



Na Mídia

29/08/2022 | [Diário do Comércio](#)

Veja pontos que devem constar no contrato entre lojista e fornecedor

Lojistas devem evitar imposições para a aquisição de produtos e cláusula de exclusividade, além de saber quais são as penalidades em caso de inadimplência, de acordo com advogados

Fátima Fernandes

O segundo semestre é, tradicionalmente, um período em que as negociações entre a indústria e o comércio são mais intensas, já de olho nas vendas do final do ano.

É o momento de escolher produtos, determinar volumes e buscar fornecedores.

Em ano de eleição e Copa do Mundo, abre-se ainda a temporada para o comércio de produtos sazonais, como camisetas, bonés, bandeiras e artigos dos mais variados alusivos aos eventos.

Ninguém quer ficar sem produtos para datas como Dia da Criança, Black Friday, Copa do Mundo, Natal, mesmo com a economia patinando e com desarranjos em cadeias produtivas.

A relação de compra e venda entre lojistas e fornecedores, muitas vezes, não envolve contratos. O negócio é feito verbalmente, por e-mail e até por WhatsApp.

Para que as partes estejam protegidas, Maria Helena Bragaglia, sócia do Demarest, e Daniel Cerveira, consultor jurídico do Sindilojas-SP, citam pontos que devem estar em contrato.

CONHECER O FORNECEDOR

Antes de escolher um fornecedor, os lojistas precisam conhecê-lo, identificar as práticas que adotam para a produção de mercadorias que serão comercializadas em suas lojas.

Não é tão incomum, no caso do setor têxtil, ver a prática de trabalho análogo ao de escravo, muitas vezes com mão-de-obra formada por imigrantes de países vizinhos.

“A pesquisa sobre os fornecedores é muito importante, até para que a relação comercial entre as partes seja saudável”, diz Maria Helena.

“Além da questão trabalhista, no caso de produção terceirizada, é bom analisar as origens das matérias-primas utilizadas, se estão de bem com o meio ambiente”, afirma Cerveira.

EVITAR IMPOSIÇÕES

Em caso de produtos sazonais, contratos são importantes para que os lojistas não sejam obrigados a comprar itens que sabem que não vão vender.

“Alguns fornecedores precisam atingir metas, e acabam empurrando ‘goela abaixo’ produtos que podem morrer no estoque”, diz Maria Helena.

Esta é uma atitude, de acordo com ela, contrária às boas práticas mercadológicas. Portanto, é bom que esteja estabelecida em contrato a devolução de volumes não vendidos.

CORTAR PREÇOS

É comum, especialmente no setor de alimentos, comerciantes reduzirem os preços de produtos que estão prestes a vencer, inclusive para a venda em aplicativos próprios para isso.

“Dependendo do contrato, o fornecedor não permite essa prática. Se estabelecida previamente em contrato, os lojistas podem evitar prejuízos”, diz a sócia do Demarest.

CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDADE

Se um fornecedor, por algum motivo, não consegue entregar produtos no prazo combinado, o lojista tem de ter a opção de procurar por outro, para não perder receita.

“Para evitar essas discussões, é sempre bom não colocar todos os ovos na mesma cesta”, afirma Maria Helena.

Sem cláusula de exclusividade, de acordo com ela, o lojista também fica livre de eventuais imposições comerciais. “É preciso avaliar o custo-benefício de comprar com exclusividade.”

FLUXO DE ENTREGA E PREÇOS

Contrato também é importante para estabelecer volumes, prazos de entrega e variações de preços, especialmente em períodos de pressão inflacionária.

“Se um pequeno comerciante fica sem produto, ele morre. É preciso garantir um fluxo mínimo de entrega e preço”, afirma ela.

Geralmente, diz Cerveira, os lojistas têm prazo de até 90 dias para pagar pelas mercadorias. É importante que essas condições estejam definidas até para evitar que o caso vá para a Justiça.

“Se um comerciante faz uma compra para o Natal e não recebe as mercadorias a tempo, como fica? Quem paga o frete, os produtos podem ser devolvidos?”, diz ele.

CUIDADO COM OS ‘ACEITES’

Em conversas por e-mail ou WhatsApp, muitos contratos entre fornecedores e lojistas são enviados por esses canais de comunicação para aprovação de forma virtual.

“É preciso ficar atento a todos os itens, pois o ‘aceite’ feito pelo computador ou pelo celular vai valer como contrato assinado em papel”, diz Cerveira.

Dependendo da complexidade de uma relação comercial, o consultor jurídico do Sindilojas-SP entende que contratos em papel são a melhor forma de proteger ambas as partes.

Se uma confecção não entrega para a loja as peças na data combinada, por exemplo, questiona ele, é possível cancelar a compra? Tem de ser possível.

CONSIGNAÇÃO

Há muitos negócios realizados entre fornecedor e lojista no modelo de consignação. Isto é, a remuneração do fornecedor é feita somente após a venda da mercadoria.

Esta modalidade de comércio, de acordo com Cerveira, precisa também estar acordada entre as partes, já que envolve a saída de mercadoria e eventual retorno para as fábricas.

PRODUTO COM DEFEITO

Um contrato é importante para determinar também o que o lojista pode fazer quando recebe mercadorias com defeito, pois há prazo para a devolução.

“O comerciante deve conferir a mercadoria que recebe. Se faltar algum item ou algum produto apresentar defeito, recomenda-se fazer uma observação na hora na nota fiscal”, diz Cerveira.

Muitas vezes, diz ele, o volume de mercadorias que o lojista recebe é tão grande que fica impossível fazer a conferência rapidamente.

Outro ponto que precisa ser colocado em contrato para que não haja prejuízo para o lojista.

JUROS ABUSIVOS

Em caso de inadimplência, isto é, de atraso no pagamento para o fornecedor, como fica a cobrança de multa, juros, correção monetária?

“Existem fornecedores querendo cobrar 3% de juros ao mês, que são abusivos. Em caso de inadimplência, todas as penalidades precisam estar previstas em contrato”, diz Maria Helena.

