

ABUSO DO PODER ECONÔMICO DAS GRANDES DISTRIBUIDORAS DE COMBUSTÍVEIS NO BRASIL

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por objeto analisar, compreender e, ao final, rechaçar a utilização de práticas que se subsumem ao abuso de poder econômico no comércio varejista de combustíveis, por parte das grandes distribuidoras de petróleo, que sempre dominaram este mercado, por força de leis, atos administrativos e contratos que versam sobre a atividade.

As companhias dominadoras na atividade de distribuição sempre se valeram de cláusulas leoninas (leia-se exclusividade no fornecimento para seus revendedores), impondo condições comerciais nocivas e incompatíveis com o mercado, que atrelavam os postos revendedores de combustíveis a estas companhias.

Interferem, ainda, de forma ostensiva, no funcionamento normal das relações negociais, dando ordens expressas que vão desde o valor do preço de custo, unilateralmente estipulado, até ameaçando remover equipamentos emprestados. Utilizam, inclusive, de contratos de comodato de equipamentos para domínio do estabelecimento local. Tudo isto em total afronta aos princípios da livre concorrência e da livre iniciativa, assegurados constitucionalmente, e pela Lei Antitruste ou da Livre Concorrência.

A referida cláusula de exclusividade impede que os revendedores busquem no mercado preços mais competitivos, impossibilitando, por conseqüência, a baixa dos preços para os clientes. Por outro lado, tal imposição contratual prejudica a livre concorrência, liberdade de iniciativa, impõe discriminação de preços de modo a ceifar o lucro dos postos.

Esta obrigatoriedade perdurou até meados da década de 90, quando ocorreu a abertura do mercado, com o Programa Federal de Desregulamentação, promulgado pelo então Presidente da República Fernando Collor de Mello.

Neste momento tão importante para o comércio de combustíveis, houve a resposta à altura dos postos ao oligopólio vigente, visando libertarem-se deste regime cruel e predatório, imposto há longa data.

2. HISTÓRICO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE COMBUSTÍVEIS NO BRASIL

O comércio de combustíveis no Brasil teve seu marco inicial no início do século XX, tendo como produtos pioneiros o óleo diesel e o querosene, usados primitivamente na iluminação pública de vilas e cidades, bem como nas residências.

O aparecimento dos primeiros veículos no Brasil, que vieram a concorrer com as locomotivas, a importação de petróleo bruto e as refinarias implantadas nas primeiras décadas propulsionaram o comércio varejista de combustíveis, tendo como primeiras distribuidoras a se instalarem no Brasil a Shell, a Texaco e a Esso.

No final da década de 20 e início da década de 30, com o crescimento da economia, que tinha seu sustentáculo no cultivo do café, e com o surgimento das indústrias, o comércio de combustíveis conseqüentemente aumentou, em razão ainda do crescimento das cidades e do comércio em geral. Na década de 20 o Brasil começou a importar veículos automotores, chegando à marca de 1 milhão de automóveis nos idos da década de 30.

A partir do aumento da frota automotiva brasileira, principalmente com o transporte de cargas e passageiros, intensificando o comércio de combustíveis, o Governo passou a se preocupar com tal atividade, promovendo o disciplinamento por meio do Decreto-Lei 395, de 29 de abril de 1938, declarando de utilidade pública a atividade econômica dos produtos derivados de petróleo em todo o território nacional, sendo na mesma época criado o Conselho Nacional do Petróleo - CNP, que passou a regulamentar todas as atividades inerentes ao setor.

Naquela fase as distribuidoras pioneiras importavam, refinavam o petróleo e distribuíam para os seus postos revendedores, inicialmente chamados de “bombas” que eram operados por seus próprios funcionários, os

chamados “bombeiros”. A venda a varejo era feita de maneira extremamente rudimentar; exemplos disso eram os instrumentos de armazenagem e medição: tonéis, latas, baldes, funis. Isto sem contar a estrutura física dos postos, onde o abastecimento era feito sem qualquer proteção, ficando as bombas expostas ao sol e chuva.

Porém, a revenda de combustíveis ganhou verdadeiro impulso a partir da 2ª Guerra Mundial e, mais precisamente, quando foi implantada no país a indústria automobilística, a partir da segunda metade da década de 50.

Nesta época, **as empresas que desejassem se estabelecer no ramo varejista de combustíveis deveriam escolher a distribuidora de sua preferência** e por intermédio dela requerer o registro no CNP, **fato que restringia a liberdade de comércio dos postos revendedores e fortalecia, cada vez mais, o oligopólio das distribuidoras**. Durante mais de 50 anos o Estado brasileiro através da regulamentação do setor obrigou a vinculação da “bandeira” a uma determinada distribuidora, sob a perspectiva de um controle mais eficaz do produto comercializado.

A partir da década de 90, durante o mandato do Sr. Fernando Collor de Melo, as normas que regulamentavam o setor passaram a ser gradativamente alteradas, no sentido de diminuir a intervenção estatal. Nasce, então, o Programa Federal de Desregulamentação, que proporcionou a abertura de mercado, incentivando a livre concorrência.

Destarte, o comércio evoluiu, de forma positiva para fornecedores e consumidores, de tal maneira que **os postos revendedores de combustíveis não estão mais obrigados a se vincularem a uma única distribuidora**.

3. DISTRIBUIÇÃO E POSTOS REVENDEDORES

A atividade de **distribuição** consiste na aquisição de combustíveis junto às refinarias, e de álcoois junto às usinas e destilarias, aditivação ou mistura dos mesmos, e posterior distribuição a postos revendedores, indústrias, empresas de transporte e aviação comercial.

Em termos de regulamentação, a Carta Magna de 1988, em seu artigo 238, dispõe que *“a lei ordenará a venda e revenda de combustíveis de petróleo, álcool carburante e outros combustíveis derivados de matérias-primas renováveis, respeitados os princípios desta Constituição”*.

Todavia, a distribuição definida no artigo 6º, inciso XX, da Lei n.º 9.478/97, *in verbis*: *“atividade de comercialização por atacado com a rede varejista ou com grandes consumidoras de combustíveis, lubrificantes, asfaltos e gás liquefeito envasado, exercido por empresas especializadas, na forma das leis e regulamentos aplicáveis”*, atualmente é regulamentada pelas portarias n.º 29, de 9 de fevereiro de 1999, e n.º 202, de 30 de dezembro de 1999, ambas editadas pela Agência Nacional do Petróleo – ANP, órgão este que, por força de lei, regulamenta as atividades de distribuição e revenda de derivados de petróleo e álcool.

Na realidade, a atividade de distribuição de combustíveis sempre foi regulada por atos administrativos de cunho normativo, tais como resoluções e portarias, atualmente editados pela Agência Nacional do Petróleo. Isto se deve à instabilidade do setor, que torna necessárias intervenções rápidas por parte do governo, inviáveis por meio de tramitação de um projeto de lei pelo Congresso Nacional.

Neste passo insta salientar que, dentre as **obrigações das distribuidoras** elencadas no artigo 20, da Portaria n.º 29/99, da ANP, a mais importante, para o desenvolvimento e compreensão do presente estudo, é a de **observar e respeitar as normas que regem a ordem econômica, o controle do meio ambiente e a segurança do consumidor.**

Por seu turno, os **postos revendedores** varejistas exercem atividade de revenda de combustíveis, em seus estabelecimentos comerciais.

Consideram-se Postos Revendedores de derivados de petróleo os postos de abastecimento de veículos automotores e de serviços relacionados ao setor automotivo, que comercializam, entre aqueles derivados, as gasolinas automotivas e/ou o óleo diesel.

Para esta atividade, além do preceituado no artigo 238 da CF/88, segundo o qual cabe à lei a tarefa de ordenar o setor, os cerca de vinte e cinco

mil postos revendedores existentes no Brasil são regulados pela Portaria n.º 9/97, editada pelo Ministério das Minas e Energia.

4. O CONTRATO DE REVENDA DE COMBUSTÍVEIS

Primeiramente, é importante ressaltar que o ordenamento jurídico brasileiro veda a aquisição de derivados de petróleo diretamente pelos postos revendedores junto às refinarias, bem como a venda de combustíveis pelas distribuidoras diretamente ao consumidor final.

Assim sendo, a forma apropriada para a operacionalização do comércio de combustíveis e seus derivados é a triangulação distribuidora - posto revendedor - destinatário final. Para tanto, faz-se necessária a pactuação entre as distribuidoras e os revendedores, através de um contrato.

Desta forma, o objetivo precípua da avença é o estabelecimento de um vínculo entre distribuidora e posto revendedor, pelo qual aquela abastece os tanques deste, conforme condições de galonagem, preços e prazos, gerando lucros para ambas as partes.

No tocante à natureza jurídica do contrato, preliminarmente tem-se que este é um pacto atípico, ainda que seja formado por obrigações oriundas de contratos típicos. É, por igual, um contrato totalmente de adesão, pois além de ser idealizado unilateralmente pela distribuidora, esta impõe cláusulas absolutamente leoninas e não admite qualquer mudança substancial no conteúdo deste instrumento.

Portanto, pode-se dizer que o contrato de revenda é complexo, eis que é uma mistura de vários contratos.

5. A CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDADE E O ABUSO DO PODER ECONÔMICO

A cláusula de exclusividade, elemento essencial à caracterização do contrato de revenda, **consiste na vinculação do revendedor varejista à distribuidora, da qual decorre a obrigação do primeiro em comercializar em seu posto revendedor unicamente produtos fornecidos pela segunda, garantindo assim à distribuidora um escoamento de seus produtos.**

Em retribuição a esta exclusividade, as distribuidoras oferecem uma série de vantagens aos revendedores varejistas, tais como a licença do uso da marca, insígnia e cores, sobre os quais incide toda a propaganda e publicidade da distribuidora, além do fornecimento em comodato dos equipamentos necessários ao funcionamento do posto.

Como visto alhures, determinadas distribuidoras de combustíveis que propulsionaram a atividade econômica do comércio de derivados de petróleo, quais sejam, Esso, Shell e Texaco, Atlantic, Ipiranga e Petrobrás. Sempre detiveram o oligopólio da distribuição de combustíveis no Brasil, numa política de boa vizinhança, ou seja, cada uma respeitava o nicho de mercado da outra, chegando ao cúmulo de tais empresas serem chamadas de “seis irmãs”, auferindo lucros exorbitantes, face ao manifesto domínio exercido sobre o mercado, em detrimento dos consumidores.

Gozavam, ainda, de inúmeros privilégios da legislação pátria, no sentido de controlar em seu favor a distribuição e a revenda a varejo. Tal fato se observava na proteção que o antigo Conselho Nacional do Petróleo dava às distribuidoras, e somente a elas, o poder de requerer àquele órgão a autorização para instalação de postos revendedores, isto é: quem quisesse abrir um posto de gasolina necessariamente deveria revender produtos de uma destas distribuidoras.

Decorrentes de seu elevado poderio econômico e da malsinada exclusividade, as distribuidoras utilizavam-se e ainda se utilizam de expedientes duvidosos, cujas causas e efeitos passaremos a abordar.

Pode-se dizer, com base em firme entendimento doutrinário, que existe evidente **incompatibilidade entre a cláusula de exclusividade e os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência**, respaldados constitucionalmente como fundamentos da ordem econômica, através dos artigos 170, *caput*, IV e parágrafo único, e 173, §4º, da Lei Maior:

“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:

(...)

IV – livre concorrência;

(...)

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.”

“ Art. 173. (...)

(...)

Parágrafo 4º. A lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação de mercado, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros.”

Como conseqüência desta determinação constitucional, foi promulgada em 11 de junho de 1998 a Lei Antitruste n.º 8884/94, que por seus artigos 20, I, II e IV, e 21, I, II, IV, V, IX, XI e XII, caracterizam como infração à ordem econômica as seguintes condutas:

“Art. 20 - Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos, sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;

II - dominar mercado relevante de bens ou serviços;

(...)

IV - exercer de forma abusiva posição dominante.

Art. 21 - As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no art. 20 e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica:

I – fixar ou praticar, em acordo com concorrente, sob qualquer forma, preços, condições de venda, de bens ou de prestação de serviços;

II - obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes;

(...)

IV - limitar ou impedir o acesso de novas empresas ao mercado;

V - criar dificuldades à constituição, ao funcionamento ou ao desenvolvimento de empresa concorrente ou de fornecedor, adquirente ou financiador de bens ou serviços;

(...)

IX – utilizar meios enganosos para provocar a oscilação de preços de terceiros;

XI - impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes, preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros;

XII – discriminar adquirentes, ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços”

Neste diapasão é oportuno citar o ensinamento do douto Prof. José Afonso da Silva, ao preconizar que *“não só o Estado restringe a iniciativa privada, mas também o poder econômico privado, que, fundado especialmente na concentração de empresas, é fator de limitação da própria iniciativa privada, na medida em que a concentração capitalista impede ou estorva a expansão das pequenas iniciativas econômicas”*.

Com efeito, a cláusula de exclusividade produz, efetivamente, inúmeros efeitos limitadores da liberdade de iniciativa: a uma porque permite a alteração radical das bases negociais a qualquer momento; a duas em virtude da imposição de sanções e exigências descabidas, em visível tratamento discriminatório, acabando por retirar totalmente a capacidade de competitividade dos postos revendedores no mercado.

Importante, igualmente, ter em vista a definição de abuso do poder econômico como sendo o a conduta no mercado que prejudica o nível eficiente de competição; são as práticas restritivas, decorrentes de acordo entre empresas, que impedem, falseiam, ou limitam a concorrência, e as práticas monopolistas consistentes na exploração abusiva de uma posição dominante sobre o mercado ou parte substancial dele.

Para melhor entendimento exemplifica-se: O Posto Revendedor “X”, atrelado à Distribuidora “Y”, sempre comprou combustíveis com preços previamente acordados e prazo de, no mínimo, 10 dias de carência, compreendidos entre a data do recebimento do combustível e o respectivo

vencimento da fatura, criando assim um costume negocial ao qual o Revendedor se adaptou e alicerçou todas as bases de sua atividade. No entanto, de forma abrupta, a Distribuidora começa a exigir preços diferenciados e condicionar a venda de seus produtos ao Posto apenas mediante pagamento antecipado, sob pena de cancelamento do abastecimento e ameaça de remoção dos equipamentos essenciais cedidos em regime de comodato, demonstrando tratamento desigual em relação aos demais revendedores, e buscando a eliminação das pequenas sociedades comerciais do mercado, em razão do completo desinteresse econômico sobre empresas que não adquirem altas quantidades de combustível. Ora, após a criação deste hábito negocial perfeitamente definido, não pode a parte detentora do maior poderio econômico, em atitude de surpresa, promover a alteração substancial na rotina contratual, sem que para tanto conceda um período de adaptação para o implemento da nova postura, ainda mais quando desta alteração resulta prejuízo injustificado para a parte contrária.

No exemplo acima restaram evidentes os nefastos reflexos gerados pelo abuso de poder econômico da Distribuidora, que impõe um regime declarado de **escravidão negocial**, onde a finalidade férrea obriga a sociedade comercial a obedecer todas as regras por ela editadas, “engessando” totalmente poder de ação do Revendedor, que resta impossibilitado de buscar outras alternativas no mercado, que melhor venham a atender seus interesses econômicos. Assim, a Distribuidora controla facilmente o mercado a sua volta, excluindo do mercado as empresas desinteressantes sob o aspecto econômico. E estas, em decorrência da perda de competitividade e da impossibilidade de buscar outra distribuidora que esteja a praticar condições mais favoráveis, uma vez que está amarrada à exclusividade de aquisição de combustíveis junto à companhia “predadora”, está fadada a fechar suas portas. Essa é a política de reserva de mercado praticada pelas grandes companhias, visando dominar o mercado nacional de distribuição de combustíveis, trazendo reflexos diretos para toda a nação.

É notório que para a sobrevivência no concorrido mercado de combustíveis, é necessário o oferecimento de prazos mais dilatados para o consumidor, além de preços competitivos, pois quem não dispuser de tais condições pode-se considerar fora do mercado.

Para coibir os abusos supramencionados, e beneficiar a atonicidade e a fluidez do mercado, faz-se necessário liberar os revendedores da política discriminatória dispensada pelas Distribuidoras às empresas de pequeno porte, quebrando a exclusividade da aquisição de derivados de petróleo, autorizando-os a adquirir combustíveis de outros fornecedores, onde possa auferir melhores preços e prazos de pagamento, garantindo assim sua permanência no mercado e reaquisição de sua capacidade de competição.

6. QUEBRA DE EXCLUSIVIDADE - OS POSTOS BANDEIRA BRANCA

Este clarividente abuso de poder econômico por parte das Distribuidoras, com embasamento legal, perdurou até meados da década de 90, quando, em virtude do processo de abertura do mercado de combustíveis, teve início, no Brasil, o revolucionário modelo americano de posto revendedor, desvinculado da marca de qualquer distribuidora, liberando-se, assim, a implantação dos chamados “**postos bandeira branca**”, que nada mais são senão o fato do posto revendedor não ostentar mais a insígnia ou marca de qualquer distribuidora.

Com a liberação dos preços dos combustíveis essa modalidade de operação cresceu de grande maneira, uma vez que passou a ser mais rentável atuar adquirindo combustíveis de pequenas distribuidoras, com preços inferiores aos das grandes companhias, mesmo que para isso fosse necessário um maior investimento inicial, porém com perspectivas de maiores lucros, a longo prazo.

Sendo assim, muitos revendedores de combustíveis atrelados por contratos leoninos às grandes distribuidoras, vislumbrando a possibilidade de virem aumentada a lucratividade de sua empresa, vêm requerendo e conseguindo a quebra da exclusividade do contrato de revenda que mantêm com as grandes companhias, alegando, em suma: a) a imperiosa missão reservada ao Poder Judiciário de relativizar o princípio da *pacta sunt servanda*, visando resgatar o equilíbrio das relações contratuais; b) a consagração do princípio da continuidade da empresa; afastar a incidência do abuso do poder econômico; c) resguardar a livre concorrência.

Corroborando este entendimento, transcreve-se a ementa da decisão do Egrégio Superior Tribunal de Justiça, que expressa claramente o ideal pela preservação da empresa:

*“Comercial. Sociedade por quota. Morte de um dos sócios. Herdeiros pretendendo a dissolução parcial. Dissolução total requerida pela maioria social. **Continuidade da empresa.** Se um dos sócios de uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada pretende dar-lhe continuidade, como na hipótese, mesmo contra a vontade da maioria, que busca a sua dissolução total, deve-se prestigiar o princípio da preservação da empresa ,acolhendo-se o pedido de sua desconstituição apenas parcial ,formulado por aquele, **pois a sua continuidade ajusta-se ao interesse coletivo, por importar em geração de empregos, em pagamento de impostos, em promoção do desenvolvimento das comunidades em que se integra, e em outros benefícios gerais.**” Recurso conhecido e provido. (REsp 61278/SP, Relator Min. Cesar Asfor Rocha, j. 25/11/1997, O. J.: Quarta Turma, D.J.U. 06/04/1998). (Grifamos e negritamos)*

E, com fulcro no artigo 29 da Lei 8884/94, os postos revendedores requerem a reprimenda das práticas que constituem infração à ordem econômica, *in verbis*:

“Art. 29. Os prejudicados por si ou pelos legitimados do artigo 82 da lei 8078, poderão ingressar em Juízo para, em defesa de seus interesses individuais ou homogêneos, obter a cessação de práticas que constituem infração da ordem econômica, bem como o recebimento de perdas e danos sofridos, independente de processo administrativo, que não será suspenso em virtude do ajuizamento da ação.” (grifo nosso).

Passaram a coexistir, a partir de então, no Brasil, dois modelos de operação de postos de abastecimento de combustíveis, o tradicional que, atrelado a um contrato de revenda com uma distribuidora, adquire produtos exclusivamente desta, e o de bandeira branca, que, por não estar vinculado a uma distribuidora em especial, adquire combustíveis de qualquer delas, por intermédio de contratos de compra e venda mercantil, possuindo o dever de informar ao consumidor, em cada bomba de abastecimento, a distribuidora que fornece o referido combustível.

Inicialmente, esta implantação de postos bandeira branca foi muito mal sucedida, pois não interessava aos empresários deixar de lado um sistema conhecido e rentável até então, para aventurar-se em um negócio sem

o suporte econômico de uma grande distribuidora, e sem garantia de retorno do investimento.

Em praticamente todo o Brasil pode-se observar esta espécie de estabelecimento comercial, com o posto podendo caracterizar seu estabelecimento da maneira que melhor lhe convier.

Por sua vez, as grandes distribuidoras alegam que, com a desregulamentação do setor, houve uma forte distorção na concorrência, afetando diretamente o consumidor, com a atuação de distribuidoras não qualificadas, postos vendendo combustível adulterado (além de não se sabendo a origem do produto), sonegação de impostos, além do fato de empresas beneficiadas com liminares podem oferecer preços muito inferiores aos praticados no mercado. Afirmam também a formação de cartel por parte das pequenas distribuidoras, que venderiam combustível a um preço muito abaixo do praticado pelos postos afiliados às grandes distribuidoras.

No entanto, esses argumentos, apesar de refletirem de certa maneira a verdade dos fatos, não servem de embasamento para que seja mantida a cláusula de exclusividade nos contratos de revenda, pois cabe ao Estado, através de seus órgãos, como por exemplo a Agência Nacional do Petróleo, Ministério Público e Secretarias Estaduais da Fazenda e Receita Federal coibirem estas práticas lesivas ao consumidor, permitindo assim o exercício da livre concorrência, sem lesar o consumidor/contribuinte.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um primeiro momento, apenas um seleto número de distribuidoras dominavam o comércio varejista de combustíveis no Brasil, pois somente por intermédio delas é que poderia ser concedido o registro de posto revendedor de combustíveis perante o Conselho Nacional de Petróleo, caracterizando portanto um verdadeiro cartel, chegando a formar um sindicato que defenderia os interesses da categoria, o Sindicom – Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e Lubrificantes -, entidade representativa, a nível nacional, das companhias distribuidoras de combustíveis, álcool e lubrificantes, formado apenas pelas grandes corporações, de âmbito nacional, como Ipiranga, Esso, Petrobrás, Shell, e Texaco.

Com este respaldo legal, eram impostas inúmeras condições favoráveis à dominação deste segmento do mercado por parte das grandes companhias, em detrimento dos postos revendedores. Normalmente o instrumento mais utilizado era a cláusula de exclusividade, que obrigava o revendedor a comprar produtos somente da distribuidora à qual estava atrelado, além de outras práticas de abuso de poder econômico, como diminuição abrupta de prazos para pagamento, além de imposição de preços.

Porém, com o advento de nova legislação do setor (o chamado Programa Federal de Desregulamentação), surgiram novas companhias distribuidoras de petróleo, as chamadas “pequenas” ou “regionais”, que ofereciam melhores condições para a realização do negócio, tais como preços e formas de pagamento, o que resultaria numa vantagem que poderia ser repassada ao consumidor final. Chegaram também a formar um sindicato que defendesse seus interesses, o Brasilcom, Sindicato das Distribuidoras Regionais Brasileiras de Combustíveis, marginalizado pelas grandes distribuidoras, que, ressentidos com a perda de mercado, o acusavam de defender práticas desleais, que iam desde adulteração de combustíveis até sonegação de impostos.

A partir do momento desta liberação do modo de contratação entre distribuidoras e revendedores, e dos preços dos combustíveis, inúmeros postos revendedores buscaram, com sucesso, a tutela jurisdicional para que

fosse determinada a quebra da exclusividade em face do abuso de poder econômico e com fulcro no princípio da livre concorrência.

Com o sucesso na quebra da cláusula de exclusividade, registrou-se uma queda na vendas por parte das líderes na distribuição do combustível, enquanto cresceram as vendas das empresas com menor participação, principalmente, das pequenas distribuidoras filiadas ao Brasilcom. Mas uma mancha ainda pairava sobre essas empresas: a das liminares. Elas fazem parte do grupo de distribuidoras que evoluíram depois da flexibilização do monopólio, principalmente com a venda de gasolina, mas sob suspeita (infundada, na maioria das vezes), de não terem agido com lisura fiscal.

Tal fato pode ser observado através da fiscalização mais rigorosa exercida pela Agência Nacional do Petróleo, através de programa de monitoramento da qualidade dos combustíveis, bem como o cancelamento de distribuidoras que não comprovem sua regularidade fiscal.

Deve-se salientar, no entanto, que para que esta exclusividade seja quebrada, deve ser rompido totalmente o contrato de revenda entre distribuidora e posto revendedor, que a partir deste momento não mais pode ostentar os sinais distintivos da distribuidora a qual estava atrelado, devendo ainda informar ao consumidor qual distribuidora está fornecendo combustível para seu estabelecimento comercial, para que desta feita não fique configurada prática considerada lesiva ao consumidor.

Desta feita, tem-se que houve um grande avanço no sentido de combater o abuso de poder econômico das grandes distribuidoras, sendo assim garantido o princípio da livre iniciativa e livre concorrência, em detrimento do abuso do poder econômico

Por derradeiro, achamos pertinente a transcrever o pensamento de Harold Laski, citado pelo professor Arnoldo Wald em sua obra “ Obrigações e Contratos”, *in verbis*:

“Ou a democracia política deve dominar o monopólio econômico, ou o monopólio econômico dominará a democracia política”.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANP muda fiscalização de posto e distribuidora. S.N. Folha de São Paulo. 08.08.99, 2º caderno, p.5.

ALVES DE SOUZA, Severiano. *Evolução da Atividade Econômica do Comércio Varejista de Combustíveis no Direito Brasileiro.* Salvador, 1994.

BASTOS, Celso Ribeiro. *Curso de Direito Constitucional*, 20ª Edição, São Paulo: Saraiva, 1999.

Jornal Estado de São Paulo, 4 de julho de 1999. Distribuidora pequena ameaça Petrobrás e Shell. S.N

<http://www.anp.gov.br>. *ANP cancela registro de distribuidoras.*

<http://www.anp.gov.br>. *ANP fecha novos convênios para programa de monitoramento da qualidade dos combustíveis.*

<http://www2.petrobras.com.br/internas/acompanhia/index.stm>.

<http://www.sindicom.com.br>. *O Sindicom: Entidade.*

REQUIÃO, Rubens. *O Contrato de Concessão de Venda com Exclusividade (Concessão Comercial).* Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, ano XI, nº7, 1972, São Paulo: RT, p. 17.

SILVA, José Afonso da. *Curso de Direito Constitucional Positivo.* 13ª Edição, São Paulo: Malheiros, 1997.