

Os meios de vinculação dos revendedores às distribuidoras de combustíveis sob o enfoque da cláusula de exclusividade

Priscilla Maria Coutinho Medeiros de Luna
Raissa Vanessa Meira

Resumo

Este trabalho se propõe a discutir o cenário que relaciona a distribuição e revenda de combustíveis que, a despeito de não apresentar as limitações tecnológicas e econômicas de outros setores petrolíferos, este cenário é dotado de nuances ainda pouco exploradas e estudadas. Nesse sentido, fez-se mister a compressão da evolução do mercado de revenda e sua intrínseca relação com as distribuidoras, seus desencadeamentos ao longo dos anos e as mudanças provocadas por políticas econômicas, que refletiram e conduziram o comportamento dos empresários do ramo, levados à se dividirem entre os postos de revenda embandeirados e postos de bandeira branca, marcados, respectivamente, por cláusulas de exclusividade ou pela independência entre revendedores e distribuidoras. O segmento chamado de *downstream* conta, portanto, com relações comerciais marcadas, por um lado, por peculiaridades atinentes as cláusulas que geram vínculos contratuais, muitas vezes de forma abusiva e, por outro, pela possibilidade um fornecimento livre dos entraves de convenções exorbitantes. Assim é que se deu a análise do mercado aqui tratado, atentando para o que preceitua a ordem econômica brasileira e seus princípios basilares, que visam impedir o abuso de poder em face das relações comerciais, com a garantia da concorrência, a ser assegurada, também, pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), sem a exclusão das competências da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP).

Palavras-chave: Distribuição de combustíveis. Revenda de combustíveis. *Downstream*. Vínculos contratuais. Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis.

Abstract

This article aims to discuss the distribution and sale of fuels' scenario. Although it's not limited by the technological and economic problems, this question has variations so far with little studies and explorations. Therefore it's really important to comprehend the market's resale evolution over the years, the relation with the distributors and the changes caused by the economic policies that reflected and conducted the entrepreneurs' behavior in the industry who divided between the branded gas stations and the gas stations without a brand, the first one governed by the clause of exclusivity and the second one independent of this clause. The *downstream* segment has commercial relations defined, at first, by peculiarities from contractual clauses, often abusive, and, secondly, by the possible of a supply without contractual and exorbitant obstacles. So this work analyses the market of distribution and sale of fuels with focus in the Brazilian economic planner and their principles that wants to prevent the power's abuse in the commercial relations to ensure the competition with assistance of Brazilian System of Competition's Defense (SBDC) and National Agency of Oil, Natural Gas and Biofuels (ANP).

Keywords: Fuels distribution. Fuels sale. *Downstream*. Contractual relations. National Agency of Oil, Natural Gas and Biofuels.

1 INTRODUÇÃO

As relações jurídicas mercantis decorrentes da celebração de contratos entre empresas distribuidoras e revendedoras de combustíveis sofreram intensas transformações ao longo do tempo, motivadas pelo desenvolvimento da economia nacional e, sobretudo, pela evolução do setor *downstream* brasileiro.

O presente trabalho tem como objetivo analisar os principais contratos celebrados entre as distribuidoras e os postos revendedores, com enfoque em algumas cláusulas especiais, como a cláusula da exclusividade, e os impactos oriundos dessa vinculação na concorrência do mercado varejista de combustíveis.

Partindo desta perspectiva, será apresentado um arcabouço histórico do setor, demonstrando que até o início da década de 90, a indústria do petróleo era marcada por uma forte regulamentação estatal, relativa especialmente às concessões de Registros dos Postos Revendedores, concedidos à época pelo Conselho Nacional do Petróleo (CNP).

No entanto, buscar-se-á demonstrar que, com a introdução dos ideais neoliberais no país, houve um redirecionamento da política econômica do Estado e, por conseguinte, uma mudança de paradigma na relação comercial existente entre as distribuidoras e os postos revendedores de combustíveis.

Ademais, embora a atual legislação do segmento da revenda de produtos derivados do petróleo, álcool combustível e outros combustíveis automotivos, especialmente a Portaria ANP nº. 116/2000, em seu artigo 12, tenha proibido expressamente as distribuidoras de exercerem a atividade de revenda varejista, observa-se uma verdadeira afronta aos princípios fundamentais do Direito contratual nos pactos firmados entre estas empresas e os postos revendedores, devido ao lançamento de condições e cláusulas abusivas nos acordos celebrados.

Por fim, far-se-á uma breve análise sobre o conflito entre a cláusula de exclusividade e a ordem econômica nacional, tendo como baluarte os princípios da livre iniciativa, livre concorrência e defesa do consumidor. Serão evidenciados os pressupostos de atuação do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) e o papel da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) na defesa da concorrência no mercado de combustíveis nacional.

2 PANORAMA JURÍDICO DO MERCADO DE REVENDA DE COMBUSTÍVEIS

A revenda de combustíveis é um dos segmentos da indústria petrolífera assegurados e definidos pela Lei Federal n. 9.478, de 6 de agosto de 1997 – também conhecida como “Lei do Petróleo”, por dispor sobre este âmbito de forma bastante abrangente. É um setor abarcado pelo *downstream* que demanda atenção especial, tendo em vista que envolve diversos aspectos de logística relacionados com a distribuição e a livre concorrência, por exemplo. Este setor passou por alguns momentos diferentes ao longo dos anos, evoluindo e se modificando de acordo com as tendências estatais de comando do mercado.

O procedimento da revenda é estritamente necessário para intermediar a ligação entre distribuidoras e consumidores, tendo em vista que um segmento não pode invadir a competência do outro. Os postos revendedores¹ hão de ser instalados para a comercialização dos derivados de petróleo e álcool combustível, em respeito ao sistema nacional de abastecimento, que é vertical, de acordo com o artigo 2º da Portaria da ANP nº 116 de 2000. Atualmente, a revenda está concentrada em combustíveis a granel, gás natural veicular (GNV) e gás liquefeito de petróleo (GLP), sem, porém, exclusão do comércio de outros produtos em lojas de conveniência, por exemplo.

2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO RELACIONAMENTO ENTRE A DISTRIBUIÇÃO E REVENDA DE COMBUSTÍVEIS

Apesar da década de 20 ter sido responsável pelo fortalecimento do mercado de distribuição, foi a criação do Conselho Nacional do Petróleo (CNP), em 1938, que possibilitou a delimitação de regras atinentes ao assunto ora tratado, tais como exigências quanto à estoques mínimos por parte das distribuidoras e o estabelecimento dos limites de preços das vendas dos derivados do petróleo, determinantes para a revenda. Outro marco importante foi a formação da Associação dos Revendedores de Petróleo dois anos depois, confirmando a presença e a força deste setor petrolífero.

¹ O estabelecimento de pessoa jurídica que exerce, no varejo, a atividade de revenda de combustíveis líquidos derivados de petróleo, álcool combustível, óleo diesel e outros combustíveis automotivos, podendo desempenhar, no local, outras atividades comerciais e de prestação de serviços, sem prejuízo da segurança, saúde, meio ambiente e do bom desempenho da atividade de revenda. FEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE COMBUSTÍVEIS DE LUBRIFICANTES. Suporte jurídico. *Apud* GUERRA, Luiz Antonio; GONÇALVES, Valério Pedrosa, 2006, p. 61.

Contudo, o grande momento da indústria de combustíveis e derivados do petróleo brasileiros foi, sem dúvidas, a criação da Petrobras com a Lei Federal nº 2004, de 3 de outubro de 1953, durante o governo de Getúlio Vargas, que estabeleceu o monopólio estatal deste segmento. Depreende-se, portanto, que o período que foi destes incipientes momentos do ambiente petrolífero até a promulgação da Constituição Federal de 1988 e o início da década de 90 foi fortemente marcado por intervenções estatais, que conduziam os vários momentos pelos quais o petróleo passava até chegar ao consumidor.

A grande presença estatal no setor era caracterizada pelo forte controle de concessões de Registros de Posto Revendedor, concedidos à época pelo Conselho Nacional do Petróleo, especialmente na época da crise do Petróleo, quando o governo queria conter o consumo de derivados no Brasil. Para lidar com isso, as distribuidoras vislumbravam a expansão do mercado através de investimentos nos postos então existentes, em busca de acordos que cerceassem as trocas de bandeira e permitissem a formação de negócios permanentes e contratos exclusivos.²

O Brasil, porém, seguindo as tendências neoliberais passou a construir sua ordem econômica e financeira a fim de viabilizar relações comerciais internacionais. Para tanto, garantiu constitucionalmente a livre iniciativa³, procedendo com uma expressiva desregulamentação da economia, inclusive assegurada pela possibilidade do Poder Público ter que indenizar empresários por eventuais prejuízos decorrentes de suas intervenções, se desmedidas, com base na responsabilidade objetiva do Estado⁴.

A revenda de combustíveis se amoldou aos novos parâmetros do Brasil através de algumas medidas. Entre elas encontra-se o desnivelamento gradativo dos fretes de

² NAVIOS E PORTOS. *O monopólio do Petróleo no Brasil*. Disponível em: <http://www.navioseportos.com.br/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=62:monopolio&catid=36:fronape&Itemid=60>. Acesso em 01 de nov. 2013.

³ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios. I – soberania nacional; II – propriedade privada; III – função social da propriedade; IV – livre concorrência; V – defesa do consumidor; VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; VII – redução das desigualdades regionais e sociais; VIII – busca do pleno emprego; IX – tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1998.

⁴ Assegurada no §6 do art. 37 da Constituição Federal, *in verbis*: § 6º - As pessoas jurídicas de direito público e as de direito privado prestadoras de serviços públicos responderão pelos danos que seus agentes, nessa qualidade, causarem a terceiros, assegurado o direito de regresso contra o responsável nos casos de dolo ou culpa. BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1998.

transferência e entrega de combustíveis, ou seja, estes preços passaram a ser fixados de acordo com a distância da base de distribuição para os postos revendedores. Ainda, instaurou-se o sistema de preços máximos, quando a revenda parou de seguir preços de venda tabelados e ficou livre para estabelecer descontos em seus preços máximos de bombas, favorecendo os que comprassem mais a venderem mais barato. Diante disso, a competição entre os revendedores se baseou na redução das margens de lucro, voltadas para o oferecimento de preços mais competitivos para os consumidores⁵.

Com o advento da Emenda Constitucional nº 9 de 1995, as atividades ligadas ao petróleo, até então monopolizadas, se depararam com mais um instrumento de flexibilização, com o surgimento da possibilidade de contratação de empresas através das concessões e, assim, a liberalização deste mercado. Para regulamentar as disposições da Emenda em comento, promulgou-se a Lei Federal nº 9.478 de 06 de agosto de 1997, também chamada de “Lei do Petróleo”, responsável ainda pela criação da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP). Assim também caminhou a revenda de combustíveis, com a liberação dos preços do álcool e da gasolina tanto no comércio atacadista como no varejista, em alguns estados, a exemplo do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro e Campo Grande. As alterações foram provocadas pela Portaria nº 59 de 1996 do Ministério da Fazenda e pela Portaria nº 11, do mesmo ano, do Departamento Nacional de Combustíveis.

Assim, as vantagens decorrentes da abertura do mercado proporcionaram um avanço da concorrência, com o aumento do interesse das empresas internacionais nas atividades petrolíferas brasileiras e a expansão das empresas nacionais. O número de distribuidoras se multiplicou, acompanhando em partes o crescimento do consumo de combustíveis.

Diante da liberalização, o governo inverteu seu papel com as distribuidoras, que passaram a ser elementos centrais da comercialização de combustíveis. Desta feita, o cenário da revenda de combustíveis passou a lidar com outros liames, os contratuais. Contratos de Compra e Venda Mercantil, comodatos de equipamentos, sublocação, entre outros, favorecem o domínio das distribuidoras no tocante aos preços de venda dos postos revendedores. Há um contraponto entre a garantia de exclusividade dos revendedores para com as distribuidoras, ao passo que estas passam a gerir e fazer prevalecer seus interesses sobre aqueles. Há a possibilidade para o revendedor, então, de estampar a marca da distribuidora em face de um

⁵ DAMIS, Francisco Cláudio Teixeira; RESENDE, Patrícia Teixeira Damis. *A revenda de combustíveis: uma nova estratégia*. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001_TR72_0218.pdf>. Acesso em 01 de nov. 2013.

regime de exclusividade, ou se manter como posto de bandeira branca e seguir um modelo independente.

2.2 O PAPEL DOS POSTOS DE BANDEIRA BRANCA

A liberalização do mercado brasileiro de combustíveis visou beneficiar o consumidor por meio da competitividade e redução dos preços. Para tanto, foram fundamentais os comportamentos adotados pelos postos de bandeira branca, determinantes para a revenda.

Os postos de bandeira branca assim o são denominados, pois não utilizam uma marca de identificação de uma determinada distribuidora e, portanto, podem adquirir combustíveis de qualquer empresa que exerça a distribuição, desde que exponham a procedência dos produtos para o consumidor⁶. Assim, por não existirem vínculos de exclusividade com as distribuidoras, os postos de bandeira branca conseguem comprar os combustíveis a preços menores, em comparação com outros revendedores e, conseqüentemente, revendem mais barato, forçando a concorrência a diminuir seus preços, o que afeta os preços repassados pelas distribuidoras, que precisam atender as revendedoras de suas bandeiras, diminuindo seus preços também. Nesse ínterim, o mercado passa a ser movimentado pela competitividade comercial, favorecendo o consumidor.

Além disso, apesar da ainda alta taxa de postos embandeirados, constata-se que nos últimos anos os postos independentes estão mais presentes no mercado, confiantes na maior capacidade comercial sustentável, especialmente em virtude da insatisfação da revenda frente a algumas determinações contratuais. Várias divergências chegam ao Judiciário, tais como reclamações sobre prazos contratuais, disposições abusivas e equipamentos defeituosos.

3 RELAÇÃO COMERCIAL ENTRE DISTRIBUIDORAS E REVENDEDORES DE COMBUSTÍVEIS

O comércio varejista de combustível apresenta como marco regulatório atual a Lei Federal nº 9.478/97, a partir da qual todos os setores da indústria do petróleo foram disciplinados de acordo com a política energética do país, insculpida na Constituição Federal de 1988.

⁶De acordo com o artigo 11 da Portaria ANP 116/00: “Art. 11. O revendedor varejista deverá informar ao consumidor, de forma clara e ostensiva, a origem do combustível automotivo comercializado”. BRASIL. Agência Nacional do Petróleo. Regulamenta o exercício da atividade de revenda varejista de combustível automotivo. Portaria n. 116 de 05 de julho de 2000.

Neste sentido, consoante o disposto no artigo 6º, inciso XX, do aludido texto legal, a distribuição compreende a atividade de comercialização por atacado com a rede varejista ou com grandes consumidores de combustíveis, sendo exercida por empresas devidamente especializadas, na forma das leis e regulamentos aplicáveis, especialmente as Portarias da ANP.

Partindo desta premissa, observa-se que a finalidade da atividade de distribuição é atender a demanda da revenda varejista e, por conseguinte, a necessidade energética da população⁷. Por essa razão, as distribuidoras e revendedoras de combustíveis devem realizar acordos de vontades, ou seja, formalizar relações jurídicas contratuais, abalizadas pelos princípios fundamentais do Direito contratual, para que as condições ali avençadas manifestem o verdadeiro desejo das partes, garantindo-lhes a validade e seu integral cumprimento⁸.

O Direito contratual é regido por diversos princípios, embora muitas vezes estes sejam mitigados frente o poderio econômico de um dos contratantes, sendo imperioso destacar para o presente trabalho o princípio da autonomia da vontade e o princípio do consensualismo, uma vez que, o princípio da autonomia da vontade se baseia exatamente na ampla liberdade de contratar, facultando as partes estabelecer cláusulas e condições, observadas a ordem pública e a função social do contrato, já o princípio do consensualismo exige tão somente, para que haja o aperfeiçoamento do contrato, o acordo de duas ou mais vontades recíprocas, independentemente de maiores formalidades⁹.

Portanto, deve prevalecer, em regra, a vontade livre de ambos os contratantes na relação comercial, para que se tenha a formação de um vínculo jurídico válido e regular¹⁰. Com base nesse entendimento, proceder-se-á ao estudo dos contratos firmados entre as empresas distribuidoras e revendedoras de combustíveis.

⁷ Cf. VIEIRA, Luciano Nogueira de Almeida. *A Vinculação exclusiva dos revendedores às distribuidoras de combustível: infração à ordem econômica*. 2010. Monografia (Graduação em Bacharelado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. p. 22

⁸ Cf. FUX, Alberto Haim. *Aspectos Relevantes sobre a Abusividade das Cláusulas Contratuais nos Contratos de Revenda de Combustíveis*. Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 26 de jun. de 2006. Disponível em: <http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/2590/aspectos_relevantes_sobre_a_abusividade_das_clausulas_contratuais_nos_contratos_de_revenda_de_combustiveis>. Acesso em: 03 nov. 2013.

⁹ Cf. GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito Civil brasileiro, volume 3: contratos e atos unilaterais*. 10 ed. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 41

¹⁰ Cf. FUX, Alberto Haim. *Aspectos Relevantes sobre a Abusividade das Cláusulas Contratuais nos Contratos de Revenda de Combustíveis*. Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 26 de jun. de 2006. Disponível em: <http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/2590/aspectos_relevantes_sobre_a_abusividade_das_clausulas_contratuais_nos_contratos_de_revenda_de_combustiveis>. Acesso em: 03 nov. 2013.

3.1 O CONTRATO DE REVENDA DE DERIVADOS DO PETRÓLEO: A TRIANGULAÇÃO ENTRE AS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS, OS POSTOS REVENDEDORES E OS CONSUMIDORES

O sistema de abastecimento nacional é verticalizado, isto é, cada agente econômico atua em uma parte do setor, exercendo especificamente as suas respectivas atividades. Sendo assim, há o estabelecimento de um vínculo contratual entre as empresas distribuidoras e os postos revendedores, para que se tenha a comercialização final dos produtos da indústria do petróleo.

Diante disto, a atual legislação no segmento da revenda de produtos derivados do petróleo, álcool combustível e outros combustíveis automotivos, a Portaria ANP n.º 116/2000¹¹, em seu artigo 12¹², proibiu expressamente as distribuidoras de exercerem a atividade de revenda varejista, exceto a hipótese de Posto Revendedor Escola, destinado ao treinamento de pessoal.

Ademais, é facultado aos postos revendedores se vincular ou não a uma determinada distribuidora, sendo denominado, respectivamente, “Posto Bandeirado” ou “Posto Bandeira Branca”. No primeiro caso, o posto estará obrigado a revender, exclusivamente, os produtos daquela distribuidora, devendo comunicar tal situação ao órgão regulador, já nas situações em que o revendedor não se vinculou formalmente a nenhuma distribuidora, estará autorizado a comercializar produtos de inúmeras marcas, devendo, entretanto, informar ao consumidor a origem do combustível, nos termos do artigo 11, §3^o¹³, da aludida Portaria ANP n.º 116/2000.

A relação comercial entre distribuidoras e revendedoras de combustíveis é marcada, deste modo, por intensas avenças de trato privado, visando à aquisição e revenda de produtos

¹¹ BRASIL. *Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis*. Portaria ANP n.º 116, de 05 de julho de 2000. Regulamenta o exercício da atividade revenda varejista de combustível automotivo. Disponível em: <www.anp.gov.br>. Acesso em: 02 nov. 2013.

¹² Portaria ANP n.º 116/2000. Art. 12. É vedado ao distribuidor de combustíveis líquidos derivados de petróleo, álcool combustível, biodiesel, mistura óleo diesel/biodiesel especificada ou autorizada pela ANP, e outros combustíveis automotivos o exercício da atividade de revenda varejista.

§ 1º. O caput do artigo não se aplica quando o posto revendedor se destinar ao treinamento de pessoal, com vistas à melhoria da qualidade do atendimento aos consumidores.

§ 2º. O posto revendedor de que trata o parágrafo anterior deverá atender as disposições desta Portaria e ter autorização específica da ANP, como posto revendedor escola.

¹³ Art. 11. O revendedor varejista deverá informar ao consumidor, de forma clara e ostensiva, a origem do combustível automotivo comercializado. § 3º Caso no endereço eletrônico da ANP conste que o revendedor não optou por exibir a marca comercial de um distribuidor de combustíveis líquidos, o revendedor varejista I – não poderá exibir marca comercial de distribuidor em suas instalações; e II – deverá identificar, de forma destacada e de fácil visualização, em cada bomba abastecedora, a razão social ou o nome fantasia do distribuidor fornecedor do respectivo combustível e o CNPJ.

derivados do petróleo, álcool combustível e demais subprodutos, além da divulgação da marca. Dentre os principais instrumentos contratuais que consubstanciam esse relacionamento, encontram-se: o contrato de compra e venda mercantil de produtos; cessão de uso de marcas; comodato de equipamentos; publicidade de marcas, produtos e serviços; franquia empresarial; locação e sublocação de imóvel e financiamento para reforma ou construção do posto¹⁴.

No entanto, ao analisar a natureza jurídica desses contratos, especialmente o contrato de compra e venda mercantil de produtos, observa-se uma verdadeira afronta aos princípios fundamentais do Direito contratual, na medida em que se verifica uma submissão da parte economicamente mais fraca, qual seja, o posto revendedor, às distribuidoras, devido ao lançamento de condições e cláusulas abusivas nos pactos firmados, responsáveis pelos principais litígios entre os agentes econômicos destes segmentos.

Deste modo, é imprescindível para a discussão em comento, tecer algumas considerações sobre os principais contratos celebrados entre empresas distribuidoras e revendedores de combustíveis, sobretudo em relação a algumas cláusulas especiais, como a cláusula da exclusividade, legalmente assegurada pela ANP.

O contrato de compra e venda mercantil de produtos é um acordo consensual¹⁵, bilateral¹⁶, sinalagmático¹⁷, oneroso¹⁸ e comutativo¹⁹, firmado entre a distribuidora e o posto revendedor, com o objetivo de promover a aquisição e revenda de combustíveis derivados de petróleo, álcool combustível e demais subprodutos²⁰.

Trata-se de um complexo e peculiar ajuste comercial, integrado por diversas condições e cláusulas especiais, v.g., a cláusula de exclusividade, a qual obriga o revendedor que optar por se vincular a uma determinada distribuidora, a somente adquirir e revender os produtos por ela fornecidos, auferindo, em contrapartida, alguns benefícios econômicos, como a publicidade da marca e o comodato de equipamentos.

A cláusula de exclusividade proporcionou uma mudança de paradigma na relação comercial existente entre os postos revendedores e as empresas distribuidoras de

¹⁴ Cf. SILVA, Luiz Antônio Guerra da; GONÇALVES, Valério Pedroso. *Contrato de distribuição e revenda de combustíveis*. Brasília: Brasília Jurídica, 2006. p. 78.

¹⁵ O contrato consensual é aquele que se forma somente pelo acordo de vontades, independentemente da observância de determinada forma ou da entrega da coisa.

¹⁶ Bilaterais são os contratos que acarretam obrigações para ambos os contratantes.

¹⁷ O termo sinalagmático significa reciprocidade de prestações.

¹⁸ Nos contratos onerosos ambos os contratantes obtêm proveito, ao qual, entretanto, corresponde um sacrifício.

¹⁹ Comutativos são os contratos que apresentam prestações certas e determinadas.

²⁰ *Ibid.*, p. 80.

combustíveis, na medida em que estas desenvolveram novas formas de fortalecer a sua marca, agregando serviços e utilidade aos postos bandeirados²¹.

Desta forma, a contratação se dá com o prévio estabelecimento de um prazo determinado ou de certo volume de combustível a ser adquirido pelo revendedor, de fixação anual ou mensal, a chamada *cláusula de galonagem mínima*, de sorte que o prazo de vigência se vincula a quantidade mínima de derivados contratualmente prevista.

Outros pactos adjetos também são celebrados em conjunto com o referido contrato, como o comodato simples de equipamentos para o desenvolvimento das atividades no posto de serviços, por meio do qual há o fornecimento de totens, poste identificador da bandeira, outdoors de publicidade etc., e o comodato modal, no qual se exige a fidelização à marca ou no mínimo a aquisição de uma quantidade pré-fixada de combustível, sendo materializado especialmente sobre bombas e tanques de combustíveis subterrâneos.

Além disso, é frequente a celebração de contratos de locação e sublocação de imóvel para operação de posto revendedor com a cláusula de exclusividade na aquisição dos produtos e exibição da marca, embora corriqueiramente tais ajustes sejam tema de acirrados debates entre distribuidora e revendedor, tendo como exemplo as ações renovatórias de locação e revisionais de alugueis e subalugueis.

Entretanto, malgrado o reconhecimento da diversidade de serviços ofertados pelas distribuidoras neste tipo de contrato, há de se destacar que se trata, na realidade, de um típico instrumento contratual de adesão²², visto que as cláusulas são idealizadas unilateralmente pela distribuidora, considerada a parte economicamente mais forte da relação, não admitindo qualquer tipo de discussão no que se refere às condições e cláusulas da avença.

Neste cenário, as distribuidoras apostam em cláusulas de rescisão, com multas elevadas, abusivas e desproporcionais em relação à obrigação principal, com o intuito de desestimular o revendedor a rescindir o contrato e, conseqüentemente, mantê-lo sob o seu definitivo domínio²³. Nota-se que a onerosidade excessiva ao revendedor é uma característica marcante deste relacionamento comercial.

²¹ Cf. OLIVEIRA, Diogo Pignataro de; MAIA, Vinícius Fernandes Costa. Livre concorrência e cláusula de exclusividade nos contratos de distribuição de combustíveis. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 259, p. 123-147, jan./abr. 2012.

²² Contrato de adesão é aquele em que as cláusulas são previamente estipuladas por um dos contratantes, de modo que o outro não tem o poder de debater as condições, nem introduzir modificações no esquema proposto; ou aceita tudo em bloco ou recusa tudo por inteiro. A falta de negociações e de discussão implica uma situação de disparidade econômica e de inferioridade psíquica para o contratante teoricamente mais fraco. MESSINEO *apud* GONÇALVES, 2013, p. 99.

²³ Cf. SILVA, Luiz Antônio Guerra da; GONÇALVES, Valério Pedroso. *Contrato de distribuição e revenda de combustíveis*. Brasília: Brasília Jurídica, 2006. p. 108.

Contudo, com a chegada de novas e pequenas distribuidoras no mercado brasileiro a partir de 1985, surgiu uma nova opção de celebrar contratos de compra e venda mercantil de combustíveis sem a famigerada cláusula de exclusividade, consistente nos Postos de Bandeira Branca, os quais não estão vinculados a nenhuma distribuidora, podendo comercializar livremente os produtos de inúmeras marcas, porém com a obrigação de informar a origem do combustível ao consumidor.

Por esse viés de análise, é pertinente reiterar que é extremamente vantajosa ao revendedor a independência em relação a uma determinada marca, já que ficará a seu cargo escolher a distribuidora que oferecer os melhores preços e serviços, sem que haja nenhuma infração de ordem contratual.

4 O CONFLITO ENTRE A CLAUSULA DE EXCLUSIVIDADE E A ORDEM ECONÔMICA CONSTITUCIONAL

4.1 A INFLUÊNCIA DA ORDEM ECONÔMICA BRASILEIRA

A ordem econômica pode ser colocada no lado oposto ao da ordem jurídica, apesar de poder ser considerada uma parcela desta.²⁴No Brasil, a ordem econômica vigente é pautada, basilarmente, no que dispõe o artigo 170²⁵ da Constituição Federal de 1988, e nos demais artigos de seu título VII, que versam sobre o cumprimento da função social concomitantemente à valorização do trabalho humano e da livre concorrência. É válido, portanto, que o Estado interfira para garantir os princípios protegidos constitucionalmente, contudo, vislumbra-se a busca pela diminuição do intervencionismo, a fim de que prevaleça o modelo liberal.

Diante do assunto ora tratado, dois princípios merecem especial atenção, quais sejam o da livre concorrência e o da defesa do consumidor, isso porque a liberalização do mercado que foi viabilizada pela Constituição Federal teve como meio e fim muitas considerações sobre estes dois pontos.

²⁴ GRAU. Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. São Paulo; Malheiros, 2007.

²⁵ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: I – soberania nacional; II – propriedade privada; III – função social da propriedade; IV – livre concorrência; V – defesa do consumidor; VI – defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; VII – redução das desigualdades regionais e sociais; VIII – busca do pleno emprego; IX – tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1998.

4.2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE O PRINCÍPIO DA LIVRE CONCORRÊNCIA

Diretamente relacionado com a livre iniciativa, este princípio está voltado para a possibilidade de que o mercado seja conduzido de acordo com a rivalidade entre concorrentes, sem que o Estado interfira injustificadamente neste processo. Assim, como elemento essencial do Estado Liberal, a livre concorrência garante que quaisquer atividades econômicas possam ser desenvolvidas através da competitividade.

Entretanto, há de se considerar um limiar muito sensível entre esse princípio e eventuais abusos de poder, calcados em concorrência desleal. Essa constatação decorre da ideia do poderio econômico²⁶, que não poderia existir em face da livre concorrência, o que, na realidade, não ocorre. O poder econômico, bem como seu abuso, é inclusive, reconhecido pela Constituição Federal de 1988, em seu artigo 173, §4º, de modo que é notável que não dispomos de circunstâncias de total igualdade para que a concorrência ocorra de forma totalmente livre. Faz-se mister, então, que o princípio ora tratado seja complementado pelo princípio da repressão aos abusos do poder econômico, garantido pelo referido artigo.

4.2 O PRINCÍPIO DA DEFESA DO CONSUMIDOR OBJETIVAMENTE APRESENTADO

Defendido não apenas mediante sua relação com a ordem econômica, o princípio da defesa do consumidor foi amplamente garantido pela Constituição Federal, a exemplo do que preceituam o artigo 5º, inciso XXXII²⁷ e o artigo 24, inciso VIII²⁸, confirmando sua inquestionável importância para o atual cenário brasileiro e respeitando a ideia de que se deve proteger a parte mais frágil das relações, neste caso, econômicas.

Desta feita, existe a intenção de serem reprimidas práticas também baseadas no abuso de poder e que sejam propiciadas pelas disparidades entre as partes, eliminação da concorrência e aumento incondicionado de lucros. Frente a essas práticas condenáveis, foi imperiosa a promulgação da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor, elencando um rol de normas protetivas para equilibrar as relações.

²⁶ GRAU. Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. São Paulo; Malheiros, 2007.

²⁷ Art. 5º [...] XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1998.

²⁸ Art. 24 [...] VIII – responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico; BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1998.

4.3 AS RELAÇÕES ENTRE REVENDEDORES E DISTRIBUIDORES A PARTIR DA ORDEM ECONÔMICA BRASILEIRA E SEUS PRINCÍPIOS

É certo que a principal preocupação em torno dos princípios da livre concorrência e da defesa do consumidor é a possibilidade de serem atacados e feridos por abuso de poder e, diante deste ponto, podemos alcançar o cerne da questão atrelada às relações entre revendedores e distribuidores. Apesar de nunca ter sido exigida legalmente a celebração de um contrato escrito para o estabelecimento de uma relação entre distribuidor e revendedor, é notável que a configuração vertical do processo que leva os combustíveis para o consumidor, e impede o distribuidor de realizar a venda diretamente, favoreceu vários acordos contratuais entre as distribuidoras e os postos de revenda para que vínculos de exclusividade sejam firmados. As distribuidoras, especialmente as multinacionais, veem no domínio da revenda de combustíveis a possibilidade elevar os faturamentos, procurando meios para exercer esta operação, ainda que indiretamente.

Com o advento da liberalização do mercado e o surgimento de várias distribuidoras disputando o ambiente, as grandes empresas, que até então não contavam com muita rivalidade e por isso não previam multas significativas em seus contratos, foram surpreendidas pelas trocas de bandeiras²⁹. Para que a situação fosse contornada esse cenário mudou, com o fortalecimento de contratos com cláusulas de exclusividade e galonagem mínima, por exemplo, caracterizadas por um viés abusivo.

A partir disso, cabe analisar que mediante esses contratos muitas empresas de distribuição exercem um controle sobre a revenda calcado em abuso de poder, através de cláusulas exorbitantes – o que, inclusive, tem provocado o aumento do número de postos sem bandeira. Vislumbra-se afronta ao já referido princípio da livre concorrência, uma vez que exercendo o monopólio do fornecimento de combustíveis para os postos, as distribuidoras passam a efetivamente controlar o mercado, os preços a serem praticados, as margens de lucro e a permanência dos empresários no negócio, onerando, sobremaneira, a relação jurídico-comercial.

Embora a presença de postos embandeirados não gere a exclusão da possibilidade de atuação enquanto posto de bandeira branca, depreende-se que existem situações em que os revendedores encontram na filiação exclusiva à uma distribuidora a opção mais viável,

²⁹ GONÇALVES, Valério Pedrosa; GUERRA, Luiz Antonio. *Contratos de Distribuição e Revenda de Combustíveis*. Brasília: Brasília Jurídica, 2006.

aceitando cláusulas que deixam explícito o desnível de forças entre as partes e que ferem os princípios assegurados pela ordem econômica vigente.

5 O SISTEMA BRASILEIRO DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA (SBDC)

O Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) é formado por três órgãos encarregados de resguardar a concorrência nas relações comerciais, quais sejam: a Secretaria de Direito Econômico (SDE), órgão do Ministério da Justiça; a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE), órgão do Ministério da Fazenda; e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), autarquia federal atrelada ao Ministério da Justiça.

O SBDC é regulamentado pela Lei de Defesa da Concorrência, a Lei Federal nº 12.529/2011, a qual dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica, guiada principalmente pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência e função social da propriedade, previstos, respectivamente, no *caput* do art. 170 e em seus incisos IV e III³⁰.

Deste modo, a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE), instituída pela Portaria nº 386, do Ministério da Fazenda, tem por função coordenar e executar as ações do Ministério, atinentes a gestão das políticas de regulação de mercados, de concorrência e de defesa da ordem econômica, em conjunto com os demais órgãos do Governo, através da emissão de pareceres econômicos relativos a atos de concentração, além de investigar atos ou condutas limitadoras da concorrência, entre outras atribuições³¹.

A Secretaria de Direito Econômico (SDE), por sua vez, é responsável pela análise da concorrência nos atos de concentração econômica, como as fusões, aquisições etc., e examina as infrações à ordem econômica, remetendo pareceres não vinculativos ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

Já o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) é uma autarquia federal³² que tem por finalidade julgar os processos administrativos que avaliam as condutas

³⁰ Lei 12.529/2011. Art. 1º. Esta Lei estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência - SBDC e dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.

³¹ BRASIL. Ministério da Fazenda. Portaria nº 386, de 14 de Julho de 2009. *Aprova o Regimento Interno da Secretaria de Acompanhamento*. Diário Oficial da União, Brasília, 17 jul. 2009. p. 21.

³² Lei 12.529/2011. Art. 4º. O CADE é entidade judicante com jurisdição em todo o território nacional, que se constitui em autarquia federal, vinculada ao Ministério da Justiça, com sede e foro no Distrito Federal, e competências previstas nesta Lei.

anticoncorrenciais no tocante aos atos de concentração econômica, após receber os pareceres emitidos pela SDE e SEAE.

Conclui-se que a Lei Federal nº 12.529/2011 foi promulgada com o escopo de sistematizar e aprimorar a legislação antitruste e promover o fortalecimento de uma estrutura eficaz na proteção da concorrência³³.

No atual panorama da economia de mercado, em que há a supervalorização dos ideais neoliberais, a ordem econômica nacional apresenta como alicerce os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência, com a finalidade de controlar as forças de mercado, isto é, o poder econômico, frente à concorrência.

A Lei do Petróleo consagrou em seu artigo 1º, inciso IX³⁴, como um dos objetivos da política energética nacional, a proteção da livre concorrência, cabendo a Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), por seu turno, a defesa da indústria do petróleo, do gás natural e dos biocombustíveis no que tange a regulação, contratação e fiscalização das suas atividades econômicas, nos termos do artigo 8º do mesmo diploma legal.

Partindo deste pressuposto, a ANP deverá instituir, em sua esfera de atribuições, a política nacional de petróleo, gás natural e biocombustíveis, contida na política energética do país, com destaque para garantia do suprimento de derivados de petróleo, gás natural e seus derivados, e de biocombustíveis, em todo o território nacional, e na proteção dos interesses dos consumidores quanto a preço, qualidade e oferta dos produtos³⁵.

Sendo assim, é de competência da Agência reguladora a preservação da concorrência no mercado de distribuição e revenda de combustíveis, devendo realizar o acompanhamento e o controle de todas as atividades que circundam o setor. Neste sentido, as ações da ANP se desenvolvem tanto em seu aspecto preventivo, por meio do monitoramento das estruturas de mercado, quanto em sua vertente repressiva, através da atuação conjunta com os demais órgãos estatais na fiscalização das práticas empresariais³⁶.

³³ Cf. VIEIRA, Luciano Nogueira de Almeida. *A Vinculação exclusiva dos revendedores às distribuidoras de combustível: infração à ordem econômica*. 2010. Monografia (Graduação em Bacharelado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. p. 39.

³⁴ Lei 9478/97. Art. 1º As políticas nacionais para o aproveitamento racional das fontes de energia visarão aos seguintes objetivos: [...] IX – promover a livre concorrência;

³⁵ Lei Federal nº 9.478/97. Art. 8º A ANP terá como finalidade promover a regulação, a contratação e a fiscalização das atividades econômicas integrantes da indústria do petróleo, do gás natural e dos biocombustíveis, cabendo-lhe: I – implementar, em sua esfera de atribuições, a política nacional de petróleo, gás natural e biocombustíveis, contida na política energética nacional, nos termos do Capítulo I desta Lei, com ênfase na garantia do suprimento de derivados de petróleo, gás natural e seus derivados, e de biocombustíveis, em todo o território nacional, e na proteção dos interesses dos consumidores quanto a preço, qualidade e oferta dos produtos;

³⁶ ESTEVES, Heloisa Borges Bastos. *Principais Práticas Anticompetitivas nos segmentos de Distribuição e Revenda de Combustíveis Automotivos*. Boletim Petróleo e Gás Brasil. Junho de 2011.

No que concerne a essa determinação, a ANP, através de sua Coordenadoria de Defesa da Concorrência (CDC), elabora semanalmente um relatório de “Acompanhamento do Levantamento de Preços e de Margens de Comercialização de Combustíveis³⁷”, com a intenção de identificar os municípios e as regiões que possam estar cometendo alguma infração à ordem econômica, contribuindo para a transparência neste segmento.

Desta feita, quando a Agência reguladora identificar qualquer fato que possa configurar indício de infração a ordem econômica, deverá comunicar imediatamente à Secretaria de Direito Econômico (SDE) e ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), órgãos vinculados ao Ministério da Justiça, para que estes providenciem as medidas adequadas, atendendo ao disposto no artigo 10 da mencionada Lei do Petróleo³⁸.

Portanto, a função da ANP na defesa da concorrência no mercado varejista de combustível consiste em fiscalizar o comportamento dos agentes econômicos nas atividades de distribuição e revenda, com o objetivo de averiguar a existência de fatos capazes de ensejar infrações à ordem econômica. Todavia, a agência reguladora não tem competência para instaurar processos administrativos e judiciais contra as empresas representadas, devendo informar à SDE e o CADE, que possuem aptidão para julgar os ilícitos concorrenciais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após esse breve estudo acerca das relações jurídicas mercantis decorrentes da celebração de contratos entre empresas distribuidoras e revendedoras de combustíveis, conclui-se que a cláusula de exclusividade proporcionou uma mudança de paradigma na relação comercial existente entre os postos revendedores e as empresas distribuidoras de combustíveis, na medida em que estas desenvolveram novas formas de fortalecer a sua marca, agregando serviços e utilidade aos postos bandeirados.

Não obstante, a vinculação exclusiva dos revendedores às distribuidoras de combustíveis representa, na realidade, uma afronta à ordem econômica nacional, especialmente no que concerne aos princípios da livre iniciativa, livre concorrência e defesa do consumidor.

³⁷ Conforme aduz a própria Agência reguladora do setor petrolífero, esses Relatórios possibilitam a elaboração de estudos detalhados sobre os mercados de distribuição e revenda em municípios em que há maior probabilidade de condutas anticompetitivas. Disponível em: <<http://www.anp.gov.br/?id=502>>. Acesso em: 04 nov. 2013.

³⁸ Lei 9478/97. Art. 10. Quando, no exercício de suas atribuições, a ANP tomar conhecimento de fato que possa configurar indício de infração da ordem econômica, deverá comunicá-lo imediatamente ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica – Cade e à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, para que estes adotem as providências cabíveis, no âmbito da legislação pertinente.

Tais ajustes comerciais são típicos instrumentos contratuais de adesão, tendo em vista que as cláusulas são idealizadas unilateralmente pela distribuidora, considerada a parte economicamente mais forte da relação, não admitindo qualquer tipo de discussão no que se refere às condições e cláusulas da avença.

Com a chegada de novas e pequenas distribuidoras no mercado brasileiro a partir de 1985, surgiu uma nova opção de celebrar contratos de compra e venda mercantil de combustíveis sem a famigerada cláusula de exclusividade, consistente nos Postos de Bandeira Branca, os quais não estão vinculados a nenhuma distribuidora, podendo comercializar livremente os produtos de inúmeras marcas.

A cláusula de exclusividade deve servir como sustentáculo para o desenvolvimento do setor, e não como manobra para o enriquecimento ilícito das grandes distribuidoras. Desta feita, é imprescindível a atuação do Estado, por meio do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), e da ANP, como forma de preservar a concorrência no mercado de distribuição e revenda de combustíveis.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Agência Nacional do Petróleo. *Regulamenta o exercício da atividade de revenda varejista de combustível automotivo*. Portaria n. 116 de 05 de julho de 2000.

_____. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1998.

_____. *Lei nº 9.478, de 06 de agosto de 1997*. Dispõe sobre a política energética nacional, as atividades relativas ao monopólio do petróleo, institui o Conselho Nacional de Política Energética e a Agência Nacional do Petróleo e dá outras providências.

_____. *Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011*. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 03 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências.

_____. Ministério da Fazenda. Portaria nº 386, de 14 de Julho de 2009. *Aprova o Regimento Interno da Secretaria de Acompanhamento*. Diário Oficial da União, Brasília, 17 jul. 2009.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. *Manual de Direito Administrativo*. São Paulo: Atlas, 2013.

DAMIS, Francisco Cláudio Teixeira; RESENDE. Patrícia Teixeira Damis. A revenda de combustíveis: uma nova estratégia. Disponível em:

<http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001_TR72_0218.pdf>. Acesso em: 01 de nov. 2013.

ESTEVES, Heloisa Borges Bastos. *Principais Práticas Anticompetitivas nos segmentos de Distribuição e Revenda de Combustíveis Automotivos*. Boletim Petróleo e Gás Brasil. Junho de 2011.

FUX, Alberto Haim. *Aspectos Relevantes sobre a Abusividade das Cláusulas Contratuais nos Contratos de Revenda de Combustíveis*. Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 26 de jun. de 2006.

Disponível em:

<http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/2590/aspectos_relevantes_sobre_a_abusividade_das_clausulas_contratuais_nos_contratos_de_revenda_de_combustiveis>. Acesso em: 03 nov. 2013.

GONÇALVES, Carlos Roberto. *Direito Civil brasileiro, volume 3: contratos e atos unilaterais*. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

GONÇALVES, Valério Pedroso; GUERRA, Luiz Antonio. *Contratos de Distribuição e Revenda de Combustíveis*. Brasília: Brasília Jurídica, 2006.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. São Paulo: Malheiros, 2007.

NAVIOS E PORTOS. O monopólio do Petróleo no Brasil. Disponível em:

<http://www.navioseportos.com.br/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=62:monopolio&catid=36:fronape&Itemid=60>. Acesso em: 01 nov. 2013.

OLIVEIRA, Diogo Pignataro de; MAIA, Vinícius Fernandes Costa. Livre concorrência e cláusula de exclusividade nos contratos de distribuição de combustíveis. *Revista de Direito Administrativo*, Rio de Janeiro, v. 259, p. 123-147, jan./abr. 2012.

VIEIRA, Luciano Nogueira de Almeida. *A Vinculação exclusiva dos revendedores às distribuidoras de combustível: infração à ordem econômica*. 2010. Monografia (Graduação em Bacharelado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.