como consultor en Derecho Comercial con énfasis en internacionalización de empresas.

José Gabriel Terán es abogado e investigador en temas de Derecho de empresa, administrativo y tributario. En el año 2019, presenta a la comunidad jurídica su obra “*EL AGENTE: clave de confianza del proceso empresarial*”, segundo título de la colección Estudios Jurídicos de UDLA Ediciones, en Quito. El libro cuenta con 124 páginas y se compone de cuatro capítulos con sus respectivos subapartados.

El autor tiene la habilidad de recoger de forma sistemática y ordenada la problemática teórico-doctrinaria que envuelve a la institución del agente. Esta figura jurídica representa una alternativa eficiente para realizar colaboración empresarial de forma versátil tanto a nivel nacional como internacional. Se trata de una herramienta de gestión básica que permite desarrollar la internacionalización de una empresa en sus niveles iniciales de expansión. Sin embargo, durante el transcurso de los últimos años, se la ha intentado amalgamar con otras figuras, lo que ha dispuesto un cambio en la percepción propia de esta institución.

El primer capítulo recoge la génesis normativa del contrato de agencia regulado en la legislación española, la cual se complementa con los avances propios de la *soft law*. En ella se configura al agente como un intermediario independiente que tiene la labor de promoción y conclusión de operaciones de comercio con características propias como la estabilidad, independencia y remuneración; las mismas que permiten se diferencie claramente del representante de comercio.

Con la premisa de identificar al agente de otras figuras jurídicas, se construye el capítulo dos. Uno de los principales inconvenientes que surgen en la aplicación de figuras jurídicas a casos concretos, se presenta en el tacto hábil que debe desarrollar el profesional que desea incorporar una institución concreta en la dinámica económica. Así, el autor introduce de forma sutil, pero acertada, una comparación necesaria entre el agente, el comisionista, el corredor y el distribuidor, aclarando de esta forma la débil línea conceptual que se presenta en estas figuras.

La incorporación del agente en la práctica empresarial genera una serie de exigencias que deben ser conocidas previamente por las partes, lo que viabiliza el éxito del uso de esta figura en una estrategia comercial de expansión. Así, el tercer capítulo recoge a profundidad las cualidades esenciales que surgen de las relaciones propias del modelo empleado. Esto se traduce en el desarrollo de las obligaciones de información, asistencia, conclusión, remuneración y diligencia. A partir de estos elementos, se cimienta la estructura del contrato de agencia en comparación con el laboral, donde el escritor plasma las obligaciones de rendir cuentas, guardar secretos, prohibición de competencia, exclusividad y el carácter *intuitio personae*.

Finalmente, el cuarto capítulo armoniza la concepción teórica con la normativa latinoamericana y rescata su influencia en Ecuador, Colombia y Brasil. De esta manera, queda determinada la vigencia e importancia probada del contrato de agencia en el contexto comercial como herramienta indispensable en procesos de expansión. Además, se nutre el debate normativo y la forma de aplicación de esta figura.

De la composición propuesta, se infiere que el aporte del autor es preciso para posicionar de forma eficaz a la figura del agente en un nuevo contexto comercial. En efecto, ha configurado su desarrollo en comparación con otras instituciones con raíces mercantiles comunes pero cuyo campo de acción se restringen a otro tipo de escenarios que pocos se han atrevido a dilucidar. Figuras que, entendidas desde la perspectiva asumida por el investigador, permiten construir un conjunto de herramientas jurídicas que, en lugar de excluirse unas a otras, se complementan perfectamente dentro de una natural estrategia de crecimiento comercial.

El autor va más allá de la simple concepción mercantil, pues ha logrado enfocar con extrema habilidad la problemática social que engloba la agencia cuando la enfrenta, en su esencia, con la relación laboral. El texto permite al lector inferir la importancia de la agencia en la actualidad y su prospectiva en la dinámica económica del mercado.