CONTENIDO

PRÓLOGO (por Alicia Ferrer Montenegro).....	15
INTRODUCCIÓN	19

PARTE I

Capítulo I

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CONTRATO DE AGENCIA.....	23
I.1 Es un Contrato de Distribución	23
I.2 Concepto de Contrato de Agencia	25
I.3 Regulación en el Uruguay	27
I.4 Normas aplicables	29
I.5 Documentos a tener en cuenta.....	30
I.6 Interpretación e integración del Contrato de Agencia	30

Capítulo II

DERECHO COMPARADO	35
II.1 Comentarios Preliminares	35
II.2 Paraguay: régimen tuitivo entre Principal extranjero y Agente domiciliado en Paraguay	35
Características Principales:	36
II.3 Brasil.....	37
Características Principales:	38
II.4 Argentina: Código Civil y Comercial de la Nación: artícu- los 1479 a 1501	39
Características Principales:	39
Críticas a esta normativa, entre otras:.....	41
II.5 Unión Europea: Directiva Número 86/653/CEE.....	41
Características Principales:	41
II.6 España: Ley de Agencia Comercial Número 12 de 1992.....	42
Características Principales:	42
II.7 Organizaciones Internacionales	43

PARTE II

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y RESPUESTAS 45

Capítulo I

¿EL CONTRATO DE AGENCIA RESULTA AFECTADO POR LA
CRISIS DE LA AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD? 47

Las normas de orden público, el contrato de adhesión, las cláusulas
abusivas y la injerencia del Juez integrando el contrato..... 47

I.1. La autonomía de la voluntad 47

I.2. Primer límite a la autonomía de la voluntad: las normas
de orden público..... 49

I.3. Segundo límite a la autonomía de la voluntad: la injeren-
cia del Juez anulando las cláusulas abusivas del contrato
de adhesión 51

Cláusulas abusivas en los contratos de adhesión 52

Extensión analógica de regulación de cláusulas abusi-
vas en la LRC a contratos que no son de consumo 53

Cláusulas Abusivas en el Contrato de Agencia 54

I.4. El control judicial del contrato..... 59

Capítulo II

LÍMITE A LA AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD: ¿PUEDE
EL JUEZ APLICAR DIRECTAMENTE LOS PRINCIPIOS
CONSTITUCIONALES AL CONTRATO DE AGENCIA? 63

II.1. Conceptos básicos: reglas y principios..... 64

II.2. Aplicación directa de los principios constitucionales fren-
te a la ley comercial..... 66

Integración de la ley comercial 66

Interpretación de la ley comercial 67

Existencia de una contradicción entre la ley regla co-
mercial y el principio constitucional..... 68

Conclusiones sobre la aplicación directa de principios
constitucionales frente a la ley comercial 69

II.3. Aplicación directa de los principios constitucionales al
contrato comercial de agencia..... 69

La tesis de Blengio..... 69

La tesis de Carnelli y Sarlo..... 70

La tesis de Gamarra 71
 Mi posición 72

Capítulo III

AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD: CLÁUSULAS

CONVENCIONALES 77

III.1. Comentarios Preliminares 77

III.2. Cláusula de Exclusividad. ¿Es necesario incluirla en el Contrato para poder entender que se encuentra pactada? Análisis de la naturaleza del concepto de Exclusividad en el Contrato de Agencia 78

III.3. Cláusulas relativas al incumplimiento 82
 Régimen legal del incumplimiento 82
 Régimen convencional: definición de Incumplimiento 87

III.4. Obligaciones dinerarias: pago de las comisiones al Agente: daño moratorio 90
 Régimen legal de incumplimiento en el caso de obligaciones dinerarias..... 90
 Régimen convencional para las obligaciones dinerarias 91

III.5. Sanción aplicable ante el incumplimiento 91
 Régimen legal 91
 Régimen convencional: cláusulas modificativas de la sanción aplicable ante el incumplimiento 92

III.6. La cláusula resolutoria 96
 Régimen legal 96
 Régimen convencional 97

Capítulo IV

IMPUTABILIDAD DEL INCUMPLIMIENTO Y NEXO CAUSAL 103

IV.1. ¿En qué casos el incumplimiento resulta imputable? 103
 La causa extraña: caso fortuito o fuerza mayor, hecho del acreedor, hecho de un tercero 105

IV.2. Nexo causal entre el incumplimiento y el daño (la imputabilidad del daño) 107
 Fuerza mayor o caso fortuito 108
 Hecho de la víctima 108

Capítulo V

EL DAÑO	111
V.1. Previsibilidad del daño.....	111
V.2. Daño cierto.....	112
V.3. Obligación de mitigar el daño	112
V.4. Daño moral o extrapatrimonial	114
V.5. Indemnización o Compensación por clientela	118

Capítulo VI

¿ES NECESARIO PROBAR, A LOS EFECTOS DEL PAGO DE LAS COMISIONES POR PARTE DEL PRINCIPAL, TODAS Y CADA UNA DE LAS OPERACIONES EN LAS QUE EFECTIVAMENTE INTERVINO EL AGENTE?	125
---	-----

Capítulo VII

EL RECESO UNILATERAL. RECESO ABUSIVO DEL PRINCIPAL.....	129
VII.1. Concepto de receso unilateral.....	130
VII.2. Contrato de Agencia con plazo determinado.....	130
VII.3. Contrato de Agencia sin plazo determinado	135
VII.4. El abuso: ¿es necesario ingresar al análisis de la intención subyacente o basta con analizar la forma utilizada?.....	141
El ánimo de dañar y el dolo.....	142
La buena fe	142
El Preaviso	143
VII.5. La medida del daño a indemnizar en caso de entenderse configurado el receso abusivo.....	147

Capítulo VIII

LA NORMATIVA SOBRE RELACIONES DE CONSUMO Y EL CONTRATO DE AGENCIA	155
VIII.1. Aplicabilidad de la ley 17.250 de relaciones de consumo (LRC) al Contrato de Agencia.....	155
Concepto de relación de consumo	155
Concepto de Proveedor	156
Concepto de Consumidor.....	157

VIII.2 Obligaciones del Principal y del Agente en tanto Proveedores:	160
Obligación de comportarse de Buena Fe	161
Obligación de información.....	162
Obligación de no realizar publicidad engañosa	164
Obligación de no establecer cláusulas abusivas en los Contratos de Adhesión	166
Obligación de Seguridad	166
VIII.3. Obligación de Principal y Agente de reparar el daño: el Proveedor como nuevo responsable	168
Causales. Responsabilidad contractual o extracontractual ...	168
¿Responsabilidad objetiva o subjetiva?	171
El nexo causal en la obligación de resultado. La causa extraña no imputable	172

PARTE III

Capítulo I

EL PROYECTO A DISCUSIÓN DE LA CÁMARA DE SENADORES	177
Características Principales.....	177
Críticas a este Proyecto.....	178

Capítulo II

CONCLUSIONES	181
--------------------	-----

Capítulo III

PROPUESTA DE REGULACIÓN	187
-------------------------------	-----

Anexo 1

CLÁUSULAS SUGERIDAS PARA EL CONTRATO DE AGENCIA.....	191
--	-----

Anexo 2

LEY DE PARAGUAY (LEY N.º 194/93)	199
--	-----

Anexo 3

CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN (ARGENTINA)
CAPÍTULO 17, LIBRO TERCERO, TÍTULO IV 205
Agencia 205

Anexo 4

DIRECTIVA 86/653 UNIÓN EUROPEA..... 211

Anexo 5

LEY DE AGENCIA COMERCIAL ESPAÑA..... 221

Anexo 6

PROYECTO DE LEY-URUGUAY 237
SENTENCIAS CITADAS 241
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 243