



La búsqueda de agentes en Italia

Octubre 2016

Este estudio ha sido realizado por
Lucía Mariño Goday, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
2.1. EL AGENTE COMERCIAL	5
2.2. OTRAS FIGURAS COMERCIALES	6
2.3. TIPOS DE AGENTES Y COMISIONES	8
2.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA CONTRATACIÓN DE UN AGENTE	12
3. MARCO JURÍDICO	14
3.1. REGULACIÓN DE LOS AGENTES DE COMERCIO	14
3.2. EL CONTRATO DE AGENCIA	15
4. LA BÚSQUEDA DEL AGENTE	21
4.1. TIPOS DE BÚSQUEDA	21
4.2. FUENTES DISPONIBLES EN ITALIA	22
4.3. SERVICIOS PERSONALIZADOS DEL ICEX	24
5. CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL AGENTE	25
6. ANEXOS	27
6.1. MODELO DE CONTRATO DE AGENCIA	27
6.2. TRADUCCIÓN CÓDIGO CIVIL ITALIANO REFERENTE AL CONTRATO DE AGENCIA	32
6.3. RELACIÓN DE DESPACHOS LEGALES DE DERECHO INTERNACIONAL EN ITALIA	36

1. RESUMEN EJECUTIVO

El exportador que decide adentrarse en el mercado italiano debe conocer las diferentes alternativas presentes en el país para la venta de sus productos. Optar por un agente comercial en el país transalpino es relativamente sencillo, práctico y no muy costoso, además de suponer un paso previo al desarrollo de otros canales de distribución a medida que se vaya consolidando su presencia en el país.

En este trabajo se estudia la figura del agente comercial en Italia. En este mercado, muchos de los agentes son multicartera, ya que los monocartera se suelen ocupar únicamente de grandes empresas.

Más allá de las características que definen a esta figura comercial y las diferencias que presenta respecto a otras, el documento recoge las ventajas y desventajas que puede tener contar con un agente como forma de introducción en el país, así como el marco jurídico por el que debe regirse la relación entre mandante y agente. Así, el lector podrá conocer las características del contrato de agencia, los elementos esenciales del mismo y los derechos y obligaciones de ambas partes, todo ello para que el contrato tenga validez legal en el mercado italiano. Si bien España cuenta con su propia regulación en materia de relación entre agente y empresario, es interesante conocer las diferencias en el marco legal de ambos países, que vienen expuestas en este estudio.

Una vez el exportador se decide por introducirse en Italia a través de un agente, el siguiente paso es la búsqueda de un agente que cumpla las expectativas del empresario. En función de los recursos disponibles, se podrá optar por una búsqueda pasiva o una búsqueda activa, siendo esta última más recomendable, pues se tiene mayor control sobre el proceso de selección del agente. Con una búsqueda activa, el empresario se garantiza evaluar solo a aquellos candidatos que él mismo ha contactado, por mostrar estas características que el empresario busca. Se debe tener presente que el proceso de búsqueda sin duda supone una inversión de tiempo y trabajo, especialmente en el caso de una búsqueda activa. En el presente documento el exportador encontrará una lista de páginas web y fuentes disponibles para la búsqueda activa de agentes en Italia, que le resultarán de utilidad. Además, se explican los servicios personalizados de ICEX como opción para la localización de agentes y soporte en el proceso de internacionalización de las empresas españolas.

Para la correcta selección del agente de entre los candidatos que pueda tener el exportador, es importante tener en cuenta una serie de puntos que guiarán la valoración de cada uno de los perfiles.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

En este documento se recogen una serie de criterios que a modo orientativo pueden ayudar al exportador a identificar al candidato ideal, en base a sus necesidades y expectativas. Así, se valorará el grado de interés, la naturaleza y diversidad de la gama de productos que represente, la experiencia y conocimiento del sector, la cobertura geográfica, los idiomas dominados por el agente, la organización y red de sub-agentes, la cartera de clientes, la capacidad de almacenaje y vehículo propio, el uso de internet o la experiencia del agente.

Una vez seleccionado el mejor candidato, solo faltaría la firma de un contrato, que en Italia debe celebrarse siempre por escrito, que recoja todas las características de la relación comercial que va a producirse entre empresario y agente.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

La figura del agente en Italia está muy difundida. En los últimos tiempos, la tendencia apunta hacia la agencia como sociedad pluripersonal, pero el número de agentes individuales en el país transalpino sigue siendo muy superior al número de agentes constituidos en formas societarias pluripersonales.

2.1. EL AGENTE COMERCIAL

Los agentes comerciales son personas físicas o jurídicas que, ya sea de manera continuada o estable, se encargan de intermediar en operaciones de comercio por cuenta de otros. Reciben a cambio una remuneración normalmente en forma de comisión, pero sin llegar a asumir el riesgo de las operaciones en las que participa.

El agente es un profesional independiente que actúa por cuenta ajena y lleva a cabo su actividad de forma autónoma. Es un intermediario en el proceso de distribución de los productos de un fabricante, con el que se encuentra vinculado por un contrato de agencia. En base a su actividad recibirá una remuneración, generalmente en forma de comisión sobre las ventas, aunque también puede establecerse un sueldo mixto de porcentaje variable y porcentaje fijo.

En comercio exterior, el poder de representación del agente comercial es muy limitado. Salvo excepciones, los agentes no tienen capacidad legal para negociar precios, condiciones de entrega, adaptaciones del producto o derechos de propiedad intelectual.

El tejido italiano de agentes y representantes es complejo y en él abundan los agentes multicartera así como aquellos que operan de forma individual en vez de en forma societaria.

Las agrupaciones de agentes más importantes en Italia son la F.N.A.A.R.C (*Federazione Nazionale Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio*) y USARCI (*Unión de Agentes y Representantes de Comercio*), si bien existen otras específicas por sectores o zonas geográficas.

2.2. OTRAS FIGURAS COMERCIALES

Además del agente comercial, existen otras categorías de intermediarios, también ajenos a la propia empresa, que realizan actividades similares, siempre relacionados con la compraventa internacional de mercaderías.

- **Comisionistas (*Procacciatore d'affari*):**

Son también intermediarios autónomos que se dedican a promover operaciones de compraventa, pero sin las características de duración o estabilidad propias del agente comercial. Su actuación se limita a operaciones comerciales concretas. En ocasiones, se recurre al comisionista de manera previa a la contratación del agente. Conviene formalizar el contrato por escrito, aunque no es obligatorio.

- **Contrato de mandato (*Mandatari disciplinati*):**

Esta figura está regulada por el art. 1703 del Código Civil italiano. Tienen el encargo de cumplir uno o más actos jurídicos por cuenta del mandante, del que pueden tener también la representación.

- **Distribuidor (*Distributore*):**

El distribuidor pone a disposición de un exportador su estructura y su red comercial para distribuir sus productos, durante un plazo determinado y en un territorio específico,

Se diferencia del agente principalmente en que el distribuidor tiene la total propiedad y disponibilidad sobre las mercancías, bienes o servicios, que adquiere para revender posteriormente. Por el contrario, el agente no llega a adquirir la propiedad de los bienes objetos del contrato.

- **Franquicia (*Franchising*):**

En este tipo de relación comercial, una empresa (el franquiciador) cede a otra (el franquiciado) el derecho a la explotación de un determinado sistema para comercializar productos y/o servicios a cambio de una contraprestación económica. Los franquiciados no son empleados de la red, sino empresarios independientes.

- **Mediador (*Mediatore*):**

Esta figura, tal y como la describe el artículo 1754 del Código Civil italiano, es un intermediario que pone en relación dos o más sujetos para llevar a cabo un negocio. No hay vínculo estable de colaboración, dependencia o representación. La retribución, normalmente porcentual, se reparte entre las dos partes a las que el mediador pone en contacto. Salvo pacto en contrario, tiene derecho a la devolución de los gastos y puede tener un cierto derecho de exclusividad con la clientela. Es incompatible con el agente de comercio.

- **Delegado comercial (*Delegato Commerciale*):**

Empleado de la empresa que desarrolla la gestión de ventas en un país extranjero y que cuenta con una estructura para atender el mercado, pero sin la personalidad jurídica propia de las filiales comerciales.

- **Empresas de Comercio Exterior (*Trading Companies*):**

Se trata de grandes empresas especializadas en la comercialización de productos en mercados exteriores que conocen las necesidades y la capacidad de compra de clientes y consumidores. Realizan operaciones de importación-exportación, por cuenta propia o por cuenta de otras empresas. Se apoyan en este tipo de figura especialmente pequeñas y medianas con pocos recursos y experiencia para actuar directamente en el exterior.

- ***Piggyback*:**

El *piggyback* consiste en acuerdos de utilización por parte de una empresa que quiera introducirse en un mercado exterior de la red de comercialización de otra que ya está establecida en él. Se trata de una colaboración entre fabricantes de productos complementarios que comparten el mismo canal de distribución. La primera empresa abona a la que aporta la red de distribución una comisión sobre las ventas que realice.

- **Representante (*Rappresentanti di commercio*):**

Suelen estar ligados a la empresa por un contrato de tipo laboral, percibiendo una retribución, bien a través de un sueldo fijo, bien por medio de comisiones o por ambos sistemas. Son así empleados de la empresa y no tienen la autonomía jurídica ni operativa del agente comercial. Por el contrario se benefician de determinados derechos que les otorga la legislación laboral, razón por la que se trata de una figura solamente aplicable a personas físicas. Al igual que los agentes comerciales, realizan su actividad fuera de los locales de las empresas a las que representan y no asumen los riesgos de las operaciones.

Tiene en común con el agente la estabilidad y la actuación en un ámbito territorial determinado.

Tabla 1 - Comparación entre la figura del agente y del representante

	AGENTE	REPRESENTANTE
Tipo de actividad	Trabaja por cuenta ajena en intermediación en operaciones de comercio	Trabaja por cuenta ajena en operaciones de venta, post venta, mantenimiento, servicio...
Tipo de relación	Profesional autónomo. No existe relación laboral.	Relación de tipo laboral. Depende del empresario.
Nivel de riesgo	No compra mercancía, no asume el riesgo de las operaciones	Al igual que el agente, no compra mercancía, no asume el riesgo de las operaciones
Remuneración	Comisión sobre ventas	Suele ser un sueldo fijo más comisiones en función del volumen de ventas
Información	Facilita información de su mercado al exportador	Igualmente debe facilitar toda la información al exportador, para quien trabaja.
Poder de representación	Limitado	Puede cerrar contratos en nombre del empresario

Fuente: Elaboración propia con datos del *Codice Civile* italiano.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

2.2.1. Diferencias entre agente comercial y distribuidor

Tabla 2 - Diferencias entre agente y distribuidor

	AGENTE	DISTRIBUIDOR
Tipo de actividad	Trabaja por cuenta ajena	Trabaja por cuenta propia
Tamaño empresa	Profesional autónomo con poca estructura	Sociedad mercantil con estructura desarrollada
Nivel de riesgo	No compra mercancía, no asume el riesgo de las operaciones	Compra en firme los productos asumiendo el riesgo de las operaciones
Remuneración	Comisión sobre ventas	Margen comercial
Control de mercado	Menor. El exportador factura directamente a los clientes	Mayor. Los clientes son del distribuidor
Información	Facilita información de su mercado al exportador	Se reserva información sobre su mercado y sus clientes
Servicios	Se limitan a la venta directa del producto.	Gestiona el completo proceso de venta y entrega así como el servicio postventa.
Marketing	No decide sobre la política de marketing	Participa en las estrategias de marketing

Fuente: Elaboración propia con datos del *Codice Civile* italiano.

2.3. TIPOS DE AGENTES Y COMISIONES

Según la especialización del agente y en función de variables como su actividad, número de clientes o territorio en el que operan, se puede establecer la siguiente clasificación:

- Especialización de su actividad:
 - o Agentes de importación (*Agenti d'Importazione*). Se orientan a la búsqueda de productos en mercados exteriores que satisfagan la demanda de sus clientes en el país de origen.
 - o Agentes de Exportación (*Agenti d'Esportazione*). Al contrario que los agentes de importación, éstos se orientan a la oferta, es decir, buscan clientes en mercados exteriores para los productos que representan.
 - o Agentes de Importación-Exportación (*brokers*). Estos agentes trabajan en ambos sentidos de las operaciones de comercio exterior, combinando así las dos figuras anteriores.
- Cartera de empresas a las que representan:
 - o Agentes monocartera (*monomandatar*). Los agentes monocartera tiene un contrato de exclusividad con una empresa en una determinada zona geográfica. Esto implica una serie de limitaciones que hacen que el agente monocartera suela trabajar

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

preferiblemente con grandes empresas. Agente multicartera (*plurimandatar*). Suele ser la forma habitual por la que optan la mayoría de agentes. Así, éstos tienen una cartera con diversos productos y de diversas empresas. Los productos pueden ser complementarios pero no sustitutivos ni estar en competencia.

- Área geográfica que cubren:
 - Agentes generales. Los agentes generales trabajan en todo el territorio nacional, para empresas que les garantizan la exclusividad en una zona geográfica amplia (de cobertura generalmente nacional), para toda la gama de productos presentes y futuros de la empresa, durante un período de tiempo determinado. Estos agentes suelen operar con una red de subagentes. Así, delegando la red comercial a un solo contacto, el agente general gestiona todo el territorio, aunque como desventaja se pierde el control de todo el territorio en caso de problemas con el agente general. Se concentra el riesgo en una sola organización, no habiendo así diversificación del mismo.

Estos agentes suelen trabajar principalmente para grandes y medianas empresas que cuentan con marcas consolidadas y una clientela bien determinada.
 - Agentes regionales. Cubren una o más regiones con exclusividad en la zona. Orientativamente, en Italia se necesitarían unos once agentes para cubrir todo el país.

En cuanto a las comisiones recibidas por los agentes, varían según sectores. En el sector moda, por ejemplo, lo más habitual es una comisión del **10%-12%** para los agentes regionales y un **15%-18%** para los agentes generales.

En la siguiente página se muestra cómo se estructuran las zonas geográficas de Italia y las regiones incluidas en cada zona.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

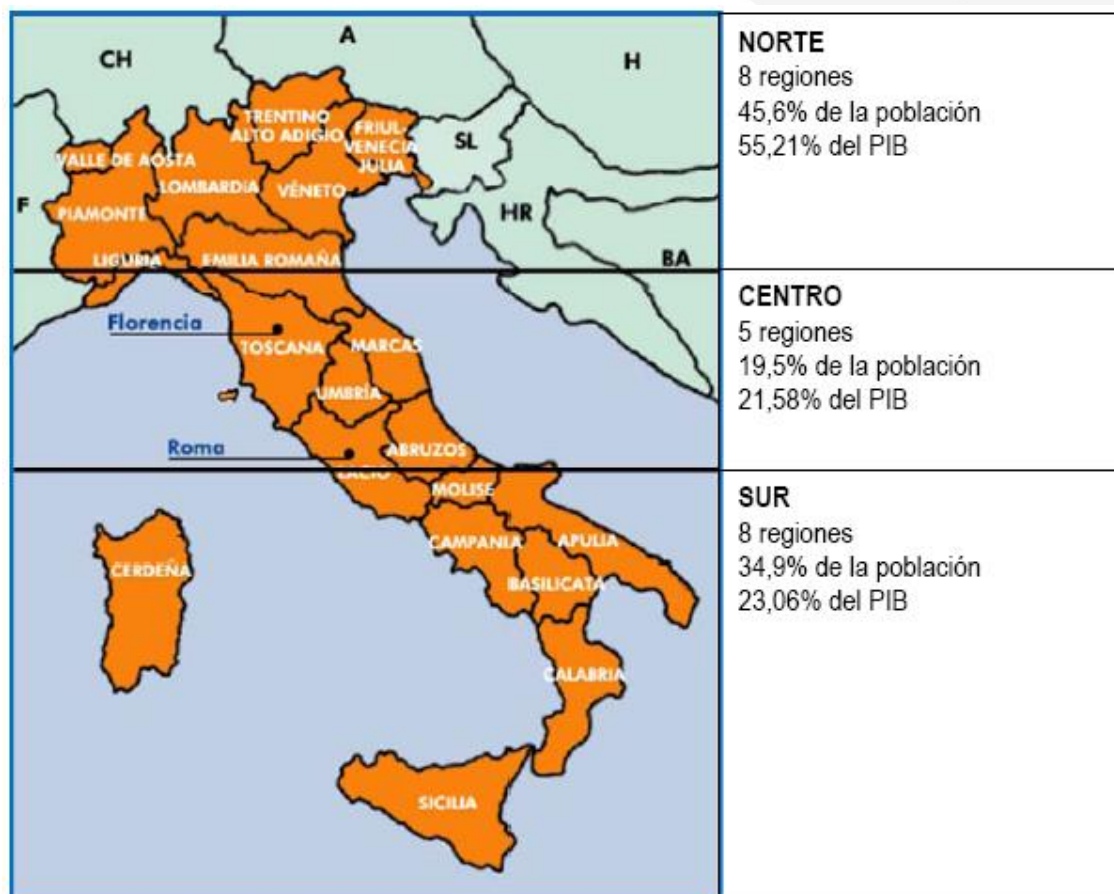
Tabla 3 - Estructura de las zonas que cubren los agentes en Italia

Zona	Regiones que comprende		Principales ciudades
1	Lombardía		Milán
2	Véneto Trentino Alto Adige Friuli Venezia Giulia	<i>Estas tres regiones se conocen como "Le Tre Venezie"</i>	Padua Venecia Verona Trieste Bolzano
3	Emilia Romagna		Parma Emilia Bologna Módena
4	Toscana		Florenia Pisa Siena
5	Piamonte Liguria Valle de Aosta Valle de Aosta		Turín Génova Aosta
6	Las Marcas Umbría Abruzo Molise		Perugia Pescara Ancona Ascoli Piceno
7	Lazio		Roma
8	Campania		Nápoles
9	Apulia Basilicata Calabria		Bari Cosenza Reggio
10	Sicilia		Catania Palermo
11	Cerdeña		Nuoro Olbia

Fuente: ICEX

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

Ilustración 1 - Principales bloques de distribución



Fuente: ICEX

2.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA CONTRATACIÓN DE UN AGENTE

El empresario debe considerar la posibilidad de utilizar un agente como forma de entrada en nuevo mercado teniendo en cuenta los pros y contras de esta opción.

Tabla 4 - Ventajas y desventajas del agente

VENTAJAS

- **Reducción de costes de introducción:** La forma de retribución más habitual es la de comisión sobre ventas. Por ello, resulta más económico que otras formas de retribución fija o de apertura de delegación/filial comercial.
- **Rápida introducción en el mercado.**
- **Know-how** del agente y acceso a su cartera de clientes.
- **Reversibilidad:** en caso de que no se obtengan los resultados esperados en el nuevo mercado, se podrá abandonar fácilmente y rescindir el contrato del agente.
- **Diversificación de ventas y reducción de riesgos:** las ventas se diversifican entre los diversos clientes del agente (con un distribuidor, por ejemplo, el riesgo se concentra en una sola empresa).
- **Mayor control sobre la marca.**

DESVENTAJAS

- **La cartera de clientes pertenece al agente:** si se desea cambiar de agente, existe el riesgo de pérdida de clientes, un riesgo que aumenta en caso de que se haya otorgado exclusividad a un solo agente.
- **El agente opera con autonomía:** al operar de forma independiente pueden utilizar técnicas comerciales que no sean acordes con la filosofía comercial del empresario.
- **Dependencia del agente para continuar en un mercado.**

Fuente: Elaboración propia con datos de diversas fuentes.

En vista de las ventajas y desventajas que supone la contratación de un agente, se puede considerar al agente como una buena opción para penetrar un nuevo mercado en las siguientes condiciones:

- La empresa se encuentra en una fase inicial de su proceso de expansión internacional.
- Los recursos financieros que la empresa tiene disponibles no son suficientes para llegar directamente a los clientes en el exterior.
- La empresa busca introducirse en mercados geográficamente lejanos o donde el número de clientes potenciales es reducido.
- La empresa busca estudiar las posibilidades de un nuevo mercado antes de elegir una forma de entrada con mayor compromiso y riesgo.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

- Los precios del sector en el que opera la empresa son volátiles. Se hace necesario un intermediario que negocie de forma ágil cada oferta.
- Los productos que se exportan no requieren servicio post-venta (de lo contrario, se recomienda utilizar un distribuidor).
- Los productos pueden entregarse directamente de forma fácil al cliente final sin que el coste de transporte encarezca el precio de venta (de ser así, sería necesaria una infraestructura logística en el país de la que normalmente no disponen los agentes comerciales).

3. MARCO JURÍDICO

3.1. REGULACIÓN DE LOS AGENTES DE COMERCIO

La labor de los agentes en Italia viene regulada por una serie de textos jurídicos que establecen la legalidad vigente para poder desarrollar su actividad.

El principal documento regulador sobre la materia es el *Codice Civile* (código civil italiano), entre sus artículos 1742 y 1753. Si bien posteriormente en este capítulo se recogen algunas de estas disposiciones para compararlas con la ley española, en los anexos se podrá encontrar la relación completa de artículos y su contenido.

A nivel internacional, con el objetivo de facilitar la coordinación de los estados miembros de la Unión Europea, se estableció la **Directiva comunitaria 86/653/CEE**. Así, las principales cuestiones que se deben afrontar, la determinación de la ley aplicable y los tribunales competentes, se solventan en este texto. Antes de la entrada en vigor de esta directiva, en Italia la ley aplicable la establecía el *Codice Civile* en el artículo 25, que contemplaba como ley aplicable aquella del lugar en el que se concluía el contrato. Sin embargo, la ley 218 del 31 de mayo 1995 determina en su artículo 57 que las obligaciones contractuales se regulan en la **Convención de Roma** (que entró en vigor en Italia el 1 de abril de 1991). De este modo, la determinación de la ley aplicable depende de esta Convención, que establece que primará en todo la voluntad de las partes. En caso de que esta voluntad no haya sido expresada en el contrato, se deberán aplicar las leyes del país al que el contrato esté más ligado. En la Convención se presume que dicho país, será aquel de residencia habitual del prestador del servicio (el agente).

En cuanto a la determinación de los tribunales competentes, la ley italiana 218/1995 establece la aplicación de la Convención de Bruselas (1968). Tras algunas modificaciones, identifica como criterios para determinar los tribunales competentes: la voluntad de las partes, el lugar de ejecución de la obligación y el domicilio del agente.

Por último, los agentes deben acogerse también a unos **convenios colectivos** (*Accordi Economici Collettivi*), que inicialmente se aplicaban únicamente a los miembros de los sindicatos y asociaciones que desarrollaban los acuerdos, pero se han ido extendiendo a todos los agentes que desarrollan su actividad en sectores y ámbitos que estén regulados por estos acuerdos.

3.2. EL CONTRATO DE AGENCIA

El contrato de agencia viene definido en el *Codice Civile* (art.1742 c.c.) como un documento escrito que recoge el encargo, que asume una parte (el agente) de promover por cuenta de otra (empresario) la conclusión de contratos en una zona determinada a cambio del pago de una retribución. Se trata por tanto de un contrato de prestación de servicios que tiene por objeto la gestión de negocios ajenos.

Este contrato forma parte de los denominados contratos de intermediación o colaboración, que tienen como características comunes las siguientes:

- Son contratos de gestión de intereses ajenos
- Su fin es la obtención de resultados concretos, no se trata de una mera actividad.
- La forma habitual de retribución es un porcentaje o comisión sobre el importe bruto de las operaciones.

3.2.1. Elementos esenciales del contrato

En el contrato, que deberá siempre ser realizado por escrito en Italia, deben quedar recogidos los elementos esenciales que establece la ley para que el documento sea válido. En el país transalpino, estos elementos esenciales que debe contener el contrato son los siguientes:

- **Objeto** del contrato: el encargo de desarrollar actividades promocionales por cuenta ajena con el fin de lograr contratos.
- **Estabilidad**: el encargo, si bien puede ser por tiempo determinado o indefinido, requerirá una organización del trabajo constante y no limitarse a una sola operación.
- **Retribución**: el agente recibirá una remuneración económica por la prestación de sus servicios, ya sea una cantidad predeterminada o un porcentaje, fijo o variable. Es importante que, independientemente del tipo de retribución, se determine la divisa aplicable y el tipo de cambio, el período de liquidación (mensual, semestral, por operación, etc.) y la devolución de comisiones sobre ventas no cobradas.
- **Zona de actuación**: las partes pueden delimitar libremente los criterios para definir la zona de actuación. Se puede así referir a un área geográfica concreta, a la clasificación de la clientela o a los productos o líneas de producto.

Más allá de los elementos que por ley deben recogerse en el contrato, se consideran de alta relevancia otros elementos de la negociación que conviene plasmar en el documento. Así, quedan establecidos por escrito otros aspectos importantes de la relación comercial:

- **Objetivos de ventas**: estos serán fijados de acuerdo a las expectativas reales del mercado. En el caso de nuevos mercados en los que el empresario quiera introducirse a través de agentes, la falta de experiencia dificulta establecer cifras determinadas, pero se puede tomar como referencia la cuota de productos de la competencia que provengan de países similares al del empresario. Como medida adicional, se pueden añadir cláusulas de revisión de los objetivos para paliar los errores iniciales en la previsión y adecuarse así a los objetivos reales alcanzables en el mercado. Es también una opción el establecer unos mínimos de venta que en caso de incumplimiento puedan dar lugar a la resolución del contrato.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

- Exclusividad: este aspecto establece si el agente podrá trabajar o no para varios mandantes y viceversa. Esta exclusividad puede ser:
 - o Unilateral: el agente debe comprometerse a no prestar sus servicios a otros fabricantes competidores en el mismo territorio.
 - o Recíproca: en este caso, es el mandante quien se debe comprometer a no utilizar otros intermediarios en el territorio del agente.
- Pacto de no competencia: se define de forma concreta y detallada, los productos para los que el agente ejercerá de intermediario y qué se entiende por un producto competidor y no complementario. También conviene establecer si el pacto de no competencia se prolongará una vez finalizado el contrato y por cuánto tiempo. Por otra parte, un vez finalizada la relación, y el exportador venda sus productos en ese mismo territorio, directamente o a través de otros intermediarios, deberá quedar determinado si el agente tendrá derecho a comisión sobre esas ventas y por qué período de tiempo.
- Propiedad industrial: el exportador tiene que registrar las marcas y patentes a su nombre en Italia. Cuando es el agente quien registra las marcas del fabricante para proteger su exclusividad territorial y su cartera de clientes, en el momento en que el fabricante decidiera rescindir el contrato con el agente, éste conservaría el derecho de la propiedad industrial y podría impedir la venta de los productos del exportador, que debería cambiar de marca o iniciar acciones legales contra el agente.
- Política de Información: es recomendable exigir al agente la presentación periódica de un informe escrito sobre las tendencias del mercado, productos de la competencia, cambios en la normativa, sugerencias sobre nuevos productos, visitas y gestiones realizadas con los clientes y expectativas de ventas para los próximos meses.

3.2.2. Obligaciones de las partes

Obligaciones jurídicas del mandante

- Exclusividad: el mandante no puede valerse de otros agentes para la misma zona de actuación.
- Actuar conforme a los principios de lealtad y buena fe.
- Poner a disposición del agente toda la documentación necesaria
- Comisiones: pagar al agente las comisiones pactadas por las ventas concluidas o promovidas por él.
- Inscripción a ENASARCO: Se debe inscribir a los agentes y a la empresa en el ente ENASARCO, fundación de derecho público autónoma bajo el control del Ministerio de Trabajo italiano, que proporciona asistencia y formación a los agentes de comercio del país. El procedimiento de inscripción cambiará dependiendo de si se trata de un agente persona física o persona jurídica. La cotización a ENASARCO será trimestral, según los plazos indicados a continuación en este apartado

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

Funcionamiento y condiciones de ENASARCO

En Enasarco se debe cotizar trimestralmente. Los plazos que se han establecido para 2016 son:

- Trimestre 1 enero-31 marzo: 20 mayo
- Trimestre 1 abril-30 junio: agosto
- Trimestre 1 julio-30 septiembre: 20 noviembre
- Trimestre 1 octubre-31 diciembre: 20 febrero del año sucesivo.

Cuando el agente es una persona física, en 2016, se deberá abonar el 15,10% del importe de la retribución percibida por el agente (14,65% en el 2015, por lo que ha experimentado una ligera subida), a repartir entre mandante y agente (7,55% cada una de las partes).

Enasarco establece una cantidad máxima de contribución (sumando las cantidades que abonan las dos partes), así como una cantidad mínimo. La siguiente tabla recoge estas cantidades en 2016:

Tabla 5 – Contribución ENASARCO I

	Agente mono-cartera	Agente multi-cartera
Máximo	37.500 €	25.000 €
Mínimo	836 €	418 €

Fuente: ENASARCO

Cuando el agente es una persona jurídica, se establece los siguientes escalones en función de los ingresos:

Tabla 6 – Contribución ENASARCO II

	Porcentaje	A cargo del mandante	A cargo del agente
Hasta 13.000.000 €	4%	3%	1%
De 13.000.000 a 20.000.000 €	2%	1,50%	0,50%
De 20.000.000 a 26.000.000 €	1%	0,75%	0,25%
Más de 26.000.000 €	0,50%	0,30%	0,20%

Fuente: ENASARCO

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

En cuanto al llamado fondo de asistencia de Enasarco (*FIRR – Fondo Indemnità Risoluzione Rapporto*), los empresarios (y no los agentes) depositan cada año las cifras previstas para hacer frente a las indemnizaciones derivadas de la resolución de contratos de agencia. Su porcentaje varía en función de las comisiones/ingresos y tipo de agente:

Tabla 7 – Contribuciones ENASARCO III

Agentes moncartera	
Hasta 12.400 €	4% de las comisiones
De 12.400 a 18.600 €	2% de las comisiones
Más de 18.600 €	1% de las comisiones
Agentes multicartera	
Hasta 6.200 €	4% de las comisiones
De 6.200 a 9.300 €	2% de las comisiones
Más de 9.300 €	1% de las comisiones

Fuente: ENASARCO

Obligaciones jurídicas del agente

Para ejercer como agente de comercio en Italia es necesario cumplir una serie de requisitos administrativos antes de comenzar la actividad.

Además de adquirir un número de identificación fiscal, el agente de comercio debe inscribirse en La Cámara de Comercio más cercana, en el espacio territorial sobre el que ofrecerá cobertura comercial. Para la inscripción, deberá demostrar que cumple los requisitos para desarrollar este tipo de actividad entregando un mandato firmado por ambas partes. Es también obligatorio para el agente inscribirse al INPS (*Istituto Nazionale della Previdenza Sociale*). Estas tareas pueden realizarse por vía telemática, a través del portal [ComUnica](#).

Para completar la habilitación profesional del agente, éste debe inscribirse en Enasarco.

Todos los agentes que actúen en territorio italiano están obligados a inscribirse a Enasarco, independientemente de que sus clientes sean empresarios italianos o exportadores extranjeros. Esto es de obligado cumplimiento tanto para los agentes que operan de manera individual como para aquellos que lo hacen a través de una forma societaria, independientemente de la forma jurídica que adopten.

Por otro lado, en Italia el agente no tiene responsabilidad de cobro. Si la empresa no cobra, la responsabilidad económica no recae en el agente. Sin embargo, la empresa puede introducir una cláusula en el contrato con el agente en la que especifique que recibirá su comisión sólo con posterioridad al cobro efectivo por parte de la empresa. Esta sería una buena forma de implicar al agente en la gestión del cobro pero sin que sea el responsable último del cobro.

3.2.3. Diferencias entre España e Italia

Para países miembros de la Unión Europea, la Directiva comunitaria 653 del 18 de diciembre 1986 ha permitido armonizar la legislación de los estados miembros y determinar con facilidad la ley aplicable y los tribunales competentes. En España, esta Directiva se introdujo en el ordenamiento jurídico en 1992, con la entrada en vigor de la Ley 12/1992 del 27 de mayo sobre el contrato de agencia. Esta ley ha pasado una revisión el 6 de marzo de 2011 y es la que regula actualmente la regulación de este tipo de contrato. De forma abreviada, se la denomina LCA (Ley sobre el Contrato de Agencia).

Así, de acuerdo con el artículo 1 de la LCA, el agente es un intermediario independiente. Es, por lo tanto, una figura diferente a la del representante, ya que el representante, como se ha visto anteriormente, se encuentra vinculado por una relación laboral con el empresario. Debido al carácter de intermediario independiente del agente, el contrato que une a un agente y un empresario es por tanto mercantil.

Si se observan las regulaciones italiana y española, se pueden apreciar una serie de diferencias en el contrato de agencia entre los dos países. En España, es necesario colegiarse para ejercer como agente comercial. Los Colegios de Agentes Comerciales se rigen actualmente por el Estatuto General aprobado por Real Decreto 118/2005, de 4 de Febrero y por las disposiciones contenidas en la Ley 2/1974, de 13 de febrero, sobre Colegios Profesionales.

En nuestro país, el Consejo General de los Colegios de Agentes Comerciales de España, es el órgano de representación superior y coordinador de todos los Colegios, con la condición de Corporación de derecho público con personalidad jurídica propia, patrimonio y plena capacidad para regir y administrar sus bienes. Este Consejo está formado por sesenta y ocho Colegios repartidos por toda la geografía española. Cada uno de ellos establece las cuotas que los colegiados deben pagar.

En la siguiente tabla se recogen las principales características de la legislación de ambos territorios:

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

Tabla 8 - Comparación Ley española e italiana

ARTÍCULO	CÓDIGO CIVIL ITALIANO	LEY ESPAÑOLA
1742. Definición de Contrato de Agencia	Debe realizarse por escrito	Puede ser escrito o verbal
1743. Derecho de exclusividad	El empresario no puede valerse al mismo tiempo de más agentes en la misma zona geográfica para el mismo tipo de actividad.	En cuanto a las obligaciones del empresario, la ley española a diferencia de la italiana, no toma ninguna posición.
1744. Cobros	El agente no tiene la facultad de cobrar los créditos de empresario	La ley española no menciona nada.
1745. Representación del agente.	El agente puede solicitar las medidas cautelares en interés del empresario y presentar las reclamaciones necesarias para salvaguardar los derechos correspondientes a este último.	La ley española no regula este punto.
1746. Obligaciones del agente.	Prohíbe la posibilidad de que el agente pueda responder por incumplimiento de terceros, es decir, asumir el riesgo de las operaciones en general.	La ley española es menos tajante al admitir la posibilidad de poder pactar la asunción del riesgo por parte del agente.
1747. Impedimentos del agente	El agente que no pueda desempeñar el encargo encomendado por el empresario deberá comunicarlo inmediatamente a este último	Este artículo no tiene un correspondiente en la legislación española.
1748. Derechos del agente	Este artículo en la ley italiana presenta algunas diferencias en comparación con la española respecto a los plazos. En el C.C. italiano se menciona un plazo razonable de tiempo	En lo que respecta a plazos, la ley española habla de plazos concretos
1749. Obligaciones del empresario	La ley italiana y la española no varían sustancialmente sobre las obligaciones del empresario. Salvo diferencias en los plazos, donde la ley italiana es más ambigua y flexible.	
1750. Duración del contrato y rescisión.	En este artículo coincide plenamente lo establecido por la ley española y la italiana.	
1751 Indemnización en caso de cese de relaciones y 1751.bis. Pacto de no competencia.	La legislación española contempla los mismos casos en los que se deberá indemnizar al agente y el mismo plazo que la italiana para la limitación de las actividades del agente una vez hayan finalizado sus relaciones laborales.	

Fuente: Codice Civile italiano y LCA.

4. LA BÚSQUEDA DEL AGENTE

4.1. TIPOS DE BÚSQUEDA

Tabla 9 - Tipos de búsqueda de agentes

BÚSQUEDAS PASIVAS	BÚSQUEDAS ACTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> • Es el mandante quien expresa su deseo/necesidad de contratar a un agente y queda a la espera de que sea éste quien contacte con él. • Muchos mandantes optan por la inserción de un anuncio en publicaciones especializadas offline y online. También es un hábito extendido la búsqueda de agentes en ferias (generalmente con anuncios en sus stands comunican que necesitan agentes). • Esta búsqueda deja poca capacidad de acción al empresario, que se limitará a realizar la selección de agente solo entre los candidatos que le hayan contactado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando se opta por una búsqueda activa, se realiza una labor más dinámica. • Al contrario que en la búsqueda pasiva, en este caso es el empresario quien toma la iniciativa, localiza y contacta a los agentes y no espera a que sean ellos quienes respondan a sus anuncios.

Fuente: Elaboración propia con datos de diversas fuentes.

Es conveniente explicar que la publicación de repertorios de agentes, sus datos de contacto y cualquier información sobre ellos se encuentra regulada en Italia por el Decreto Legislativo del 30 junio 2003 (que entro en vigor en enero 2004), denominado "*Codice in materia di protezione dei dati personali*" (Código en materia de protección de los datos personales), comúnmente conocido como *ley de la Privacy* y que vino a derogar la ley 676 de 1996 sobre la tutela de las personas y sujetos respecto al tratamiento de los datos personales.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

A pesar de la gran protección que la legislación ofrece, los propios agentes son conscientes del perjuicio que la no publicación de sus datos puede causar para su actividad. De este modo, bajo el principio de autorización que recoge la *ley de la Privacy*, muchos de ellos se han apresurado a autorizar la publicación de sus datos a las asociaciones y cámaras de comercio para darse a conocer y ser fácilmente localizables por posibles mandantes.

4.2. FUENTES DISPONIBLES EN ITALIA

Hoy en día, el considerable avance en materia de internet facilita enormemente la tarea de búsqueda de agentes.

A continuación se proponen una serie de herramientas de búsqueda que servirán al exportador para localizar agentes en Italia.

- Generales

INFOIMPRESE www.infoimprese.it

Base de datos abierta de las Cámaras de Comercio Italianas que permite buscar empresas por actividad, producto o razón social. Permite limitar la búsqueda por región, provincia o municipio, buscando por palabras clave en italiano. Suele contener códigos *captcha* para garantizar que las búsquedas las realiza una persona física.



USARCI www.usarci.it

Unión Sindical de Agentes y Representantes de Comercio. Esta página contiene información de interés sobre la figura del agente en Italia



FENYCI www.fenyci.it/

Fenyci es un portal informativo e interactivo sobre la profesión del Agente y Representante comercial. Dentro de esta web se puede encontrar todo tipo de información sobre estas figuras. Para las búsquedas y acceso a todos los contenidos, es necesario un registro gratuito, en el que el usuario puede darse de alta como empresa, agente, ente o asociación, o profesional autónomo.



F.N.A.A.R.C. www.fnaarc.it

Federación Nacional de Asociaciones de Agentes y Representantes de Comercio. En el apartado de servicios que ofrece la FNAARC, podrá verse un punto llamado “Ricerca agenti”. En este [espacio](#), el usuario podrá conocer cómo utilizar este servicio de la federación. FNAARC ofrece un número al que llamar (+39-800-86-16-16) o un email al que puede escribir (fnaarc@agenti.it, indicando en el asunto del email “Ricerca Agenti”).



LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

AGENTI DI COMMERCIO www.agentidicommercio.it

Esta página permite a las empresas buscar agentes, pero también a los agentes buscar clientes, filtrando las búsquedas por regiones o sectores de productos. Es necesaria una inscripción gratuita (que permite, además de realizar búsquedas, insertar anuncios pero de forma básica y poca visibilidad). Además, ofrece la posibilidad de acceder a servicios de pago (para realizar mailings a una gran base de datos, indexar los anuncios insertados en diferentes portales y redes sociales, etc.). Para conocer más a fondo estos servicios, se puede acceder a este [enlace](#).

Agentidicommercio 
YOUR BUSINESS IN ITALY

VENDITORI www.venditori.it

Esta página permite realizar una búsqueda pasiva de agentes, introduciendo anuncios indicando que se busca agente. Este es un servicio de pago y la tarifa depende de la visibilidad, tamaño e indexado que se quiera dar al anuncio. La web también permite a los agentes buscar empresas.

 **Venditori.IT**

- Especializadas

ASSOMODA www.assomodaitalia.it

Asociación de representantes, agentes y distribuidores de moda y confección.

PAMBIANCO www.pambianconews.com/

Sociedad de Consultoría que asiste a las Empresas de la Moda y publica gran cantidad de información sobre el sector.

GRUPPOMODA www.gruppomoda.org

Asociación de agentes y consultores de moda.

ASSOGIOCATTOLI www.assogiocattoli.it

Asociación que reúne a productores y distribuidores de juguetes y artículos de puericultura. En el apartado de “Associati”, en la pestaña de “Agenti/Consulenti”, el usuario podrá acceder al listado de los agentes asociados a Assogiocattoli.

ARAME www.arama.it

Asociación nacional de agentes y representantes de material eléctrico. En el apartado “Associati” se puede encontrar el listado de agentes asociados que trabajan en este sector.

Otra opción es participar en la feria [Forum agenti](#), feria dedicada a la búsqueda y a la selección de agentes comerciales. Este evento dura tres días, y es un punto de encuentro entre agentes y empresas. Las empresas que lo deseen pueden adquirir un stand que se denomina “Espacio Escritorio”, en el que recibirán las visitas de los agentes que hayan adquirido su billete para acudir a la feria, interesados en ofrecer sus servicios a los empresarios. Los precios por el espacio varían según el tamaño y la modalidad de participación y pueden ser consultados en la web de la feria. La próxima edición tendrá lugar en Milán los días 24, 25 y 26 de noviembre 2016. Esta feria también se realiza en otras ciudades italianas como Roma, Verona o Nápoles.

4.3. SERVICIOS PERSONALIZADOS DEL ICEX

ICEX proporciona servicios de consultoría internacional a medida en más de 150 mercados y uno de estos servicios es la búsqueda de intermediarios comerciales/agentes.

Todas las empresas españolas y sus filiales en mercados exteriores con un proyecto de internacionalización así como organismos e instituciones relacionadas con el comercio internacional pueden solicitar estos Servicios Personalizados.

Además del servicio de búsqueda de agentes, ICEX puede apoyar a la empresa española en las tareas de:

- Seleccionar socios comerciales.
- Concertar entrevistas con posibles socios.
- Analizar su competencia.
- Acceder a informes comerciales de empresas extranjeras.
- Comparar precios en puntos de venta.
- Gestionar licitaciones y concursos públicos.
- Alquilar espacios en las Oficinas Económicas y Comerciales.
- Diseñar sus acciones de marketing y promoción comercial.
- Localizar de espacios para eventos de su empresa.
- Enviar muestras de sus productos.

Esta clasificación no excluye otras necesidades de las empresas que puedan ser atendidas (previo análisis de su viabilidad) como Servicios Personalizados por las Oficinas Comerciales. En este [enlace](#) se pueden consultar los servicios personalizados de ICEX.

Es necesario indicar que estos servicios son de pago, con un coste subvencionado que se determina en función del tipo de servicio, la amplitud de la información solicitada, la existencia de Oficina Comercial en el país y de la pertenencia o no a la UE del país escogido por la empresa cliente como mercado objetivo. Se pueden consultar las tarifas en este [enlace](#).

Para solicitar el servicio, el exportador puede acceder a [Ventana Global](#), llamar al teléfono 900 349 000, contactar directamente con red de [Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior](#) o acceder directamente a este [Formulario de contacto](#).

Si desea consultar las condiciones generales para la contratación de los Servicios Personalizados de ICEX, explicados en este trabajo, acceda a este [enlace](#).

5. CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL AGENTE

Una vez identificados los candidatos que se hayan localizado a través de la búsqueda (pasiva y/o activa), se deberá reflexionar y tomar una decisión para seleccionar al mejor agente posible, una vez descartadas las figuras de otro tipo de intermediarios que se han visto en el presente trabajo. En base a las necesidades y expectativas del exportador, se optará por el profesional más acertado para introducir el producto en el nuevo mercado. Es importante no tratar de acelerar el proceso de penetración en Italia para no obviar detalles que a largo plazo pueden causar problemas en la relación con el agente escogido.

Si bien el tejido de agentes y representantes en este país es complejo y existen matices diferenciadores por sectores y productos, hay una serie de pautas que pueden ayudar a reducir el margen de error en nuestra decisión. Por ello, la realización de una buena búsqueda puede llevar varios meses, lo que supone una considerable inversión de tiempo y de trabajo.

Tras un primer contacto con el agente, será necesario evaluar y verificar detenidamente la información recibida. Por consiguiente lo más recomendable es utilizar un esquema, pasando de una información general a una más específica, adaptando el perfil del potencial agente a nuestras necesidades. Los agentes que reúnan una serie de características bien predefinidas por el empresario, serán aquellos que se considerará contratar.

Con este fin, se ha elaborado un formulario para evaluar los puntos de mayor relevancia en la selección del agente, y valorar así los perfiles de los candidatos. Dichos puntos son los siguientes:

- **Grado de interés** en el producto/servicio del exportador y en la propia empresa.
- **Naturaleza y diversidad de la gama de productos que represente.**
- **Experiencia y conocimiento del sector:** La especialización es un punto altamente valorado por todas las empresas.
- **Cobertura geográfica** que alcance el agente: Salvo que existan nichos de mercado para el producto del exportador en el sur del país, lo más recomendable es introducirse en Italia por la parte septentrional, ya que las regiones de esta zona son las más industrializadas y avanzadas del país.
- **Idiomas dominados por el agente:** Al tratarse de agentes que trabajarán en el campo del comercio internacional, conviene tener en cuenta el nivel de idiomas extranjeros más allá de su italiano nativo. El conocimiento del español va en aumento en Italia, pero sigue sien-

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

do escaso entre los agentes italianos, pero debemos valorar positivamente el nivel de inglés y otras lenguas.

- **Organización y red de sub-agentes:** A mayor organización y mejor red de subagentes, mejor será la distribución de los productos del exportador, que alcanzarán mayor capilaridad.
- **Cartera de clientes:** una cartera sólida es una buena muestra de la seriedad, responsabilidad y profesionalidad del agente. Además, asegura al mandante un alto número de posibles compradores finales. Adicionalmente, la cartera de clientes del agente puede orientar al mandante sobre el tipo de target (compradores) al que el agente suele dirigirse.
- **Manejo de Internet:** Con Internet se facilitan las comunicaciones entre empresario y agente. Además, el agente debe mostrar un buen manejo de una herramienta tan útil e imprescindible hoy en día.
- **Nivel de estudios del agente:** Si bien no es un punto imprescindible, sí se debe valorar, aunque se debe tener en cuenta que un alto grado de experiencia puede suplir con creces la falta de estudios superiores.
- **Experiencia sobre los productos españoles:** el conocimiento del producto y la experiencia con este tipo de producto en el mercado son factores a valorar.
- **Expectativas de rentabilidad:** el exportador debe establecer sus expectativas, sus previsiones en el nuevo mercado, y comunicarlas al agente.

Una vez seleccionado el mejor candidato, se negociarán las condiciones en las que se vaya a desarrollar la relación comercial: objetivos de venta, remuneración para el agente, exclusividad, etc. En esta negociación deben plantearse todos los problemas que puedan aparecer y la forma de solucionarlos para evitar, en lo posible, que se produzcan situaciones conflictivas en el futuro.

6. ANEXOS

6.1. MODELO DE CONTRATO DE AGENCIA

CONTRATO TIPO DE AGENCIA ITALIANO

Con la presente scrittura privata, fra i sigg.:

-, nato a, il nella qualità di (indicare se titolare o legale rappresentante. Se trattasi di società di capitali indicare la partita IVA) corrente in, via, n., codice fiscale, da qui in avanti chiamato preponente;
-, nato a, il domiciliato in, via n., codice fiscale, da qui in avanti chiamato agente,

Si conviene e si stipula quanto segue:

1) Oggetto del contratto. Il preponente affida all'agente, che accetta, l'incarico di promuovere, per conto di esso preponente, la conclusione di contratti aventi ad oggetto:

.... (specificare il più possibile dettagliatamente l'oggetto del contratto).

2) Zona operativa. L'agente si obbliga ad espletare l'attività di cui al punto 1 limitatamente alla zona delimitata come segue: (specificare la zona operativa il più dettagliatamente possibile. Eventualmente indicare il criterio che dovrà essere seguito nel caso una trattativa sia stata avviata da un agente e conclusa da un altro); il preponente si riserva di modificare detta zona con un preavviso di (precisare se la zona operativa può essere variata - per esempio ampliata, ristretta, sostituita con un'altra -, prevedendo in tal caso un preavviso scritto non inferiore a due mesi per gli agenti plurimandatari ed a quattro mesi per gli agenti monomandatari. Se la variazione della zona è tale da modificare sensibilmente il contenuto economico del rapporto, il preavviso non può essere inferiore a quello indicato nello schema sub 10).

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

3) Diritto di esclusiva (eventuale). Il preponente si obbliga, per il periodo di validità del presente contratto, a non avvalersi di altri agenti per la conclusione dei contratti di cui al punto 1 nella zona affidata all'agente.

L'agente si obbliga a non assumere, per conto di altre imprese, incarichi aventi ad oggetto la conclusione di contratti di cui al punto 1 nella zona a lui affidata.

4) Adempimento dell'incarico. L'agente deve adempiere all'incarico affidatogli in conformità alle istruzioni impartite dal preponente.

Deve altresì rimettere al preponente, anche a mezzo del servizio postale, un rapporto (giornaliero, settimanale, quindicinale, mensile, ecc.), con l'indicazione dettagliata dei contratti conclusi e di quelli avviati, delle informazioni concernenti l'andamento del mercato nella zona di competenza, nonché di ogni altra notizia utile a valutare la convenienza dei singoli affari.

L'agente non può, nell'espletamento dell'incarico, giovare dell'opera di sub-agenti.

L'agente non può esercitare in proprio il commercio, anche se avente ad oggetto articoli non in concorrenza con quelli oggetto del presente contratto.

Il preponente si riserva di far visitare la clientela da propri ispettori, cui l'agente si obbliga a prestare la richiesta collaborazione.

5) Rappresentanza. Le dichiarazioni aventi ad oggetto i contratti conclusi per il tramite dell'agente ed i reclami relativi alle inadempienze contrattuali sono validamente fatti all'agente.

L'agente può chiedere i provvedimenti cautelari nell'interesse del preponente e presentare i reclami che siano necessari alla conservazione dei diritti spettanti a quest'ultimo.

6) Riscossioni - Sconti - Dilazioni di pagamento. L'agente può riscuotere i crediti del preponente ed accettare la merce resa dai clienti. L'agente può concedere sconti fino al% del prezzo di listino ed accordare dilazioni di pagamento fino a giorni dalla stipulazione del relativo contratto.

7) Provvigioni. Il preponente si obbliga a corrispondere all'agente la provvigione del% (opzionale; oppure: sugli affari che avranno avuto regolare esecuzione; oppure: fino a n. pezzi effettivamente venduti; del% sui pezzi eccedenti questo limite. Per gli affari che avranno avuto esecuzione parziale la provvigione verrà corrisposta in proporzione alla parte eseguita).

La provvigione determinata sulla base dei criteri che precedono dovrà essere corrisposta anche per gli affari conclusi direttamente dal preponente, qualora essi debbano avere esecuzione nella zona di cui al punto 2. "La provvigione per gli affari conclusi direttamente dal preponente non può subire decurtazione in relazione alle eventuali spese da questi sostenute" (Cass. 30 marzo 1983, n. 2319)

(Oppure: Per gli affari conclusi, in zona, direttamente dal preponente, la provvigione determinata sulla base dei criteri che precedono verrà ridotta del%).

Il pagamento delle provvigioni dovrà essere effettuato entro l'ultimo giorno del mese successivo a quello in cui l'affare ha avuto esecuzione a mezzo (assegno bancario, versamento in conto corrente, vaglia postale).

8) Spese. L'agente avrà diritto al rimborso delle spese di agenzia in ordine alle quali abbia fornito idonea documentazione.

(Oppure: L'agente non avrà diritto alle spese di agenzia).

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

(Oppure: L'agente riceverà, a titolo di rimborso spese, l'importo annuo di L. che il preponente erogherà entro il).

9) Impedimento dell'agente. Qualora l'agente si venisse a trovare nell'impossibilità di eseguire l'incarico, dovrà darne immediato avviso al preponente mediante ...(lettera raccomandata, telex, ecc.). In difetto sarà tenuto a risarcire gli eventuali danni derivanti dalla mancata osservanza di quest'obbligo.

10) Durata del contratto. Il presente contratto avrà la durata di anni. In mancanza di disdetta a mezzo lettera raccomandata con avviso di ricevimento, da inviare almeno tre mesi prima della scadenza, il contratto s'intenderà rinnovato di anno in anno.

(Oppure: Il presente contratto è a tempo indeterminato. Ciascuna parte potrà recedere dandone preavviso all'altra nel termine stabilito dai vigenti accordi economici collettivi).

11) Subagenzia (opzionale). L'agente ha facoltà di servirsi di subagenti di zona.

12) Foro competente (opzionale). Competente a decidere in ordine alle controversie derivanti dal presente contratto sarà, qualora il tentativo di conciliazione esperito davanti alla commissione paritetica dovesse avere esito negativo, esclusivamente il Foro di

.... Data

L'Agente	Il Preponente
....

Le parti dichiarano di approvare espressamente, ai sensi e per gli effetti degli artt. 1341 e 1342 c.c., le clausole sub 3 (diritto di esclusiva), 8 (spese), 11 (su-bagenzia), 12 (Foro competente).

L'Agente	Il Preponente
....

Fuente: www.consulentia.it

TRADUCCIÓN DEL CONTRATO TIPO DE AGENCIA ITALIANO

Con la presente escritura privada, entre los señores:

- ..., nacido en ..., el ... en la calidad de ... (indicar si se trata del titular o el representante legal. Si se tratara de una sociedad de capitales indicar el número de identificación del IVA) domiciliado en ..., calle..., n.º. ..., NIF ..., de aquí en adelante llamado *mandante*;

- ..., nacido en ..., el ... domiciliado en ..., calle... n.º. ..., NIF ..., de aquí en adelante llamado *agente*,

Se acuerda y se estipula cuanto sigue:

1) Objeto del contrato. El mandante encarga al agente, que acepta, el encargo de promover, por cuenta del anterior, la conclusión de contratos objeto del contrato:

... (especificar lo más detalladamente posible el objeto del contrato).

2) Zona operativa. El agente se obliga a cumplir la actividad especificada en el punto 1) limitándola a la zona delimitada como sigue: ... (especificar la zona operativa lo más detalladamente posible. Eventualmente indicar el criterio que deberá ser seguido en el caso de que una negociación haya sido realizada por un agente y terminada por otro); el mandante se reserva el derecho de modificar dicha zona con un preaviso de ... (precisar si la zona operativa puede ser variada - por ejemplo ampliada, reducida, sustituida por otra -, estableciendo en tal caso un preaviso escrito no inferior a dos meses para los agentes multilaterales y cuatro meses para los agentes monolaterales. Si la variación de la zona es tal que modificaría sensiblemente el contenido económico de la relación, el preaviso no puede ser inferior a aquel indicado en el punto 10).

3) Derechos de exclusividad (opcional). El mandante se obliga, para el periodo de validez del presente contrato, a no valerse de otros agentes para la conclusión de los contratos a los cuales se hace referencia en el punto 1) se especifica.

El agente se obliga a no asumir, por cuenta de otras empresas, encargos cuyo objeto de la conclusión de contrato sean indicados en el punto 1. Es decir, deberá mantener un pacto de no competencia con el mandante.

4) Cumplimiento del encargo. El agente debe cumplir el encargo adjudicado en conformidad a las instrucciones impartidas por el mandante.

Debe además remitir al mandante, también por medio del servicio postal, un informe ... (diario, semanal, quincenal, mensual, etc.), indicando detalladamente los contratos terminados y aquellos iniciados, y cualquier otra información concerniente a la situación del mercado en la zona de competencia, además de todas las noticias útiles para valorar la conveniencia de los negocios.

El agente no puede, para la realización del encargo, ayudarse de subagentes.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

El agente no puede realizar ventas por cuenta propia, aunque tuvieran por objeto artículos que no son competencia con los establecidos en el presente contrato.

El mandante se reserva el poder visitar la clientela con inspectores propios, a lo cual el agente se obliga a prestar ante previa petición, su colaboración.

5) Representación. Las declaraciones que conciernen a la ejecución de contratos concluidos a través del agente y las reclamaciones relativas a incumplimientos contractuales son válidamente exigibles al agente.

El agente puede solicitar medidas cautelares en interés del empresario y presentar las reclamaciones necesarias para salvaguardar los derechos correspondientes a este último.

6) Recaudación - Descuento - Aplazamiento en el pago. El agente puede cobrar los créditos del mandante y aceptar la mercancía no vendida por los clientes. El agente puede conceder descuentos hasta el% del precio en tarifa y acordar el aplazamiento en el pago hasta días de lo estipulado en el contrato.

7) Comisión. El mandante se obliga a pagar al agente la comisión del% (opcional; o bien: sobre los negocios que hayan tenido una regular ejecución; o bien: hasta nº. artículos efectivamente vendidos; del% sobre los artículos que excedan de dicho límite. Para los negocios que hayan tenido ejecución parcial, la comisión será proporcional a la parte concluida).

La comisión vendrá determinada sobre la base de los criterios precedentes, y deberá ser correspondida también por los negocios terminados directamente por el mandante, si han tenido ejecución en la zona especificada en el punto 2). "La comisión por los negocios terminados directamente por el mandante no pueden sufrir reducción en relación a los gastos finales a estos reservados" (Casación 30 marzo 1983, n. 2319)

(O bien: Por los negocios terminados directamente por el mandante en dicha zona, la comisión vendrá determinada por la base de los criterios anteriores y vendrá reducida en un%).

El pago de la comisión deberá ser efectuada antes del último día del mes siguiente a aquel en el cual los negocios han sido pagados por medio de (cheque bancario, pago en cuenta corriente, giro postal).

8) Gastos. El agente tendrá derecho a la devolución de los gastos de agencia siempre que los tenga adecuadamente documentados.

(O bien: El agente no tendrá derecho a los gastos de agencia).

(O bien: El agente recibirá, a título de reembolso de gastos, el importe anual de euros, que el mandante pagará antes del).

9) Imposibilidad del agente. Si el agente se encontrara en la imposibilidad de realizar el encargo, deberá avisar inmediatamente al mandante, mediante (carta certificada, telegrama, etc.). En defecto deberá resarcir los eventuales daños derivados de la falta de realización de esta obligación.

10) Duración del contrato. El presente contrato tendrá la duración deaños. La revocación del contrato se realizará por medio de carta certificada con aviso de recibo, que se deberá enviar al menos tres meses antes de la finalización, en caso contrario el contrato se entenderá renovado de año en año.

(O bien: El actual contrato es a tiempo indeterminado. Cada una de las dos partes podrán rescindir el contrato dando un preaviso según lo establecido en el convenio colectivo correspondiente).

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

11) Subagentes (opcional). El agente tiene la facultad de servirse de subagentes de zona.

12) Tribunal competente (opcional). Es el órgano competente a decidir en caso de controversias derivadas del presente contrato.

.... Fecha

El Agente El Mandante

....

Las partes declaran aprobar expresamente, a todos sus efectos, los artículos 1341 y 1342 del c.c. italiano, las cláusulas 3) derecho de exclusividad, 8) Gastos, 11) Subagentes, 12) Tribunal competente.

El Agente El Mandante

....

6.2. TRADUCCIÓN DEL CÓDIGO CIVIL ITALIANO REFERENTE AL CONTRATO DE AGENCIA

ART.1742. Definición: Con el contrato de agencia una parte asume de forma estable, el encargo de promover, por cuenta de la otra parte, la conclusión de contratos en un área geográfica determinada, a cambio de una retribución.

El contrato debe celebrarse por escrito. Cada parte tiene derecho a recibir de la otra un documento que reproduzca el contenido del contrato y las cláusulas adicionales. Este derecho es irrenunciable.

ART.1743. Derecho de exclusiva. El empresario no puede valerse al mismo tiempo de más agentes en la misma zona o para el misma tipología de actividad. Tampoco el agente puede aceptar el encargo de representar empresas competidoras dentro de la misma zona y para la misma tipología de actividad, de los negocios de más empresas competidoras entre ellas.

ART.1744: Cobros: El agente no tiene la facultad de cobrar los créditos de mandante. Si esta facultad le ha sido atribuida, el agente no podrá, salvo especial autorización, conceder descuentos o dilaciones en el pago.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

ART.1745. Representación del agente: Las declaraciones que conciernen a la ejecución de contratos concluidos a través del agente y las reclamaciones relativas a incumplimientos contractuales son válidamente exigibles al agente.

El agente puede solicitar medidas cautelares en interés del mandante y presentar las reclamaciones necesarias para salvaguardar los derechos correspondientes a este último.

ART. 1746. Obligaciones del agente: En la ejecución del encargo el agente debe tutelar los intereses del empresario y actuar con lealtad y buena fe. En particular debe cumplir el encargo de acuerdo con las instrucciones recibidas y facilitar al mandante información acerca de las condiciones del mercado en la zona correspondiente, y cualquier otra información que pueda resultar de utilidad para valorar la conveniencia de los negocios. Será nulo todo pacto en contrario.

Queda prohibido todo pacto que imponga al agente una responsabilidad, aunque solo sea parcial, por incumplimiento de terceros. Se permite sin embargo de forma excepcional que las partes acuerden la prestación de una garantía por parte del agente, de particular naturaleza e importe individualmente determinados; la obligación de garantía asumida por el agente no será en ningún caso superior a la comisión a la cual el agente tendría derecho de operaciones concretas.

ART. 1747 Impedimentos del agente: El agente que no pueda desempeñar el encargo encomendado por el mandante deberá comunicarlo inmediatamente a este último. Si no fuere así, el agente vendrá obligado a resarcir el daño.

ARTI. 1748. Derechos del agente: Para todos los negocios concluidos durante la vigencia del contrato, el agente tiene derecho a retribución cuando la operación haya sido concluida gracias a su intervención.

Le corresponde también retribución por los negocios que el empresario haya concluido con aquellos terceros que el agente hubiese contactado anteriormente como clientes en operaciones de la misma naturaleza o pertenecientes a la misma zona geográfica, categoría o grupo reservado de clientes al agente, salvo pacto en contrario.

Salvo pacto en contrario, la retribución corresponde al agente desde el momento y en la medida en la que el empresario ha desempeñado o debería haber desempeñado la prestación en base al contrato concluido con el tercero.

El agente tiene derecho a retribución, a más tardar e irrevocablemente desde el momento y en la medida en la que el tercero ha cumplido o debería haber cumplido la prestación siempre que el empresario hubiera cumplido las prestaciones a su cargo.

Si el empresario y el tercero acuerdan no ejecutar el contrato parcialmente o en su totalidad, el agente tendrá derecho a una retribución reducida en función de los usos, y en ausencia de estos, a determinar por el juez.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

El agente está obligado a devolver las retribuciones percibidas solo en el caso de demostrarse que el contrato entre el empresario y el tercero no se celebrará por causas no imputables al empresario. Será nulo todo pacto desfavorable para el agente.

El agente no tiene derecho al reembolso por los gastos ocasionados en el desempeño de su actividad profesional.

ART. 1749. Obligaciones del mandante. El mandante, en su relación con el agente, debe actuar con lealtad y buena fe, y deberá poner a disposición del agente toda la documentación necesaria relativa a los bienes y servicios en cuestión y proporcionar al agente la información necesaria para la correcta ejecución del contrato: y en particular advertir al agente, dentro de un plazo razonable, en el caso de prever que el volumen de las operaciones comerciales será notablemente inferior al que el agente habría podido esperarse. El mandante debe además informar al agente, dentro de un plazo razonable, de la aceptación, del rechazo o de la no ejecución de un contrato promovido por el agente.

El mandante debe entregar al agente un extracto contable de las retribuciones a percibir por el agente, a más tardar, el último día del mes siguiente al trimestre natural en que se hubieran devengado. En el extracto contable figuraran los elementos esenciales en base a los que haya sido calculado el importe de las comisiones. Dentro del mismo plazo, las retribuciones liquidadas deben ser efectivamente pagadas al agente.

El agente tendrá derecho a exigir la exhibición de la contabilidad del empresario en los particulares necesarios para verificar todo lo relativo a las comisiones que le correspondan. Será nulo todo pacto en contrario a las disposiciones del presente artículo.

ART 1750. Duración del contrato y rescisión: El contrato de agencia a tiempo determinado que continúe a cumplirse después del término establecido por las partes se transformará en contrato indefinido.

Si el contrato de agencia es a tiempo indeterminado, cualquier parte puede rescindir el contrato siempre que preavise a la otra parte con la antelación que hayan establecido.

El plazo de preaviso no será en ningún caso inferior a un mes para el primer año de duración del contrato, dos meses para el segundo año iniciado, tres meses para el tercer año iniciado, cuatro meses para el cuarto año iniciado, cinco meses para el quinto año iniciado y seis meses para el sexto año y todos los años sucesivos.

Las partes podrán pactar mayores plazos de preaviso, sin que el plazo para el preaviso del agente pueda ser inferior, en ningún caso, al señalado por la ley.

Salvo pacto en contrario el final del plazo de preaviso coincidirá con el último día del mes de calendario.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

ART 1751. Indemnización en caso de cese de la relación contractual: Por el hecho de resolver unilateralmente el contrato, el mandante deberá indemnizar al agente si concurren las condiciones siguientes:

- Que el agente haya procurado nuevos clientes al mandante o haya aumentado notablemente los negocios con los clientes ya existentes y que el empresario reciba aun ventajas sustanciales derivadas de los negocios con tales clientes.
- Que el pago de la indemnización sea equitativo, teniendo en cuenta todas las circunstancias del caso en particular y las retribuciones que el agente pierde y que son fruto de los negocios con tales clientes.

El agente no percibirá indemnización:

- Cuando el mandante resuelva unilateralmente por un incumplimiento imputable al agente, que por su gravedad, impida la continuación de la relación.
- Cuando el agente rescinda el contrato, a menos que la rescisión sea justificada por circunstancias atribuibles al empresario o atribuibles al agente solo en los casos de: edad, enfermedad, por los que no se le puede exigir razonablemente la continuación de la actividad.
- Cuando como resultado de un acuerdo con el empresario, el agente cede a un tercero los derechos y las obligaciones que le corresponden en virtud del contrato de agencia.

El importe de la indemnización no podrá superar en ningún caso, el importe medio anual de las remuneraciones percibidas por el agente durante los últimos cinco años o, durante todo el periodo de duración del contrato, si éste fuese inferior.

La concesión de una indemnización no priva sin embargo al agente del derecho a un eventual resarcimiento por daños.

El derecho a la indemnización del agente prescribe en el plazo de un año a contar de la fecha de extinción de la relación si el agente no comunica al empresario su intención de hacer valer sus propios derechos.

Las disposiciones del presente artículo son inmodificables en perjuicio del agente.

La indemnización será exigible incluso si la relación cesa a causa de muerte del agente.

ART. 1751.bis. Pacto de no competencia: El pacto que limita la competencia del agente después de la extinción del contrato debe hacerse por escrito. Tal pacto debe concernir a la misma zona, clientela y tipo de bienes o servicios para el cual se había estipulado el contrato de agencia. La duración no podrá ser superior a los dos años posteriores a la fecha de extinción del contrato.

LA BÚSQUEDA DE AGENTES EN ITALIA

La aceptación del pacto de no competencia contempla, en caso de rescisión de contrato, el derecho del agente a una indemnización independientemente de las operaciones desarrolladas por el agente. La indemnización se fijará en función de la duración de la relación, de la naturaleza del contrato de agencia y de la indemnización correspondiente al final de la relación.

La determinación de la indemnización en base a los factores enunciados depende en último término de la negociación entre las partes, teniendo en cuenta los convenios colectivos de categoría. Ante la falta de acuerdo, la indemnización será determinada por un juez, teniendo en cuenta:

- 1) la media de las comisiones recibidas por el agente durante el período de contrato y su incidencia sobre el volumen de negocio total durante dicho período.
- 2) las causas de rescisión del contrato de agencia.
- 3) la amplitud de la zona geográfica asignada al agente
- 4) la existencia o no de algún vínculo de exclusividad.

ART. 1752. Agente con representación: Las disposiciones del presente capítulo se aplicarán también en el supuesto en que el empresario le confiera al agente la representación para la conclusión de contratos.

ART. 1753. Agentes de seguros: Las disposiciones de este capítulo serán también de aplicación para los agentes de seguros (en cuanto no vengan derogadas por los usos y sean compatibles con la naturaleza de la actividad aseguradora)

Nota: Esta traducción ha sido realizada por personal de la Oficina Económica y Comercial de España en Milán, no por un traductor jurado, teniendo valor únicamente informativo.

6.3. RELACIÓN DE DESPACHOS LEGALES DE DERECHO INTERNACIONAL EN ITALIA

A través de una solicitud a la Oficina Comercial de Milán, se puede acceder a un listado de los despachos legales que trabajan en el campo del derecho internacional en Italia, y que pueden proporcionar asesoría especializada en materia de contratos mercantiles.