

EL IMPACTO DE LA INFLACIÓN EN LOS CONTRATOS DE AGENCIA COMERCIAL



En los últimos meses estamos asistiendo a una espiral inflacionista como no se había registrado en los últimos 30-40 años y esta circunstancia afecta a un buen número de contratos vigentes.

En el caso de los agentes comerciales es excepcional que sus contratos contengan alguna cláusula relativa a la inflación. Esto parece normal porque, al fin y al cabo, la comisión que constituye la retribución del agente comercial suele consistir en un porcentaje sobre las ventas que concierte. En consecuencia, si aumenta la base por efecto de la inflación, la aplicación del porcentaje de comisión supone una actualización automática de la comisión. No obstante, la inflación sí puede impactar en otros aspectos de los contratos de agencia comercial.

Cuando se haya acordado que el agente tendrá derecho a unos ingresos mínimos y se pacta una fórmula de retribución híbrida, con una remuneración en parte fija y en parte variable, la parte fija sufrirá una desvalorización en perjuicio del agente si no existe ninguna previsión para su actualización. Por el contrario, la falta de previsión de los efectos de la inflación en el contrato puede favorecer al agente y perjudicar al empresario en lo relativo al cumplimiento de objetivos de venta, si se han fijado en el contrato, si no existe una previsión contractual para su revisión. Una tasa de inflación significativa acumulada durante varios años supone en la práctica una reducción sustancial de los objetivos de venta. Si, por otra parte, el contrato vincula la consecución de unos objetivos de venta con la duración del contrato o su prórroga o bien el mantenimiento de la exclusividad del agente en el territorio, es evidente que la inflación puede afectar significativamente al equilibrio contractual previsto al inicio del contrato.

Otro aspecto del contrato de agencia en el que la inflación puede incidir significativamente es en el cálculo de la indemnización por clientela cuando por ley el agente tiene derecho a la

misma con motivo de la terminación del contrato. El cálculo de la indemnización, que depende de una negociación entre las partes, tiene fijado un tope legal (no puede exceder del importe medio anual de las remuneraciones percibidas por el agente durante los últimos cinco años o, durante todo el período de duración del contrato, si éste fuese inferior) y este cálculo puede verse alterado por la depreciación del importe de las comisiones percibidas en los años anteriores, previos al actual contexto de inflación, y así rebajar el valor de la media. No obstante, el artículo 28 de la Ley del contrato de agencia permite que el agente traiga a colación “las demás circunstancias que concurran”, pudiendo ser la inflación una de ellas.

Visto lo anterior, para el empresario es importante revisar si sus contratos de agencia comercial (y por extensión y de forma análoga, sus contratos de distribución) le dan suficiente flexibilidad en un contexto inflacionista como para actualizar los objetivos de ventas convenidos con el agente y verificar las posibles consecuencias contractuales si el contrato contiene provisiones que vinculen la exclusividad y continuidad del agente en función de la consecución de los objetivos de ventas prefijados.