

CONTRACTE D' AGÈNCIA COMERCIAL

Definició

- L'agent (persona física o jurídica)
- L'agent comercial com a intermediari independent

- Diferències amb el representant (estatut d'empleat):
 - VRP francesos (*Voyageur, représentant, placier*)
 - *Représentants de commerce* belgues

Alguns tipus de productes on pot ser recomanable utilitzar un Agent Comercial

- Productes Industrials (generalment d'alt valor unitari)
- Productes destinats a Minoristes importants i Cadenes
- Altres tipus de productes

La utilització d'un Agent Comercial per entrar a un mercat Situacions que poden plantejar-se

- (1) Necessària per vendre
- (2) Acceptada / rebutjada per la clientela potencial

Etapes en la contractació d'un Agent Comercial

- 1^a Esbrinar la regulació del contracte en el país de l'agent
- 2^a Definir el perfil ideal de l'agent
- 3^a Buscar el millor agent possible
- 4^a Seleccionar l'agent i negociar les condicions de col.laboració
- 5^a Donar suport i motivar
- 6^a Fer-ne un seguiment i controlar

1^a ETAPA

Regulació del contracte en el país de l'Agent

Normes imperatives

(Discriminació positiva a favor de l'agent)

Fonts d'informació en el país de l'agent

- Oficina Comercial d'Espanya
- CPN del COPCA
- Advocat comercial local

Directiva CE 86/653 ja transformada en dret intern en els Estats membre UE

- Comissió completa (no reduïda) en els casos següents:
 - (a) en comandes regulars o directes de clients aconseguits per l'agent
 - (b) en totes les operacions de venda quan l'agent té exclusivitat *territorial* o en *un sector de mercat*

- Període mínim de preavis per donar per acabat un contracte de durada indefinida

- Dret de l'Agent a rebre indemnització o compensació quan expira el contracte d'agència (o per altres raons)

- Obligació de pagar a l'agent la comissió pactada, en el casos següents:
 - (a) el Mandant decideix anul·lar la comanda i no embarcar-la
 - (b) el client no paga la factura de venda

sempre que els fets mencionats siguin conseqüència d'una culpa atribuïble al Mandant.

- Dret a comissió sobre les operacions comercials tancades després del cessament del contracte, durant un període *raonable*
- Pacte de no competència després del cessament del contracte:
 - ha de limitar-se al sector i als productes objecte del contracte
 - no pot ser superior a dos anys
 - ha de fer-se per escrit

<p>Altres normes imperatives (a molts països, inclosa la UE)</p>
--

- Que el contracte d'agència s'hagi de regular per la llei del país on l'agent desenvolupa la seva activitat i que tot litigi s'hagi de sotmetre als Tribunals del domicili de l'agent.
- Que l'agent tingui dret a presentar una demanda davant del Tribunal del seu domicili, encara que les disposicions del contracte d'agència signat amb el Mandant diguin que les dues parts se sotmeten als Tribunals del país del mandant o a un Tribunal d'Arbitratge (*Long arm statute*, a molts estats dels EE.UU.)

2ª ETAPA

Definir el perfil ideal de l'agent comercial

Exemple d'alguns dels requisits que ha de reunir (fer una *check list*)

- 1 Capacitat tècnica i comercial
- 2 Compromís de vendes
- 3 Coneixement profund dels clients i capacitat de satisfer les seves necessitats
- 4 Professionalitat
- 5 Tenir contactes importants en el sector / segment
- 6 Representar productes complementaris
- 7 No representar productes que competeixen amb els nostres
- 8 Tenir èxit
- 9 Ser l'agent adequat per a la nostra envergadura
- 10 Altres (particulars del nostre cas)

3^a ETAPA

Buscar el millor agent comercial possible

Algunes fonts d'Informació / punts de trobada

En el nostre país

- Els nostres arxius històrics
- Associacions de Fabricants / Exportadors
- Fabricants de productes complementaris
- Cambres de Comerç
- Bancs (mitjançant xarxa exterior o corresponsals)

En el país objectiu

- Ofcomes (Oficines Comercials): llistats disponibles / anunci en Butlletí
- Centres de Promoció de Negocis (COPCA): accions de recerca
- Cambres de Comerç locals o espanyoles: anunci en Butlletí
- Associacions o col·legis professionals d'Agents Comercials (p.e. *www.iucab.nl*)
 - Anunci en Butlletí
 - Transmissió interna de la nostra demanda als membres
 - Pla de recerca
 - Facilitació de llistats
- Anuaris / Directoris (p.e. "Manufacturers' Agents National Association, EE.UU)
- Clients clau
- Empreses de selecció de personal (publiquen anuncis en premsa)

- Consultors especialitzats
- Anunci al Tauló d'anuncis d'una Fira (indicant-hi el nº del mòbil)
- Internet (pàgines grogues i moltes altres webs)
- Contactar agents de la competència

Punts de trobada

- Fires i Salons (mercat interior i exteriors)

Treballar amb agents: avantatges i inconvenients

Avantatges

- Normalment l'agent representa productes complementaris en el mateix sector
- Entrada potencial al mercat immediata o a mig termini
- Cost d'introducció baix/mitjà
- Cost d'inversió nul o negligible
- Contacte directe amb els clients (després d'un període inicial)

Inconvenients

- L'agent pot no dedicar temps /esforços als nostres productes
- De vegades *Feed back* limitat sobre la situació del mercat (si no s'hi està al damunt de l'agent)

-Si la xifra de vendes és molt elevada, les comissions potser seran desproporcionades respecte d'altres alternatives de venda (oficina de representació pròpia del mandant o simplement venda directa)

Alguns tòpics sobre els agents

- 1 Els agents no venen ni fan prospecció, es limiten a recollir comandes
- 2 Als agents només els interessa la venda fàcil, ràpida i rendible
- 3 Els agents no promocionen nous productes
- 4 Els agents no són lleials

- 5 Els agents no volen fer activitats diferents de la venda (informes, anàlisis de mercat i de la competència, tendències, etc.)

Algunes coses certes sobre els agents

- 1^a Els agents són difícils de controlar (no són els nostres subordinats, no accepten el control pel control, la seva funció no és presentar informes per escrit)
- 2^a Els agents no acostumen a dominar la comunicació escrita
- 3^a Els agents no respondran si consideren massa burocràtiques les nostres peticions
- 4^a Els agents només són bons en el seu camp habitual d'actuació
- 5^a De vegades el personal d'una agència comercial no és bó
- 6^a Un agent puede ser pressionat per un altre fabricant perquè deixi la nostra representació

- 7^a Els agents poden perdre interès a vendre els nostres productes sense dir-ho expressament
- 8^a Treballar amb agents és sovint complicat i s'ha de saber fer
- 9^a A partir de certa edat (quan s'acosta la jubilació) hi ha el risc que l'agent perdi interès en el negoci i baixi la seva activitat

QUÈ ESPERA L'AGENT DE NOSALTRES

- El nostre suport sense reserva
- Comunicació clara, concisa i completa
- Que canalitzem els nostres contactes amb la clientela a través d'ell (coordinant-ne les accions)

- Una avaluació global sobre els seus resultats
- Que fem marketing (ell farà les vendes)
- Respostes ràpides
- Que fem honor a les nostres promeses
- Que acceptem les seves crítiques professionals
- Que fem accions de millora quan es detecti un punt feble

Equivocacions i plantejaments erronis per part dels Mandants i dels Agents

Per part dels Mandants

- No disposar d'un model de Contracte propi
- Acord *Kiss and run*
- Pensar que l'Agent se n'ha d'ocupar de tot
- No fer seguiment (control) de les obligacions de l'Agent ni motivar-lo
- Contractar agents que ja representin moltes empreses
- Contractar agents que representin empreses més grans o més importants que la nostra

Per part dels Agents

- Agafar més representades de les que poden dur
- Estar més interessats en obtenir comissions ràpides que en un creixement de les vendes a mig termini
- Relaxar-se i no visitar els clients quan *“les comandes ja surten soles”*

4^a ETAPA

Seleccionar l'Agent i negociar les condicions de col.laboració

Cronologia dels contactes

1^a Comunicació: Correu / fax / telèfon / e-mail

- (a) Precisar els nostres objectius en el mercat (indicant si ja hi estem presents d'alguna manera) què esperem de l'agent i quina comissió orientativa tenim prevista
- (b) Facilitar informació general sobre la nostra empresa, productes, canals de venda i mercats on estem presents
- (c) Precisar quina informació desitgem rebre de l'agent (adjuntar un format estàndar)

Demanar resposta abans de 15 dies màx

2ª Comunicació: Escrita o entrevista

- Informació completa sobre la nostra empresa
 - productes, canals de venda i mercats
 - referències comercials, tècniques i financeres
- Accions de promoció i suport que pensem realitzar (catàlegs específics, Fires, videos, etc.)

En cas d' entrevista (amb eventual visita al mercat)

- Verificar interessos convergents
- Tenir en compte la relació de forces entre la empresa i l'agent
- Negociar eventualment les condicions de col.laboració

Aspectes a negociar / Clàusules habituals del Contracte

- (1) Parts contractants
- (2) Manifestacions i objectiu del contracte
- (3) Productes
- (4) Territori
- (5) Segments de mercat :clientela potencial
- (6) Exclusions: clients anteriors o grans clients
- (7) Durada del contracte: temporal / indeterminat
- (8) Exclusiva: sobre clients aconseguits / sobre territori

(9) No-competència

(10) Confidencialitat

(11) Autoritat de l'Agent (negociar o negociar + tancar vendes)

(12) Obligacions del Mandant

(13) Funcions i obligacions de l'Agent

(14) Forma de retribució de l'Agent: anàlisi de les diferents variants possibles

- comissió (plana o per franges)

- retribució fixa

- retribució mixta (comissió + part fixa). Fix a fons perdut / a compte comissions

- cobertura de certes despeses

(15) Objectius de venda / Xifres mínimes garantides

- (16) Indemnització / compensació al final del contracte: import i abast
Comandes entrades després de l'expiració del contracte
- (17) Pacte de No-competència al final del contracte (voluntari)
- (18) Causes de rescissió del contracte (acabament immediat)
- (19) Prohibició de cedir el contracte a tercers
- (20) Llei Aplicable / Jurisdicció (Tribunals competents): alternatives

Punts especials

- Agent exclusiu / no exclusiu
- Sole agent*
- Agent Del Credere

-Agent amb stock en consignació per servei a clients

5^a ETAPA
Donar suport i motivar

Aspectes previs:
L'empresa ha de saber guanyar-se un respecte

-Comunicació: catàlegs adequats

-Imatge: models de contractes propis (comporten serietat i professionalitat)

Motivació i estimulació de l'agent: Necessitat de motivar

- Explicar-li a fons què és l'empresa i quins són els seus objectius
- Preparar-li un *Training Program* sobre els n/ productes
- Fer intervenir activament l'Agent en el disseny del n/. Pla de Marketing per al mercat objectiu (incorporant-hi els seus suggeriments i les seves recomanacions)
- Facilitar-li informació i documentació permanentement actualitzada
- Tenir-hi una comunicació permanent
- Fer visites regulars al mercat
- Informar-lo regularment dels embarcaments efectuats

- Informar-lo de l'estat de les seves comissions i pagar-les puntualment
- Viatges de cap de setmana al nostre país (premi per excel.lir en vendes)
- Suport a les accions de l'agent:
 - catàlegs, documentació i mostres
 - representativitat davant els clients
 - notificació i coordinació de visites a clients
 - rapidesa de resposta
 - interès per la seva problemàtica
 - política de remuneració en fase inicial del contracte i en el seu desenvolupament

6^a ETAPA

Fer-ne un seguiment i controlar

Control sobre els Agents

- Requisit general: l'empresa no se'n pot desentendre del mercat
- Definició de les funcions i obligacions de l'agent
- Contracte temporal / a temps indeterminat (anàlisi de les dues alternatives des de la perspectiva de la seva utilitat per a l'empresa)
- Compromís sobre Objectius de Venda / Xifres mínimes garantides de Venda

-L'exclusiva (concedida a l'agent) com a contrapartida de la No-competència

Perquè l'agent no aconsegueix bons resultats?
(algunes possibles raons)

- 1^a No hem seleccionat l'agent adequat
- 2^a Els n/. productes no són complementaris dels que porta
- 3^a L'agent treballa en el nostre sector però no en el n/ segment de mercat
- 4^a No li hem preparat un *Training Program* del n/ producte
- 5^a Canvi d'objectius: nostres i /o de l'agent
- 6^a Les comissions són baixes
- 7^a No donem a l'agent el suport necessari i es desmotiva

8^a Representem per a l'agent una xifra de negocis poc atractiva