



FORMULÁRIO DE COMENTÁRIOS E SUGESTÕES

TOMADA PÚBLICA DE CONTRIBUIÇÕES N° 4/2018____ - DE 21/09/2018 a 20/10/2018

NOME: SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE DERIVADOS DE PETRÓLEO NO ESTADO DE GOIÁS
- SINDIPOSTO

<input type="checkbox"/> agente econômico <input type="checkbox"/> consumidor ou usuário			<input checked="" type="checkbox"/> representante órgão de classe ou associação <input type="checkbox"/> representante de instituição governamental <input type="checkbox"/> representante de órgãos de defesa do consumidor
Tomada Pública de Contribuições sobre a tutela regulatória da fidelidade à bandeira.			
ASSUNTO	PROPOSTA	JUSTIFICATIVA	
TPC nº 4/2018	Manutenção da fidelidade à bandeira	<p>A norma que promove a tutela regulatória da fidelidade à bandeira, da forma atualmente estabelecida, já atende aos integrantes da cadeia de consumo, especialmente ao consumidor.</p> <p>Isso porque a vinculação entre a exibição de marca comercial de certo distribuidor, e a obrigatoriedade de comercialização exclusiva de seus combustíveis pelo revendedor, é justamente o que dá confiança ao consumidor sobre a qualidade do produto que adquire. É esse o fundamento principal do art. 25, §2º, 3º e 4º, da Res. ANP 41/2013. Ou seja, se um posto revendedor opta por exibir certa marca comercial, cria-se no consumidor a expectativa quanto à procedência e confiabilidade daquele combustível.</p> <p>Por outro lado, caso seja possível ao revendedor comercializar combustíveis provenientes de outras distribuidoras, diferentes daquela cuja marca é exibida, fatalmente o consumidor será induzido a erro. Ele vai abastecer em determinado posto revendedor bandeirado, possivelmente vai pagar mais caro em razão do valor agregado pela marca, mas o combustível será de uma distribuidora qualquer que não necessariamente tem o renome da bandeira exibida pelo posto, e talvez até de pior qualidade. A frustração às legítimas expectativas do consumidor é flagrante. Aliás, sob esse prisma a fidelidade à bandeira promove a própria garantia de qualidade do combustível, e como tal é merecedora da tutela regulatória por parte da ANP. A manutenção de fidelidade à bandeira também está intrinsecamente vinculada com o disposto no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor, que estabelece como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição e qualidade. E, ainda, o art. 37, §1º do CDC considera que é</p>	

		<p>enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.</p> <p>Ademais, note-se que a presente TPC se insere no contexto de grupo de trabalho formado pelo CADE e pela ANP, cujo objetivo principal é a criação de mecanismos para promoção da concorrência no setor. Ocorre que a ampla concorrência já é garantida em razão da faculdade que tem o revendedor de ostentar ou não bandeira de distribuidora. Ou seja, cada revendedor tem a opção de exibir ou não marca comercial de distribuidora, tratando-se de questão de mercado: de um lado, determinado revendedor pode entender que é mais interessante ser bandeira branca, pois assim obterá menores preços e aumentará sua competitividade em relação aos seus concorrentes. Por outro lado, para outro revendedor pode ser mais interessante ser embandeirado, pois a exibição da marca de renome da distribuidora aumentará sua clientela e garantirá sua competitividade.</p> <p>Em nossa visão, o rompimento da fidelidade à bandeira gera desigualdade de tratamento entre os revendedores. Os que possuem contratos em curso não poderão comercializar combustíveis de outras distribuidoras, pois a cláusula de exclusividade é expressa em quase todos os contratos de CVM. Além disso, a medida é prejudicial aos revendedores bandeira branca, que atualmente têm sua competitividade no mercado garantida pelos preços inferiores que praticam.</p> <p>Por fim, entendemos que o grande problema enfrentado pela revenda não diz respeito propriamente à fidelidade à marca, mas sim às condições de rescisão de um contrato desequilibrado onde a distribuidora esteja impondo preços não competitivos, situação bastante corriqueira. Como as penalidades contratuais são extremamente gravosas ao revendedor, este normalmente é compelido a manter a relação contratual com a distribuidora mesmo em situações economicamente desfavoráveis. Desse modo, sugerimos que a ANP passe a regular as condições mínimas para um distrato contratual, sem multas para qualquer das partes, nos casos em que a distribuidora não consiga ou não queira fornecer combustíveis ao posto revendedor em condições de lhe assegurar a regular competitividade com os demais postos concorrentes. Nesse caso, partindo-se para o distrato contratual sem ônus, o revendedor descaracterizaria a imagem e devolveria equipamentos e investimentos eventualmente realizados pela distribuidora no posto e passaria incontinentemente a poder comercializar combustíveis de outras distribuidoras, dando maior fluidez ao mercado e reduzindo as capturas econômicas impostas pelas distribuidoras aos postos revendedores. Esta sim, em nossa modesta concepção, seria uma alternativa viável, eficaz e que não violaria o direito de informação ao consumidor, ampliando ainda a concorrência entre as distribuidoras e os postos revendedores.</p>
--	--	---

--	--	--

Este formulário deverá ser encaminhado à ANP para o endereço eletrônico: *tpc_fidelidade_bandeira@anp.gov.br*.