



Procedencia de la agencia comercial de hecho según la jurisprudencia de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia colombiana entre los años 2017 a 2023

Mariana Gutiérrez Payares

Trabajo de grado de maestría presentado para optar al título de Magíster en Derecho

Directora

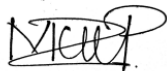
Maria Alejandra Echavarría Arcila, Doctor (PhD) en Gestión de la Tecnología y la Innovación

Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de Derecho y Ciencias Políticas
Maestría en Derecho
Medellín, Antioquia, Colombia
2025

28 de agosto de 2025

Mariana Gutiérrez Payares

El contenido de este documento no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.



Firma

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract.....	5
Introducción.....	6
Metodología.....	7
1. Agencia comercial de hecho.....	8
1.1. Agencia comercial	8
1.2. Agencia comercial de hecho.....	10
1.3. Diferencia entre agencia comercial y agencia comercial de hecho	11
1.4. Procedencia de la agencia comercial de hecho.....	14
2. Consideraciones de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia	16
2.1. Respecto de la diferencia entre agencia comercial y agencia comercial de hecho.....	16
2.2. Respecto de la procedencia de la agencia comercial de hecho.....	19
3. Procedencia de la agencia comercial de hecho, según sentencias de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia en Colombia, entre los años 2017 a 2023.....	22
Conclusiones.....	27
Referencias	28

Resumen

En Colombia, entre los años 2017 a 2023, la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia desarrolló jurisprudencia esencial frente al nacimiento del contrato de agencia comercial de hecho. Sin embargo, existe falta de claridad en cuanto a su procedencia y la desnaturalización contractual respecto a un contrato similar existente, como lo es el contrato de agencia comercial. Por lo tanto, esta investigación busca brindar herramientas conceptuales que permitan esclarecer si la procedencia del contrato de agencia comercial de hecho, de acuerdo con la jurisprudencia emitida por la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia en Colombia, puede ocasionar inseguridad jurídica al permitir su configuración y nacimiento jurídico, sin contar con un requisito esencial como lo es el acuerdo de voluntades de una de las partes: para el presente caso, del agenciado.

Palabras clave: Agencia comercial, agencia comercial de hecho, distribución, elementos esenciales, encargo.

Abstract

In Colombia, between 2017 and 2023, the Civil Cassation Chamber of the Supreme Court of Justice developed essential jurisprudence regarding the creation of the de facto commercial agency contract. However, there is a lack of clarity regarding its admissibility and the contractual distortion with respect to a similar existing contract, such as the commercial agency contract. Therefore, this research seeks to provide conceptual tools to clarify whether the admissibility of the de facto commercial agency contract, according to the jurisprudence issued by the Civil Cassation Chamber of the Supreme Court of Justice in Colombia, can cause legal uncertainty by allowing its configuration and legal creation without an essential requirement such as the voluntary agreement of one of the parties: in this case, of the agent.

Keywords: Commercial agency, de facto commercial agency, distribution, essential elements, commission.

Introducción

A propósito de la diversidad de conceptos frente a la configuración del contrato de agencia comercial, la Corte Suprema de Justicia ha enfatizado al respecto que este tipo de contratos, cuando se celebran verbalmente, se centran en la promoción y acreditación que el agenciado debe realizar frente a la marca, para el presente caso, del agenciado (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 6315 del 2017).

No obstante, la configuración y naturalización contractual de la agencia comercial de hecho se sobrepone a la consensualidad de las partes, pues, como lo indica la Cámara de Comercio de Bogotá, en este tipo contractual “se excluye el elemento del encargo, debido a que no existe un acuerdo de voluntades, contractualmente hablando, encaminado a un fin determinado” (CCB, 2015, párr. 7).

A partir de este contexto, esta investigación se va a ocupar de determinar la procedencia del contrato de agencia comercial de hecho de acuerdo con la jurisprudencia de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia en Colombia, entre los años 2017 a 2023, analizando de forma particular los conceptos dados por la doctrina y la jurisprudencia emitida por el máximo Tribunal.

El primer capítulo se ocupa del estudio de la figura contractual de la agencia comercial y la agencia comercial de hecho; en el segundo capítulo se ilustrarán las consideraciones de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia sobre los conceptos del contrato de agencia comercial de hecho. Por su parte, el tercer capítulo indicará la procedencia del contrato de agencia comercial de hecho a la luz de la jurisprudencia nacional.

De acuerdo con lo anterior, en este trabajo se determinará y analizará la jurisprudencia emitida por el máximo Tribunal en lo civil para poder establecer cuándo procede el contrato de agencia comercial de hecho.

Metodología

En la presente investigación se utilizó un método inductivo y deductivo, pues se implementó para su ejecución un razonamiento lógico el cual partió de lo particular a lo general y también de lo general a lo particular. En el mismo sentido se dispuso de un tipo de estudio descriptivo que permitió determinar las particularidades de la institución jurídica relacionada, armonizando los elementos que esta dispone y analizando las diferentes disposiciones normativas que se regulan.

Así mismo, se extrajo la información relevante de los textos jurídicos consultados y se consolidó en un mismo documento organizado según las instituciones jurídicas objeto de estudio.

Por su parte, se utilizó la técnica cualitativa de análisis documental para determinar el contenido del material consultado y así realizar un análisis adecuado que permitió responder la pregunta de investigación.

En relación con lo anterior, esta investigación se desarrolló dentro del marco del paradigma positivista, debido a que se centró en el estudio de las disposiciones normativas que regulan la agencia comercial de hecho en Colombia.

En este mismo sentido, el nivel de calificación de esta investigación se adscribió al aspecto normativo de la validez y la vigencia, debido a que se contrastaron las diferentes normas y pronunciamientos judiciales que regulan la agencia comercial de hecho y sus características diferenciales frente a la agencia comercial.

Finalmente, esta investigación fue de tipo dogmático, ya que partió del análisis de la jurisprudencia ya consolidada y existente referente a la institución jurídica prevista, para responder a la pregunta problema.

1. Agencia comercial de hecho

1.1. Agencia comercial

El término agencia comercial proviene etimológicamente del latín *agentia*, refiriéndose particularmente al encargo realizado a un tercero para que gestione o promueva asuntos ajenos a los propios desde una perspectiva empresarial (Peña Nossa, 2014).

En nuestro país el contrato de agencia comercial fue la respuesta de la legislación a un actuar propio y cotidiano de las relaciones mercantiles, las cuales buscaban solemnidades ante el eventual e incipiente crecimiento empresarial que se avizoraba en el auge económico de aquella época (Morales Arias, 1988).

Nuestro Código de Comercio definió el concepto de agencia comercial como la relación que:

Un comerciante asume en forma independiente y de manera estable el encargo de promover o explotar negocios en un determinado ramo y dentro de una zona prefijada en el territorio nacional, como representante o agente de un empresario nacional o extranjero o como fabricante o distribuidor de uno o varios productos del mismo. (Artículo 1317)

En sus inicios, Arrubla Paucar (1982), como fundante del análisis de este tipo contractual, indicó que:

(...) al momento de ubicar la figura en el actual código de comercio, se incurrió en un detalle sutil pero importantísimo. Dentro del Título XIII, que se refiere al mandato, se introdujo el Capítulo V que trata sobre la agencia mercantil. No obstante, en ninguna de las normas referentes a la agencia mercantil, se hizo alusión a que se trataba de una especie del mandato, ni en las del mandato se dijo que una de las especies suyas fuera la agencia, como si se hizo alusión directa en las otras especies del mandato, la comisión y la preposición, de su calidad de hijas del mandato. (p. 109)

Por su parte, Morales Arias (2012) define la ubicación del contrato de agencia comercial en el Código de Comercio enfatizando que “se establecen claras diferencias entre aquel y otras

convenciones afines, como el mandato, la comisión, la preposición o el suministro” (p. 40). No obstante, manifiesta de forma comparativa que en el derecho anglosajón “la agencia es tratada como un acto de intermediación en general, que eventualmente podría adoptar cualquiera de las formas jurídicas atrás mencionadas, e inclusive algunas otras” (p. 40).

En el mismo sentido, la Cámara de Comercio de Bogotá define el contrato de agencia comercial como aquel contrato por medio del cual una “persona natural o jurídica llamada empresario, encarga a otra persona denominada agente, para que promueva o explote sus productos o negocios en un determinado territorio”, agregando, como elementos esenciales de este tipo de relación contractual, la independencia y estabilidad (Cámara de Comercio de Bogotá (CCM), 2015, p. 1).

En cuanto a la configuración del contrato de agencia comercial, Mendieta Pineda (2006) expresa:

(...) en verdad, para que este contrato nazca a la vida jurídica no requiere observar formalidad especial. Su composición se puede dar de variadas formas, aun existiendo estipulación expresa en el sentido de no entender tales o cuales conductas como significativas de contrato de agencia comercial. (p. 2)

Así mismo, podemos encontrar cómo diversos autores han dado su opinión al concepto de la agencia comercial, indicando que una parte reconocida como agente mercantil resulta ser un comerciante autónomo, quien asume directamente la obligación de promocionar el negocio de quien lo contrata, para el presente caso el agenciado, y su acuerdo no implica un vínculo laboral, así uno de sus elementos sea la estabilidad (Gaviria Gil, 2016).

Para entender con mayor precisión la finalidad del contrato de agencia comercial, Salazar Lopera (2014) indica que:

(...) es importante recordar que la finalidad de la agencia radica en la explotación de zonas geográficas desconocidas para el empresario, a través de una persona natural o jurídica que conoce el giro ordinario del comercio en dicha franja del territorio. Por esta razón el empresario decide utilizar los servicios del agente para lograr el posicionamiento, promoción y explotación de su negocio. (párr. 7)

Lo anterior nos expresa una iniciativa de entendimiento respecto a porqué el contrato de agencia es uno de los contratos comerciales que permite su interpretación de forma amplia, incluso resulta por esto que su naturaleza jurídica puede terminar derivando en otro tipo de contratos comerciales, como el de mandato o distribución (Giraldo Bustamante, 2012).

Así mismo, podemos indicar que el contrato de agencia comercial busca como principio fundamental la independencia del agente frente al desarrollo de la actividad mercantil que busca implementar; esto, con la finalidad de apoyar la actividad propia que el agenciado desarrolla. Es una práctica comúnmente contratada por las grandes empresas, que impulsadas por su deseo de expansión contratan a un agente con la finalidad de llegar a zonas delimitadas en un territorio (Cuberos de las Casas, 2005).

1.2. Agencia comercial de hecho

Al respecto, el Código de Comercio, en su artículo 1331 opta por manifestar de forma restrictiva que “a la agencia de hecho se le aplicarán las normas del presente Capítulo”, comparando de forma genérica los conceptos entre agencia comercial y agencia comercial de hecho (Código de Comercio, artículo 1331).

Contrario a esto, la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) afirma que “es claro que en la agencia de hecho se excluye el elemento del encargo, debido a que no existe un acuerdo de voluntades, contractualmente hablando, encaminado a un fin determinado” (CCB, 2015, p. 18). Esto permite inferir un elemento diferenciador entre el contrato de agencia comercial y la conformación de un contrato de agencia comercial de hecho, enfatizando que la agencia comercial de hecho puede ser exigida como un contrato realidad, pues al cumplirse los elementos esenciales requeridos en el contrato de agencia comercial su connotación jurídica concluye que no es indispensable el acuerdo de voluntades para su exigencia y que, incluso, puede derivarse de otro tipo contractual (CCB, 2015).

En el mismo sentido, Jaime Arrubla (2015) expresa que:

Se define como una agencia comercial de hecho, un contrato de naturaleza mercantil en el cual, sin haberse presentado la declaración de voluntad de las partes encaminada a realizar

un encargo, de la una a la otra, para la conquista de un mercado, resulta, que por muchas circunstancias puede suceder que ese mercado resulte conquistado, favoreciendo al titular de los productos o sus arcas, a fuerza de los hechos. (p. 256)

Contrario a esto, Morales Arias (1988) considera que:

(...) la expresión "Agencia de Hecho" es impropia si se la compara con la figura de la "Sociedad de Hecho", puesto que en la agencia no hay solemnidades sustanciales para su constitución, ya que el contrato escrito y su registro, al tenor del art. 1320, miran principalmente a la delimitación de la responsabilidad del agente y del empresario ante terceros y entre sí. No obstante la impropiedad del término, la modalidad de la agencia de hecho tiene gran importancia práctica, pues su objeto es proteger el trabajo de una persona (agente) cuando en sus relaciones con un empresario se han dado los elementos del contrato de agencia comercial, sin que exista un convenio previo por escrito. (p. 44)

A propósito del término otorgado por la doctrina a la agencia comercial de hecho, Giraldo Bustamante (2012) indica que se podría concluir que su configuración se puede dar si existiendo un “acuerdo de voluntades, no dirigido a la celebración de un contrato de agencia mercantil, se deriva una situación de hecho, que no obstante, se presenta como tal, siempre y cuando se den los elementos esenciales de la agencia comercial” (p. 28).

1.3. Diferencia entre agencia comercial y agencia comercial de hecho

La CCB identifica la diferencia entre agencia comercial y agencia comercial de hecho, enfatizando que la configuración y naturalización contractual de la agencia comercial de hecho se sobrepone a la consensualidad de las partes, pues en este tipo contractual “se excluye el elemento del encargo, debido a que no existe un acuerdo de voluntades, contractualmente hablando, encaminado a un fin determinado” (CCB, 2015, párr. 7).

En el mismo sentido, Perdomo Córdoba manifiesta que: “Uno de los eventos más temidos por los empresarios que buscan incorporar sus productos o servicios al mercado es que, en el desarrollo de una relación de intermediación, esta pueda llegar a constituir una agencia de hecho”

(p. 5), en el entendido que, de configurarse tal institución, el pago de la cesantía comercial por parte del agenciado resulta ser cuantioso.

Por la misma senda, respecto a sus elementos esenciales, puede la agencia comercial trascender y desencadenar en varios contratos, el más común de ellos es el contrato de distribución. Al respecto, muchos autores enfatizan que la importancia para diferenciarlo radica en el análisis contractual que se debe hacer frente al vínculo inicial de las partes para determinar si el mismo hizo parte de un régimen de distribución o si, por el contrario, su esencia nace de la necesidad de un contrato de agencia (Talero Rueda, 2010).

Por su parte, Giraldo Bustamante (2012) afirma que:

En otras palabras, la agencia comercial de hecho es un acto que carece de elementos de prueba directa sobre el alcance del acuerdo de voluntades, pero que por reunir todos los elementos esenciales que la ley consagra para esa institución jurídica, produce, con toda fuerza vinculante, unos derechos y unas obligaciones específicas Inter partes. Es la aplicación del contrato realidad, referido a la agencia comercial. (p. 29)

En el mismo sentido, Torres Jiménez (2010) describe:

(...) por la naturaleza del encargo conferido por el empresario al agente mercantil, el elemento de la estabilidad se hacía necesario, por lo cual éste se adicionó a las características que debía adoptar la relación contractual, y fue por ello que la figura del comisionista dejó de ser la idónea para regular el encargo específico de promover y explotar, de manera estable, el bien del empresario en una zona geográfica diferente a la suya, para darle paso a la figura del agente mercantil. (p. 13)

Partiendo del concepto de independencia que se desprende de este contrato como uno de los elementos esenciales en su práctica, Isabel Cristina García (2011) indica además que “en el contrato de agencia comercial la labor de promoción y/o explotación de negocios que realiza el agente de manera independiente, estable y remunerada, la realiza por cuenta del agenciado” (p. 162).

Por su parte, Romero Barraza (2010) expresa que “la agencia comercial provoca que a su terminación imprevista sea particularmente costoso para las partes en particular para el agenciado”,

de allí que desarrolla tal situación como “el hecho de que en Colombia se haya adoptado una norma de carácter imperativo por vía de interpretación que regula el régimen de extinción del contrato de agencia” (p. 68).

A propósito de lo analizado y en el entendido de la complejidad contractual que propende el contrato de agencia comercial, Mauricio Velandia (2018) advierte que:

La Corte Suprema de Justicia reconoce que la agencia comercial puede convivir con otros contratos. De manera que, puede existir una agencia comercial nacida de contratos complejos o mixtos, como podría ser la compra para la reventa acompañada de agencia comercial para promover, en este caso se presenta compra para la reventa por parte del distribuidor y se le encarga a ese distribuidor labores de promoción, bajo formas de coligación o complejas o mixtas. (p. 65)

Lo anterior nos indica como la Corte ha sido enfática en afirmar que no es imprescindible que la agencia comercial tenga como esencia ser un contrato a término indefinido o de duración prolongada, pues lo que se pretende con determinar cláusulas de duración es evitar terminaciones intempestivas otorgando así estabilidad a la relación contractual para ambas partes, agente y agenciado Acosta Madiedo (2009).

Contrario a ello, Peña Ramírez (2015) considera que:

(...) puede afirmarse que las relaciones de agencia favorecen un escenario para que se abuse de los derechos. Encargar a una persona es crearle una facultad para que lleve a cabo los actos conducentes a cumplir con la gestión encomendada. Hasta este punto habrá relación de agencia y posiblemente el principal tenga que incurrir en costos de monitoreo respecto de la labor de su agente. (p. 9)

Sin embargo, no se puede dejar de enfatizar en que la agencia comercial conlleva consigo una parte importante o un plus en cuanto a los demás contratos de encargo que al respecto se encuentran regulados y es la indemnización reconocida al agente por parte del agenciado en caso de que se termine unilateralmente el contrato. Resulta ser una remuneración como incentivo de estabilidad y garantía a favor del agente (Camacho López, 2008).

A su vez, Carbajo Cascon (2011) indica que “el agente contribuye a la distribución de los productos o servicios del agenciado o principal sin asumir el riesgo de la operación” (p. 312), lo que implica un reconocimiento a la actuación por cuenta ajena y una independencia del agente sobre su agenciado, pues si bien existe un acuerdo de voluntades, ambos garantizan prestaciones diferentes en un contrato que por su naturaleza es bilateral.

1.4. Procedencia de la agencia comercial de hecho

Al respecto, Arrubla Paucar (2015) afirma que “se presenta una agencia de hecho cuando un comerciante sin haber recibido encargo para la conquista de un mercado para unos determinados productos o marcas emprende de forma autónoma la tarea de promocionarlos y acreditarlos, consiguiendo el fin propuesto” (p. 260).

En el mismo sentido, la CCB ha establecido que:

La agencia comercial de hecho se configura cuando un comerciante emprende de forma autónoma actividades de promoción, acreditación, explotación o distribución de un producto o servicio sin que haya mediado previamente el acuerdo de un encargo específico en aras de lograr la conquista del mercado. Entonces, es claro que en la agencia de hecho se excluye el elemento del encargo, debido a que no existe un acuerdo de voluntades, contractualmente hablando, encaminado a un fin determinado. (CCB, 2015, p. 18)

De acuerdo a esto, Arrubla Paucar (2015) establece, frente a la procedencia de la agencia comercial de hecho, la importancia de identificar los siguientes elementos esenciales para su constitución:

El primero, la ausencia de un encargo, debido a que no existe un contrato pactado al respecto. Segundo, un beneficio bilateral, tercero, una ausencia de representación por cuanto el agente actúa por sí mismo asumiendo su carga y riesgo y finalmente un criterio de independencia, por cuanto el agente no puede estar subordinado al agenciado ni su empresa controlada o imbricada. (p. 256)

Resulta pues relevante la no consensualidad de las partes para la procedencia y surgimiento del contrato de agencia comercial de hecho, o, que de haber existido tal consensualidad no quede

duda alguna que pruebe la existencia de otros contratos. No obstante, lo que resulta ser cierto en la relación contractual que da paso al nacimiento de este tipo de contratos, es el beneficio y lucro que representa la realización de los actos encargados al agente de hecho (Giraldo Bustamante, 2012).

2. Consideraciones de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia

Teniendo en cuenta los análisis expuestos por los diferentes doctrinantes, quienes de forma muy precisa han ilustrado lo relevante de los contratos de agencia comercial y agencia de hecho, resulta oportuno conocer lo enunciado al respecto por la Corte Suprema de Justicia en las jurisprudencias emitidas, considerando que ha sido dicha institución la que ha sentado un precedente al abarcar estos contratos desde una órbita comparativa que permite inferir el surgimiento de uno u otro en una relación contractual.

2.1. Respetto de la diferencia entre agencia comercial y agencia comercial de hecho

Desde sus inicios, la Corte Suprema de Justicia resaltó el reto que el empresario presentaba al querer expandir su mercado con la finalidad de llegar masivamente al consumidor, entendiendo que resultaría excesivamente oneroso abordar dicha pretensión mediante mecanismos propios de distribución, obligándose en sí a “ensanchar su nómina mediante un nutrido grupo de empleados destinados a satisfacer un mercado cada vez más globalizado” (Corte Suprema de Justicia, Sentencia No 2006-00535-01 de 27 de marzo de 2012). Por ello, fue necesario acudir a terceros que pudieran actuar como comerciantes autónomos para configurar verdaderos canales de comercialización, asumiendo el encargo de colaborar para que los bienes o servicios producidos por la empresa se vendieran en mercados nacionales o internacionales (Corte Suprema de Justicia, Sentencia No 2006-00535-01 de 27 de marzo de 2012).

De acuerdo a lo anterior, podemos inferir que fue este el surgimiento del contrato de agencia comercial. No obstante, es oportuno resaltar lo que reiteradamente la Corte Suprema de Justicia ha enfatizado al indicar que no son agentes aquellos intermediarios que actúan por cuenta y riesgo propio. De lo anterior no se infiere el hecho de que esta actividad se delimite a un espacio geográfico determinado, pues si bien su clasificación es más conexas a un tipo de contrato de suministro, lo que en parte puede dar mayor estabilidad a los empresarios que pretendan actuar bajo esta naturaleza contractual, su configuración propiamente dicha requiere la existencia de elementos esenciales (Corte Suprema de Justicia, Sentencia C 2498 de 2021).

A propósito de la diversidad de conceptos y en cumplimiento del análisis de un litigio derivado de una relación contractual frente a una posible configuración de agencia comercial, la Corte Suprema de Justicia dijo al respecto que este tipo de contratos, cuando se celebran verbalmente, se centran en la promoción y acreditación que el agente debe realizar frente a la marca, para el presente caso, del agenciado (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C-6315 de 2017).

En este sentido indica que incluso puede el contrato de agencia comercial confluir en su formación con el contrato de distribución, pues sus elementos esenciales, de promover y explotar un negocio, hacen parte de ambas naturalezas contractuales (Corte Suprema de Justicia, Sentencia C 5252 del 2021).

En esa misma línea, la Corte ha expresado que:

De tal manera que es imprescindible la demostración típica y clara del contrato de agencia pues siendo este autónomo, se repite, no puede entenderse probado con la simple demostración de otro de los contratos antes mencionados, porque éstos, como se dijo, no conllevan necesariamente la existencia de agencia comercial. (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 5683 del 2021)

Por su parte, la Corte Suprema de Justicia ha realizado aclaración respecto a la disyuntiva que se presenta entre la agencia comercial y el contrato de distribución. Al respecto, ha indicado sus diferencias en:

(...) (i) la venta de la mercadería ajena, hecha por el agente, se hace por cuenta del principal, apoyada en el mandato, mientras el distribuidor vende a nombre propio y por su cuenta y riesgo, facturándole al cliente y lucrándose con la diferencia; (ii) en punto a sus finalidades, el de agencia busca procurar al proponente un resultado derivado de la actuación del agente, en tanto la distribución halla por objeto que la producción llegue con mayor facilidad a distintos lugares, ampliando su clientela; (iii) la forma de actuación de los auxiliares independientes difiere por cuanto el agente no adquiere la propiedad de las mercaderías en cuya colocación interviene, cosa que sí acontece en la distribución (Corte Suprema de Justicia, Sentencia C 1121 del 2018)

Por lo anterior, la Corte Suprema de Justicia, en la sentencia SC049-2023 de 24 de marzo del 2023, estableció de forma puntual que los elementos esenciales del contrato de agencia son: “(i) encargo de promover o explotar negocios; (ii) independencia y estabilidad del agente; (iii) remuneración del agente; y (iv) actuación ‘por cuenta ajena’”.

En el mismo sentido, la Corte advierte que:

(...) la jurisprudencia y la doctrina han establecido como elementos principales y concurrentes para la configuración del contrato de agencia comercial, la autonomía del agente, su actividad orientada a promover o explotar negocios de otro empresario en determinado territorio, la estabilidad en el desempeño de la labor y la remuneración que puede revestir diferentes formas. En ese orden, la ausencia de uno o varios de los rasgos enunciados implica que la convención se transforme en una tipología negocial diferente (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil Sentencia C 2407 del 2020).

De igual modo y en el entendido de que el agente debe propender por su independencia, autonomía y estabilidad en su actuar, ha reiterado la Corte que de esto se colige la configuración de la agencia comercial (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil Sentencia AC 3013 del 2023).

Sobre el particular, la Corte Suprema de Justicia manifiesta respecto al elemento esencial de independencia del contrato de agente que “solo puede entenderse como agente (...) al comerciante que dirige su propia organización, sin subordinación o dependencia de otro”, agregando además que en el entendido propiamente dicho de su labor como agente “la exigencia de la estabilidad de la relación contractual, así como la independencia o autonomía del agente” implican que este debe desempeñar ciertas actividades que le permitan la expansión de los negocios del agenciado o la “reconquista” de los que este haya perdido (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 3645 del 2019).

No obstante, la preocupación continua del empresario frente a una configuración del contrato de agencia comercial recae en el reconocimiento de la cesantía comercial. Ésta se causa a favor del agente desde la conformación del contrato, en el entendido que, tal y como lo señala la Corte Suprema de Justicia en sentencia C 155 del 2023, en consonancia con lo ya establecido por

el Código de Comercio, su pago “equivale a la doceava parte del promedio de la comisión, regalía o utilidad recibida en los tres últimos años, por cada uno de vigencia del contrato”.

En el mismo sentido, encontramos que, partiendo de una responsabilidad jurídica cuya existencia y validez propenden por una relación bilateral consensuada, sucede diferente frente a la configuración de la indemnización equitativa, en donde su reconocimiento sí resulta efectivo siempre y cuando el empresario termine unilateralmente la relación contractual (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 5683 del 2021).

2.2. Respetto de la procedencia de la agencia comercial de hecho

Pese a que la agencia comercial de hecho ha sido regulada por el Código de Comercio y no se evidencia diferencia alguna con la agencia comercial, otras fuentes supletivas del derecho, como la jurisprudencia, han sido enfáticas en afirmar que la diferencia se halla representada en el acuerdo de voluntades de las partes, para el caso que nos ocupa, del agente y el agenciado.

No obstante, la Corte Suprema de Justicia ha afirmado que los presupuestos *sine qua non* de la agencia comercial tienen como finalidad la promoción y explotación del negocio del empresario por cuenta ajena, enfatizando que no es aceptable predicar la existencia de una agencia comercial, cualquiera que sea el nombre con que se especifique, si esta “no cumple plenamente los supuestos que la constituyen, aunque el acuerdo de voluntades no pueda localizarse en un punto preciso” (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 5252 del 2021).

Lo anterior ha quedado ratificado en las diferentes decisiones emitidas por la Corte Suprema de Justicia, que en la sentencia AC4718 del 2022 puntualizó que no puede creerse de forma inequívoca que cualquier tipo de contrato cuyo elemento esencial sea el encargo, desencadene en la ejecución del contrato de agencia de hecho (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia AC4718 del 2022).

Por esta misma senda, y en el análisis de un fallo abordado por la Sala Laboral, la Corte Suprema de Justicia recordó que es preciso afirmar que, según lo determinado por el artículo 824 del Código de Comercio, pueden los contratantes estipular su compromiso comercial de forma verbal motivando así el nacimiento de una agencia comercial de hecho “sin que ello significara que aquellos quedaban relevados de sus deberes y obligaciones comerciales o que fuera un

requisito *sine qua non* para su existencia la inscripción de la agencia ante la Cámara de Comercio” (Corte Suprema de Justicia, Sala Laboral, Sentencia L 1164 del 2022).

No obstante, en sentencia SC350 del 25 de septiembre de 2023, la Corte Suprema de Justicia enfatizó:

Cumple advertir que cuando el artículo 1331 del Código de Comercio dispone que «*a la agencia de hecho se le aplicaran las normas del presente capítulo*» [sic], no está instituyendo una presunción, sino remitiendo la regulación del agenciamiento de facto a los preceptos que rigen el contrato típico de agencia comercial, pues se contrae a hacer una remisión, sin entrar a disponer que de la prueba de un hecho ha de presumirse la de otro supuesto fáctico (Cursivas propias del texto).

Por lo anterior resulta factible argumentar que la procedencia de la agencia de hecho “pende de la prueba de los elementos esenciales del contrato de agencia comercial; subregla que está lejos de asimilarse a una presunción” (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 350 del 2023). Es más, es reiterativa la Corte al indicar que, contrario a esto, debe existir una carga probatoria esencial que demuestre sin dudas que efectivamente la relación jurídica establecida entre las partes sí predica ser una agencia comercial. (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia C 350 del 2023).

En consecuencia, es de gran relevancia económica para el empresario la constitución de una agencia de hecho en una relación jurídica que él mismo no aceptó, pues de probarse los elementos esenciales de la agencia comercial resultaría oneroso el valor que debe reconocer al agente como indemnización en la terminación del contrato:

En efecto, la prestación remuneratoria prevista en el inciso primero del artículo 1324 del Código de Comercio, según se precisó, es pertinente en todo caso y por cualquier causa de terminación del contrato de agencia. En cambio, la prestación indemnizatoria contemplada por el inciso segundo del precepto se origina sólo en la hipótesis de terminación unilateral e injustificada del contrato por el empresario, o con justa causa imputable a éste por el agente, y es una indemnización “*equitativa*” y “*retributiva*”. La prestación indemnizatoria conforme al sentido genuino de su expresión procura reparar un daño singular atribuible al agenciado, sin excluir otros perjuicios adicionales o suplementarios, considerando los

esfuerzos para acreditar la marca, línea de productos o servicios, la extensión, importancia y volumen de los negocios desarrollados, en cuyo caso, como reza el precepto, además de esta prestación estará obligado al pago de la otra (Corte Suprema de Justicia, Sala Civil, Expediente 11001-3103-032-2001-00847-01 del 2010). (Cursivas propias del texto)

3. Procedencia de la agencia comercial de hecho, según sentencias de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia en Colombia, entre los años 2017 a 2023

Dando continuidad a lo expresado por la Corte Suprema de Justicia respecto a las reglas y procedencia del contrato de agencia comercial de hecho, es relevante aclarar que más allá de lo que se pretenda establecer como surgimiento de una relación contractual, sea un tipo de contrato diferente al inicialmente pactado o la exigencia del cumplimiento de uno ya consolidado, es transcendental destacar que cualquiera de estos requiere de la prueba del cumplimiento de sus elementos esenciales, aquellos que sin su configuración generan que dicha relación no produzca efectos o decante en otro contrato diferente a lo estipulado por voluntad de las partes inicialmente.

Para el presente caso y como se ha expresado desde el inicio del artículo, se ha establecido de forma puntual cuáles son los elementos esenciales del contrato de agencia comercial, reiterando a su vez que para la configuración de la agencia de hecho, en un principio, el legislador no estipuló reglas diferentes. No obstante, al ser este incluido en el Código de Comercio de una forma ambigua, abrió las puertas para que la doctrina y la jurisprudencia analizaran profundamente su procedencia.

De lo anterior se colige que, para la procedencia del contrato de agencia comercial, elementos como el encargo, la independencia, la estabilidad y remuneración del agente y la actuación por cuenta ajena resultan ser esenciales para su configuración Corte Suprema de Justicia, sentencia SC049-2023 del 2023. Sin embargo, la dualidad radica en el nacimiento de una relación comercial sin cumplir con uno de estos elementos, lo que sin duda alguna desnaturaliza el contrato de agencia comercial e inicia su exigencia como un contrato de agencia de hecho.

En tal sentido y considerando lo enunciado por la norma, resultaría dable afirmar que sin el cumplimiento de los requisitos esenciales cualquier contrato puede degenerar en uno diferente. Para el caso que nos ocupa, tal y como ha sido expuesto por la doctrina y la jurisprudencia, en el contrato de agencia comercial la inexistencia del elemento esencial encargo da la apertura a la exigencia de la agencia de hecho, en la cual, si bien el agente cumple con los requisitos propios de la agencia mercantil, decide actuar voluntariamente sin que medie orden o mandato expreso por parte del agenciado.

Por lo anterior, podemos inferir que cuando se configura una agencia comercial de hecho esta última comporta la falta de voluntariedad de una de las partes, para este caso del agenciado, quien no pretende asumir los riesgos intrínsecos que comporta dicha relación. Ahora bien, no se puede minimizar la labor del agente, a quien es evidente se busca proteger en la configuración de esta relación contractual, pues al actuar de forma independiente pretende conquistar mercados que han resultado de difícil acceso para el agenciado en muchas ocasiones, entendiendo la magnitud de los competidores, quienes usualmente no permiten ni siquiera el ingreso a determinados territorios en razón a algunos monopolios preexistentes.

De allí que cuando un agente actúa por su cuenta y riesgo quita una carga difícil de sostener al agenciado, en tanto es precisamente esta la dificultad que incita a que el empresario agenciado busque a un agente y genere una relación contractual, la cual tiene como finalidad única comercializar sus productos con el fin de lograr un objetivo común. (Cuberos de las Casas, 2005).

No obstante, cuando la relación contractual resulta clara desde el inicio para las partes y sus intenciones son llevadas con objetividad en un contrato, no debe degenerar en la exigencia de un contrato realidad, diferente al inicialmente pactado. Por lo anterior y entendiendo las varias perspectivas jurídicas que implica el decantar de la agencia comercial de hecho como desnaturalización contractual de la agencia mercantil, encontramos que su dificultad de generarse son todos los costos que para el empresario agenciado implicaría, en este caso la cesantía comercial, que como se ha explicado se asemeja a una indemnización que recibe el agente por el trabajo realizado en la conquista de un mercado. Así las cosas, al igual que en la agencia comercial, en la agencia de hecho el agente es acreedor de la misma, puesto que realiza todas las actividades necesarias para obtenerlo.

En ese orden de ideas, es importante indicar que la agencia mercantil resulta ser una especie del género denominado mandato. No obstante, debemos centrar el análisis planteado desde la perspectiva y el entendimiento de que en la mayoría de los contratos comerciales el encargo es indispensable para decantar su naturaleza. Sin embargo, se ha reiterado de forma explícita que en este caso sería un requisito discutible.

Así mismo, encontramos que la gran diferencia a contratos semejantes, como el de distribución, es la remuneración. En el contrato de distribución la naturaleza aplicada como

remuneración no es la exigida en el contrato de agencia, pues en el contrato de distribución la ganancia se devenga en el margen de reventa, que resulta ser lo mismo que la adquisición del producto a menor valor para que de su venta se obtenga una ganancia mayor. Por su parte, en la agencia comercial existe una remuneración diferente que, sumada a la posible exigencia de la cesantía comercial y la indemnización equitativa, resulta ser onerosa para los agenciados.

Al respecto, ha indicado la Corte Suprema de Justicia, que:

El derecho a la prestación instituido en el inciso primero del artículo 1324 del Código de Comercio, es la de un derecho subjetivo de crédito, *estricto sensu* patrimonial, de contenido singular, particular y concreto, originado en la celebración y terminación del contrato de agencia comercial, independientemente de la causa de su extinción, sea de consumo, ya por vencimiento del término pactado para su duración, ora por revocación justificada o injustificada, bien por incumplimiento de una o ambas partes o por cualquier otro motivo legal (Corte Suprema de Justicia, Sala Civil, Expediente 11001-3103-032-2001-00847-01 del 2010) (Cursivas propias del texto).

Si bien es cierto que el contrato de agencia de hecho se encuentra tipificado en la norma mercantil, esto se diferencia a la regulación propia realizada en la misma norma en cuanto al contrato de agencia comercial habitual, porque, como hemos iterado, el agente no recibe un encargo del agenciado, sino que este realiza su labor de forma autónoma asumiendo riesgos, no del negocio propiamente dicho, sino de cumplir con la labor encomendada conquistando mercados de difícil apertura.

Es así como ha quedado totalmente claro que la presunción de la validación para exigir el cumplimiento ante una eventual conformación de un contrato de agencia de hecho no depende exclusivamente de que se haya encargado a una parte la conquista de un mercado. No obstante, la Corte Suprema de Justicia ha sido enfática al afirmar que no por esto su conformación es inmediata y presumible sin distinción o diferenciación, pues ha enmarcado su precedente en indicar que debe ser probable la existencia de los requisitos esenciales en la relación comercial para proceder a declararla.

Por lo anterior, resulta claro que, más que el hecho de existir o no el elemento esencial de encargo en la relación comercial disputada, es fundamental que se compruebe la existencia de los

demás requisitos esenciales del contrato de agencia que permitan probar que efectivamente existió una desnaturalización en el contrato inicialmente celebrado que permitió el nacimiento del ya mencionado o, en su defecto, la aplicación para el presente caso de un contrato realidad traducido en una agencia comercial de hecho.

La Corte Suprema de Justicia ha sido enfática al afirmar que no es suficiente la falta del elemento encargo para probar el nacimiento jurídico de un contrato de agencia de hecho. Véase que no se puede pretender la modificación de una relación contractual inicial a conveniencia de una de las partes generando con ello sobrecostos en el actuar propiamente dicho e inseguridad jurídica por la tergiversación contractual naciente (Corte Suprema de Justicia, Sentencia No 2006-00535-01 de 27 de marzo de 2012).

No obstante, y más allá de no existir el elemento encargo en la relación contractual deprecada, lo que se pretende endilgar es la transformación de un contrato que en sus inicios se estipuló con ciertos requerimientos y que estos mutaron de acuerdo a las necesidades y actuar de las partes, generando así el nacimiento a la vida jurídica de la agencia de hecho. De allí que muchos doctrinantes hayan comparado este surgimiento contractual como un contrato realidad al exigir su cumplimiento de acuerdo con el cambio surgido entre lo contratado y el actuar de las partes Giraldo Bustamante (2012).

Por su parte, no es factible indicar que la sola ausencia del encargo, como elemento esencial establecido, resultaría ser el hecho suficiente que da lugar a los supuestos que permiten invocar la procedencia de una agencia de hecho, pues su materialización solo es constitutiva si de forma irrefutable se demuestra la conformación de los demás elementos esenciales. Al respecto, la Corte Suprema de Justicia insiste:

Recuérdese que el Tribunal definió que la demandante no logró demostrar que la relación que sostuvo con la accionada hubiese sido de agencia comercial, en tanto que no comprobó su independencia corporativa frente a la última y, adicionalmente, que desarrolló de forma autónoma la labor de promoción que, supuestamente, adquirió en virtud del referido nexo, habida cuenta la acentuada injerencia que Dow Agrosiences de Colombia S.A. ejerció respecto de ella, apreciaciones fácticas que, independientemente de su acierto, condujeron a dicha Corporación a negar la concurrencia en el *sub lite* de los elementos esenciales de

esa tipología negocial y, por ende, a descartar que de tal clase hubiese sido el negocio desarrollado por las partes (Corte Suprema de Justicia, Sala Civil, Expediente 11001-31-03-010-2012-00367-01 del 2023) (Cursivas propias del texto).

De lo anterior se infiere que todos y cada uno de los elementos esenciales del contrato de agencia comercial propenden por la exigencia de un contrato de agencia de hecho, pues no resultaría viable el afirmar que, aun existiendo el encargo, se logre probar de forma objetiva la falta de otros elementos como lo es, *verbi gratia*, la independencia y autonomía del agente respecto a los negocios propios del empresario agenciado, pues de allí que su exigencia no sería óptima.

Por lo tanto, es dable indicar que la procedencia del contrato de agencia comercial de hecho, según la jurisprudencia emitida por el máximo órgano civil, no pende exclusivamente de la falta de acuerdo de voluntades entre las partes, o de la inexistencia del elemento encargo para determinar la procedencia del contrato de agencia comercial de hecho.

Conclusiones

La agencia comercial se definió como un contrato por medio del cual una persona llamada agenciado encarga a otro, llamado agente, la promoción y conquista de sus negocios en un determinado territorio. Así mismo, se estableció que el elemento diferenciador respecto al contrato de agencia de hecho es el encargo, pues en este tipo contractual el agente actúa sin existir un acuerdo de voluntades.

Sobre esta figura contractual, la Corte Suprema de Justicia ha considerado que la procedencia del contrato de agencia comercial de hecho no pende estrictamente de la inexistencia del elemento encargo, pues su configuración debe cumplir con la prueba fehaciente del cumplimiento de los demás requisitos, como lo son la independencia, estabilidad, remuneración y actuación por cuenta ajena por parte del agente.

En este sentido, esta investigación resulta necesaria para determinar de una forma clara cómo nace a la vida jurídica el contrato de agencia comercial de hecho sin la aceptación o el conocimiento por parte del agenciado, pues al no existir un requisito que es esencial para la configuración de la agencia comercial, su exigencia frente a una parte que no aceptó o conoció de su nacimiento puede causar inseguridad jurídica.

Partiendo de esto, nuevas investigaciones podrían analizar, de forma estricta, si el contrato de agencia comercial de hecho abrió la puerta a la desnaturalización contractual, no solo del contrato de agencia comercial en sí, sino de otros contratos como el de distribución.

Referencias

- Acosta Madiedo, C. D. (2009). La agencia comercial y su talón de Aquiles: la cesantía comercial. *Univ. Estud. Bogotá Colombia*, (6), 31-48.
<https://biblat.unam.mx/hevila/Universitasestudiantes/2009/no6/2.pdf>
- Arrubla Paucar, J. A. (1982). La agencia mercantil: Su ubicación en el mandato. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 102-110.
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/5570/5218>
- Arrubla Paucar, J. A. (2015). *Contratos Mercantiles. Contratos típicos*. Editorial Legis.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015, Diciembre). *Aspectos relativos al contrato de agencia comercial y sus principales diferencias con otros contratos comerciales*.
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/ff7a2e01-4b85-4d3f-a727-352fe090832f/content>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023, Enero). *Inscripción del contrato de agencia comercial, su modificación o cancelación*.
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/ff7a2e01-4b85-4d3f-a727-352fe090832f/content>
- Camacho López, M. E. (2008). El contrato de agencia comercial. *Revista e- Mercatoria*, 7(2), 1-82. <https://biblat.unam.mx/hevila/Emercatoria/2008/vol7/no2/2.pdf>
- Carbajo Cascon, F. (2011). La distribución comercial (I-2) aspectos contractuales. *Justitia*, 309-348. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5978965>
- Colombia. Congreso de la República. Decreto 410. (1971). Por el cual se expide el Código de Comercio.
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (2 de julio de 2010). Sentencia con expediente 11001-3103-032-2001-00847-01. [MP. <William Namén Vargas>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (27 de marzo de 2012). Sentencia con expediente 11001-3103-003-2006-00535-01. [MP. <Fernando Giraldo Gutiérrez>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (9 de mayo de 2017). Sentencia con expediente SC6315. [MP. <Margarita Cabello Blanco>]

-
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (18 de abril de 2018). Sentencia con expediente SC1121. [MP. <Luis Armando Tolosa Villabona>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (19 de diciembre de 2019). Sentencia con expediente SC5585. [MP. <Octavio Augusto Tejeiro Duque>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (9 de septiembre de 2019). Sentencia con expediente SC3645. [MP. <Luis Armando Tolosa Villabona>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (21 de julio de 2020). Sentencia con expediente SC2407. [MP. <Luis Alonso Rico Puerta>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (23 de junio de 2021). Sentencia con expediente SC2498. [MP. <Luis Armando Tolosa Villabona>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (26 de noviembre de 2021). Sentencia con expediente SC5252. [MP. <Octavio Augusto Tejeiro Duque>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (16 de diciembre de 2021). Sentencia con expediente SC5683. [M.P. <Octavio Augusto Tejeiro Duque>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (23 de noviembre de 2022). Sentencia con expediente AC4718. [MP. <Martha Patricia Guzmán Álvarez>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala Laboral. (6 de abril de 2022). Sentencia con expediente SL1164. [MP. <Jimena Isabel Godoy Fajardo>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (24 de marzo de 2023). Sentencia con expediente SC049. [MP. <Aroldo Wilson Quiroz Monsalvo>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (28 de junio de 2023). Sentencia con expediente SC155. [MP. <Martha Patricia Guzmán Álvarez>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (25 de septiembre de 2023). Sentencia con expediente SC350. [MP. <Martha Patricia Guzmán Álvarez>]
- Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil. (14 de noviembre de 2023). Sentencia con expediente AC3013. [MP. <Hilda González Neira>]

- Cuberos de las Casas, F. (2005). Agencia comercial: entre la comparación y la exégesis. *Revista de Derecho Privado*, (35), 1-33.
- García Velasco, I. C., (2011). El proteccionismo jurídico de la agencia comercial en Colombia frente a los tratados de integración económica. *Cuadernos de Administración*, (27), 15-168. <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225022711012.pdf>
- Gaviria Gil, J. A. (2016). Análisis del contrato de agencia bajo los fundamentos económicos de la teoría principal agente. *Foro Nueva Época*, (19), 142-185. <https://core.ac.uk/download/pdf/128984905.pdf>
- Giraldo Bustamante, C. J. (2012). La agencia comercial en el derecho colombiano. *Revista de Derecho Privado*, (47), 1-32. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360033218006>
- Mendieta Pineda, J. A. (2006). Distribución del riesgo en el contrato de agencia comercial. *Revista e - mercatoria*, (5), 1-25. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/2091>
- Morales Arias, L. G. (2012). *El contrato de agencia mercantil*. Columna del Progreso Colombiano. <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/35b03ee3-264a-4bbe-90b1-5dfa7e1d4022/content>
- Morales Arias, L. G. (1988). El contrato de agencia mercantil: análisis comparativo entre derecho colombiano y el derecho anglosajón. *Revista de Derecho Privado*, (4), 39-69.
- Peña Nossa, L. (2014). *De los contratos mercantiles: nacionales e internacionales*. Editorial Temis y Editorial Universidad Santo Tomás.
- Peña Ramírez, M. V. (2015). Gobierno corporativo, oportunismo y abuso del derecho en sociedades mercantiles. *Revista de Derecho Privado*, (54), 1-50. <https://www.redalyc.org/pdf/3600/360043572003.pdf>
- Perdomo Córdoba, F. A. (2020). *La configuración de una agencia de hecho en el contrato de franquicia: estructuración y mitigación de riesgos*. [Trabajo de grado de maestría, Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/2f50b8d4-0d30-4f68-9258-aa67ca1b331a/content>
- Romero Barraza, F. J. (2010). La cesantía comercial en la agencia mercantil. *Revista Jurídica CUC*, (6), 67-81. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5198795>

Salazar Lopera, L. M. (2014). Análisis de la pertinencia y adecuación del contrato de agencia comercial con relación al intercambio de bienes y servicios en el ámbito internacional. *EAFIT Journal of International Law*, (5), 45-62.

<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ejil/article/view/2467/2331>

Talero Rueda, S. (2010). La agencia comercial y los sistemas de distribución en el arbitraje internacional. *Revista de Derecho Privado*, (44), 1-27.

<https://www.redalyc.org/pdf/3600/360033193005.pdf>

Torres Jiménez, A. M. (2010). Inexistencia de la agencia mercantil en la comercialización de servicios públicos no domiciliarios de telecomunicaciones entregados en concesión por el estado. *Revista de Derecho Privado*, (43), 1-23.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/3ad1a672-183d-493d-b646-c6aac02e2b08/content>

Velandia, M. (2018). El contrato de agencia comercial bajo la óptica del marketing, la contabilidad y el derecho. *Revista e- Mercatoria*, (17), 64-90.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/6443>