

## L'IMPACTE DE LA INFLACIÓ EN ELS CONTRACTES D'AGÈNCIA COMERCIAL



En els últims mesos estem assistint a una espiral inflacionista com no s'havia registrat en els darrers 30-40 anys i aquesta circumstància afecta a un bon nombre de contractes vigents.

En el cas dels agents comercials és excepcional que els seus contractes continguin alguna clàusula relativa a la inflació. Això sembla normal perquè, al cap i a la fi, la comissió que constitueix la retribució de l'agent comercial sol consistir en un percentatge sobre les vendes que concerta. Si augmenta la base per efecte de la inflació, l'aplicació del percentatge de comissió suposa una actualització automàtica de la comissió a cobrar. No obstant això, la inflació sí que pot impactar en altres aspectes dels contractes d'agència comercial.

Quan s'hagi acordat que l'agent tindrà dret a uns ingressos mínims i es pacta una fórmula de retribució híbrida, amb una remuneració en part fixa i en part variable, la part fixa patirà una desvaloració en perjudici de l'agent si no existeix cap previsió per a la seva actualització. Per contra, la falta de previsió dels efectes de la inflació en el contracte pot afavorir a l'agent i perjudicar l'empresari en relació al compliment d'objectius de venda, si s'han fixat en el contracte, si no existeix una previsió contractual per a la seva revisió. Una taxa d'inflació significativa acumulada durant diversos anys suposa a la pràctica una reducció substancial dels objectius de venda. Si, d'altra banda, el contracte vincula la consecució d'uns objectius de venda amb la durada del contracte o la seva pròrroga o bé el manteniment de l'exclusivitat de l'agent en el territori, és evident que la inflació pot afectar significativament l'equilibri contractual previst a l'inici del contracte.

Un altre aspecte del contracte d'agència en el qual la inflació pot incidir significativament és en el càlcul de la indemnització per clientela quan per llei l'agent hi té dret amb motiu de la finalització del contracte. El càlcul de la indemnització, que depèn d'una negociació entre les parts, té fixat un topall legal (no pot excedir de l'import mitjà anual de les remuneracions percebudes per l'agent durant els últims cinc anys o, durant tot el període de durada del contracte, si aquest fos inferior) i aquest càlcul pot veure's alterat per la depreciació de l'import de les comissions percebudes en els anys anteriors, previs a l'actual context d'inflació, i així rebaixar el valor de la mitjana. No obstant això, l'article 28 de la Llei del contracte d'agència permet que l'agent al·legui "les altres circumstàncies que concorrin", podent ser la inflació una d'elles.

Segons el que hem pogut observar anteriorment, per a l'empresari és important revisar si els seus contractes d'agència comercial (i per extensió i de manera anàloga, els seus contractes de distribució) li donen suficient flexibilitat en un context inflacionista per tal d'actualitzar els objectius de vendes convinguts amb l'agent i verificar les possibles conseqüències contractuals si el contracte conté previsions que vinculin l'exclusivitat i continuïtat de l'agent en funció de la consecució dels objectius de vendes prefixats.