

Afi Informe Semanal

Nº 500

Los contratos de agencia y de distribución



La internacionalización supone un gran reto empresarial que requiere, antes que nada, constatar el grado de conocimiento sobre el mercado de destino. De esta forma, contar con la colaboración de socios comerciales que conozcan de primera mano el mercado objetivo y, sobre todo, que gocen de una red de contactos en destino, son factores que facilitan enormemente el acceso a un nuevo mercado. Frente a estas necesidades, los contratos de distribución y agencia se presentan como dos modalidades contractuales adecuadas para hacer efectivo el proceso de expansión internacional.

Una de las restricciones con las que habitualmente se encuentran muchas empresas que desean expandir su actividad internacionalmente es el desconocimiento de los mercados exteriores. En este sentido, las modalidades de exportación directa (venta directa al cliente, venta directa a grandes detallistas y venta a través de internet en mercados exteriores) se plantean como una alternativa más arriesgada que las de exportación indirecta (contratos de agencia, contratos de distribución y servicios de compañías de *trading*) debido a que, en el primer caso, toda la responsabilidad que nace de la operación internacional recae sobre la empresa exportadora, mientras que las modalidades de exportación indirecta permiten contar con el respaldo de un socio local, asentado y buen conocedor de las características del mercado de destino.

En la exportación directa, la empresa exportadora opera en el mercado extranjero por cuenta propia, por lo que tiene que hacer frente por sí misma a la tarea de localizar clientes potenciales, realizar investigaciones de mercados, asegurar la calidad del servicios, fidelizar al cliente, promocionar el producto, ofrecer servicios preventa y postventa, etc. Las modalidades de exportación indirecta, sin embargo, ofrecen a la empresa exportadora la posibilidad de compartir riesgos con un socio local, que actúa como intermediario encargándose de gestionar en función de la concreta modalidad contractual, las distintas fases que lleva aparejada una operación internacional.

Dentro de las modalidades de exportación indirecta, las más utilizadas por las empresas son los contratos de agencia y de distribución.

El contrato de agencia

El contrato de agencia se define por el artículo 1 de la Ley 12/1992, de 27 mayo, sobre contrato de agencia como el contrato a través del cual «una persona natural o jurídica, denominada agente, se obliga frente a otra de manera continuada o estable a cambio de una remuneración, a promover actos u operaciones de comercio por cuenta ajena, o a promoverlos y concluirlos por cuenta y en nombre ajenos, como intermediario independiente, sin asumir, salvo pacto en contrario, el riesgo y ventura de tales operaciones».

Por tanto, en los contratos de agencia el agente se compromete a promover la comercialización del producto importado a cambio de una de una cantidad fija o una

comisión por las ventas que realice, previamente pactada. Dicho agente es un empresario independiente asentado de forma estable en el país de interés, un hecho que facilita enormemente la comercialización de los productos de la empresa exportadora además de minimizar los riesgos jurídicos, técnicos, de impago, culturales y lingüísticos.

Junto a su principal función, que es la de promover la comercialización del producto en su mercado local, el agente comercial tiene como principales obligaciones las siguientes:

- Comunicar al empresario toda la información de que disponga para la buena gestión de los actos, sobre todo en lo que se refiere a la solvencia de los terceros con los que existan operaciones pendientes de conclusión o ejecución.
- Desarrollar su actividad siguiendo las instrucciones recibidas del empresario, siempre que no afecten a su independencia.
- Recibir en nombre del empresario cualquier clase de reclamaciones de terceros sobre defectos o vicios de calidad o cantidad de los bienes vendidos y de los servicios prestados como consecuencia de las operaciones promovidas, aunque no las hubiera concluido.
- Llevar una contabilidad independiente de los actos u operaciones relativos a cada empresario por cuya cuenta actúe.

El mandante, por su parte, tiene como obligación:

- Poner a disposición del agente los muestrarios, catálogos, tarifas y demás documentos necesarios para el ejercicio de su actividad profesional.
- Procurar al agente todas las informaciones necesarias para la ejecución del contrato de agencia y, en particular, advertirle desde que tenga noticia de ello cuando prevea que el volumen de los actos u operaciones va a ser sensiblemente inferior al que el agente hubiera podido esperar.
- Comunicar al agente con la mayor brevedad posible la aceptación o el rechazo de la operación comunicada
- Asumir los riesgos de todas las operaciones pactadas, salvo pacto en contrario.
- Satisfacer la remuneración pactada.

El contrato de distribución

El contrato de distribución, por su parte, aunque carece de regulación específica y, por tanto, de definición legal, se puede definir como aquel a través del cual el distribuidor

pone a disposición de un proveedor su establecimiento para comercializar de forma estable o duradera, en régimen de exclusividad y bajo directrices y supervisión de éste, los bienes que fabrica y/o comercializa en un área geográfica determinada.

En este caso la remuneración del distribuidor se basa en la diferencia entre el precio de compra y de venta porque en este caso el distribuidor adquiere en firme los productos exportados para, posteriormente, comercializarlos por su cuenta. El agente, sin embargo, no adquiere las mercancías sino que sus funciones se limitan a intermediar en operaciones de comercio internacional por cuenta de otros.

Por tanto, en este caso las obligaciones del concedente se limitan a entregar, en lugar y tiempo pactados, las mercancías al distribuidor. El distribuidor, por su parte, tiene como función comercializar los productos importados a unas condiciones y precio previamente pactados.

Teniendo en cuenta todas estas características, podemos decir que la principal diferencia entre un contrato y otro es que, en el caso del contrato de agencia se gestionan intereses ajenos, lo que exime al agente de asumir los riesgos de la operación, salvo que se haya pactado lo contrario. En el contrato de distribución, el distribuidor gestiona sus propios intereses, asumiendo el riesgo de la comercialización de los productos que previamente ha adquirido del concedente.

Dadas estas características, una u otra modalidad contractual es más adecuada para una u otra compañía dependiendo del nivel de servicios que la empresa exportadora requiera en el mercado de destino, siendo el contrato de distribución la opción más adecuada para las empresas que estén interesadas en vender al detalle o con un servicio postventa. Cuanto mayor sean las necesidades de almacenamiento, mantenimiento, reposición y/o postventa, será preferible el contrato de distribución porque el agente no tiene capacidad para gestionar la operativa de comercio exterior debido a que su tarea principal está limitada a tantear el mercado y ver qué posibilidades ofrece. El distribuidor, sin embargo, extiende sus funciones a la comercialización por cuenta propia de los productos comprados al concedente, por lo que tiene medios suficientes para para realizar cada fase de exportación.