SINDIPOSTOSES

Circular nº 05/2016
Vitória, 20 de janeiro de 2016

Aos postos filiados ao Sindipostos

Ref.: **INFORMATIVO JURÍDICO SINDIPOSTOS – DEZEMBRO/2015.**

1 – NOTÍCIAS

CARTÕES DE FROTA AVANÇAM SOBRE MARGENS DO POSTO

A participação dos cartões pré-pagos no pagamento de combustíveis vem crescendo significativamente. Para a revenda, a notícia só não é melhor porque muitas das empresas que mantêm cartões de administração de frota estão aumentando suas taxas e também prorrogando os prazos de pagamento das vendas efetuadas pelos postos.

Há casos em que as administradoras já pedem 38 dias para devolução (pagamento), fora a semana do fechamento, o que chega a até 45 dias desde que o posto entregou o combustível ao usuário do cartão.

A realidade é inversa a dos cartões de crédito e débito que, devido à concorrência, baixaram os percentuais cobrados pela intermediação do pagamento. A média hoje é de 2,5% para crédito e 1,5% para operações de débito em postos de combustíveis.
Já entre as empresas de cartões pré-pagos, há casos em que a taxa chega a 4,2%.

Indefinição
O mercado de cartões de administração de frotas é regulado pelo Banco Central (BCB) e está previsto na nova legislação de meios de pagamentos do País (Lei 12.865/13).

Atualmente há um grande número de cartões, dos quais os mais conhecidos são Ticket Card, Good Card, Sodexo Pass, VR Auto, Policard, Pix-Fleet Card, Fit Card, Repon e Vale Card.

Para José Camargo Hernandes, presidente do Sindicombustíveis Resan, o avanço desses cartões sobre as margens da revenda permite afirmar que os vilões já não são mais os cartões de crédito. Ele cita um contrato assinado em 2006 por ele com uma destas bandeiras cuja taxa de administração estava fixada em 1,5%, com prazo de 30 dias para devolução do dinheiro ao posto.

“Agora, já aumentaram para 3,5% e para 35 dias e ainda estão querendo ampliar o prazo para 38 dias, fora a semana de fechamento, o que dará 41 dias na média para me devolver o dinheiro”.

Artur Schor, do Auto Posto Vila Nova, em Cubatão, cita um caso em que bastou a empresa conseguir a conta de um órgão público da Cidade para passar a margem de 3,2% para 4,2%. “Elas usam a concorrência como arma. Sabem que o revendedor não pode perder aquelas vendas e, por isso, mudam as regras do jogo a toda hora. Em muitos dos contratos, as taxas são anotadas a caneta pelo representante que nos procura”, explica, destacando a dificuldade que é ser atendido para resolver um problema ou para renegociar as cláusulas.

“Enquanto, em tese, a polêmica do cartão de crédito, o que inclui taxas abusivas e a possibilidade de diferenciação de preço para compras à vista e a prazo, está bem encaminhada, estamos vendo, agora, os cartões de administração de frota corroendo as margens dos combustíveis”.
José Camargo Hernandes, Presidente do Sindicombustíveis Resan

Abusos
Postos & Serviços fez uma pesquisa junto aos postos da Baixada Santista e constatou que a cobrança de taxas varia entre 2,5% e 4,2%. Mas como saber se essas taxas estão de acordo com o que diz a lei? Há abusos? Quem regula esse mercado?
P&S tentou entrar em contato com algumas das administradoras, sem sucesso. Não há telefones na maioria dos sites e, quando se consegue contato, a resposta é que não há interesse da empresa em participar da reportagem.

Ainda assim, P&S conseguiu fazer algumas simulações pela internet onde constatou que há casos em que a empresa administradora do cartão recebe à vista do cliente, que também paga uma taxa e, ainda assim, demora mais de um mês para devolver o dinheiro ao posto, cobrando mais um percentual a título de administração.

De acordo com assessoria de imprensa do Banco Central, a instituição não tem estatísticas sobre o segmento. “As empresas que proveem esse tipo de serviço ainda estão em processo de autorização nesta autarquia e, portanto, só após a conclusão desse processo é que o BCB passará a supervisioná-las e obter dados”. Da mesma forma, questionamos se há controle por parte do banco sobre as taxas de administração cobradas pelos cartões de combustíveis. A resposta é que as taxas são livres, como qualquer preço de mercado regulado pelo Banco Central. Também não há regras para o prazo de liquidação das operações. Ou seja, caberá ao comerciante resistir aos contratos que oferecem cláusulas abusivas.

"Nas maiores empresas, o principal problema é a imposição de prazos mais longos para o posto receber a venda. Em uma das maiores administradoras, temos que acumular as vendas da semana e enviar todas as faturas num dia determinado para cada posto. No meu caso é a segunda-feira. Se eu perder a data ou for feriado, terei de esperar até a próxima segunda para enviar o relatório e daí esperar 38 dias para receber", concluiu Scho.

Fonte: Revista Postos e Serviços

VENDAS DE ETANOL CRESCEM 43,2%, NO ACUMULADO DE JANEIRO A NOVEMBRO

As vendas de etanol hidratado das distribuidoras associadas ao Sindicom somaram cerca de 10.2 bilhões de litros no acumulado do ano, de janeiro a novembro, resultado 43,2% superior ao registrado no mesmo período em 2014.

No mês de novembro, as vendas do produto atingiram a marca de 852,8 milhões de litros, resultado 16,5% superior ao registrado no mesmo mês no ano passado.

Devido à opção do consumidor pelo etanol, estimulado pela relação de preço ainda favorável em alguns estados, a demanda por gasolina recuou 8,7% no acumulado do ano e 6,2% em novembro ante o mês de outubro.

No total, o volume de gasolina e etanol hidratado (em energia equivalente) comercializado de janeiro a novembro ficou 1,3% menor do que em 2014.

Afetada pela menor atividade econômica, as vendas do diesel totalizaram 43,2 bilhões de litros, registrando queda de 5% de janeiro a novembro, na comparação com o mesmo período em 2014.

No mês de novembro, as vendas totais de combustíveis das associadas ao Sindicom alcançaram cerca de 8 bilhões de litros, registrando, no acumulado de janeiro a novembro, um total de 92,7 bilhões de litros.

Fonte: Extraído do site da Fecombustíveis

AS RESPONSABILIDADES DO POSTO EM CASO DE ASSALTOS

Existem várias correntes acerca da responsabilidade civil. No caso de assaltos, duas são as teorias.

A primeira é da responsabilidade do varejista para seus empregados. Isto em caso de o seu funcionário ou preposto ser agredido em função de eventual assalto no estabelecimento, ou mesmo ficar exposto à iminente agressão por parte daquele que cometeu o ato.

Não só o empregado é titular deste direito, mas em caso de falecimento, seus herdeiros ou cônjuges. Trata-se de responsabilidade objetiva.

A outra, distinta da primeira, é para com o cliente presente no momento do ato que resultou em agressão ou esteve na iminência de ocorrer. Trata-se de responsabilidade subjetiva. Ou seja, aquela em que a pessoa que se diz vítima deve provar que o estabelecimento comercial não contava com os aparatos mínimos de segurança.

Assim mesmo, a responsabilidade pela segurança geral emana do Estado, dos aparatos policiais que servem para a segurança do cidadão. Veja-se que a diferença entre a possibilidade de responsabilização entre o primeiro exemplo e o segundo fica muito bem definida

Isto porque o assalto que, eventualmente, ocorre em dependências dos postos de combustíveis é um caso fortuito.

E por que assim é tratado? Porque não há vínculo entre o assalto e o risco do negócio do comércio varejista desta natureza. Obviamente, já ocorreu tentativa de reparação civil por clientes frente a postos de combustíveis em caso de assalto.

Mas a resposta judicial, na sua grande maioria é negativa. Em um primeiro momento, porque não se trata de responsabilidade objetiva, como já citada no texto.

Em segundo lugar, porque os estabelecimentos comerciais de combustível não podem ser equiparados aos estabelecimentos bancários, cujo risco do negócio é a circulação de valores, além de possuir uma legislação própria (Lei n° 7.102/83).

Neste sentido, importante relatar parte do voto do Ministro Massami Uyeda (Resp. nº 1243970, 3° Turma do STJ) ao negar um pleito indenizatório pretendido pelo cliente: "… um posto de gasolina é local necessariamente aberto ao público, e a ocorrência de assaltos nessas condições não está relacionada à pretensão específica de seu serviço".

Assim, partindo do raciocínio judicial acima citado, não é o estabelecimento responsável para indenizar clientes em caso de ocorrência de assalto.

Fonte: Revista Posto Avançado

DF – AUTORIZADO POSTOS DE COMBUSTÍVEIS EM SUPERMERCADOS E SHOPPINGS

Projeto foi aprovado na Câmara Distrital no dia 16/12/2015.

A CLDF (Câmara Legislativa do Distrito Federal) aprovou nesta quarta-feira (16) o projeto que permite a instalação de postos de combustíveis em supermercados e shoppings do DF. A medida foi proposta pelo deputado distrital Chico Vigilante (PT).

O argumento para o projeto é de que com a instalação de mais postos, o preço dos combustíveis vendidos no DF pode diminuir. O projeto de lei atendeu a uma recomendação da Polícia Federal, do Ministério Público do DF e do Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica).
Fonte: ALDF

ANP – NOVO SISTEMA DE REGISTRO DE DOCUMENTOS PARA POSTOS

O objetivo do novo sistema, o SRD-PR – Sistema de Registro de Documentos dos Postos Revendedores é simplificar o processo e facilitar o atendimento de cerca de 40 mil postos de combustíveis atuantes no Brasil.

O SRD-PR também permitirá maior eficiência no contato com a ANP, reduzindo custos e tempo, além de permitir o acompanhamento pela internet.

Com a nova ferramenta, todas as solicitações referentes ao cadastro de postos de combustíveis automotivos, como o requerimento de autorização para o exercício da atividade de revenda varejista e as atualizações cadastrais, passarão a ser feitas diretamente no site da ANP.

Em sua fase inicial, o agente econômico poderá acessar o novo sistema por meio do site da ANP (Página principal: "Distribuição e Revenda" – Páginas Relacionadas: "SRD-PR") ou seguir o procedimento atual, enviando as fichas em papel pelos correios. Se o agente optar pelo cadastro através do novo sistema (SRD-PR), as fichas em papel não deverão ser encaminhadas pelo correio.

Para que o agente econômico consiga efetuar o registro, é necessário um cadastro prévio com o uso do Certificado Digital (e-CNPJ) da pessoa jurídica solicitante. O Certificado Digital é utilizado para garantir a segurança na transmissão de informações pela internet. As orientações quanto ao correto uso do sistema estão disponíveis no Manual do Usuário.
Fonte: ANP

FIQUE ATENTO AO NOVO GOLPE DE MÁQUINAS DE CARTÕES

Revendedor é surpreendido por tentativa de novo golpe relacionado às máquinas de cartão.

Um revendedor da cidade mineira de Muriaé, que não quis se identificar, relata ter recebido ao menos quatro ligações nas últimas semanas de uma pessoa solicitando a atualização da maquineta de cartão do posto, dizendo que o serviço de recarga de celular do equipamento precisava ser corrigido.

Como o empresário não possui esse serviço em sua maquineta, ao informar para o golpista a ligação foi encerrada. O revendedor relata, ainda, que as ligações ocorreram em horários não habituais, na tentativa de conversar com pessoas que não trabalham no escritório do posto, como os frentistas, por exemplo.

Diante dessa situação, a orientação é ficar sempre atento a este tipo de ligação. É importante não permitir que pessoas sem autorização façam a manutenção nos equipamentos do posto de combustível.
Fonte: Minaspetro

MG - CHEGOU A HORA DO POSTO BANDEIRA BRANCA? ALTA DOS PREÇOS FAZ REVENDEDORES EM MINAS GERAIS FAZER AS CONTAS

Altos custos na compra de combustíveis enfraquecem a relação entre revendedor e distribuidora.

A desvinculação da marca pode ser a solução do problema. O revendedor está farto dos altos custos praticados pelas distribuidoras na compra de combustíveis. Dependendo do caso, desbandeirar o posto pode ser uma opção viável e rentável.

Nos últimos meses, o Minaspetro tem sido inundado de reclamações de revendedores de todo o Estado de Minas Gerais que estão vendo seus negócios sucumbirem por falta de competitividade. Isso ocorre porque a concentração do mercado de distribuição, nos últimos anos, está nas mãos de Shell, Ipiranga e BR (Texaco e Esso saíram do Brasil), sem contar a recente crise da Petrobras. Todos esses fatores atingiram em cheio a Revenda. Até então, as vantagens de ter um posto embandeirado estavam claras, porém, hoje, a realidade é bem diferente. A discrepância de custos entre as distribuidoras tradicionais e as de bandeira branca nunca foi tão alta, conforme pode ser observado nos levantamentos semanais realizados pela ANP.

Essa diferenciação de preços praticada pelas distribuidoras e constatada entre postos bandeirados e não bandeirados tem trazido significativas mudanças no mercado, com o surgimento de novas oportunidades para quem não quer ter um vínculo de exclusividade com uma única companhia. Mesmo em revendas pequenas e com estruturas mais modestas, os estabelecimentos de bandeira branca têm drenado as vendas de cidades inteiras. Diariamente, revendedores reportam ao Departamento Jurídico do Minaspetro que estão comprando combustíveis da distribuidora a um valor mais alto do que o concorrente está vendendo na bomba e, pior, às vezes precisam, ainda, explicar para o Ministério Público o porquê desse preços.

Esses postos buscam soluções jurídicas para tentar evitar a completa ruína de seus estabelecimentos, e muitos já estão a ponto de requerer recuperação judicial ou, até mesmo, encerrar as suas atividades. O Sindicato não é a favor ou contra os postos de bandeira branca ou bandeirados, mas está constatando o fato de que muitos estabelecimentos estão em sérias dificuldades, em todo o Estado, por falta de competitividade causada pelos altos preços impostos pelas distribuidoras. Um dos exemplos é Evandro Lúcio de Faria, revendedor de Belo Horizonte e dono de alguns postos na cidade, que, ao perceber o movimento do mercado, aguardou o encerramento dos contratos para transformar três dos seus estabelecimentos em bandeira branca. O empresário não se arrepende. Além da sensação de liberdade conquistada, as melhores condições na hora da compra de combustível são evidentes.

Como ainda possui postos bandeirados, é impossível não fazer uma comparação entre os valores. "Já cheguei a pagar R$ 0,18 de diferença." Segundo ele, se os preços continuarem sendo gradativamente elevados pelas distribuidoras, a ideia é deixar todos os postos desbandeirados. Assim como Evandro, o revendedor mineiro de maneira geral está insatisfeito com a relação comercial com as fornecedoras de combustíveis. Contratos de longos períodos, custos altos na compra e obrigações com planos de marketing têm sido algumas das queixas mais frequentes dos empresários quando buscam auxílio jurídico do Sindicato para tentar reequilibrar seus contratos com as distribuidoras. Com tamanha insatisfação e com o contrato perto do fim, surge a dúvida: vale a pena passar o posto para bandeira branca? "De cinco a seis meses para cá, em BH, não há dúvida. Ser bandeira branca é muito mais vantajoso", na opinião de Flávio Lara, proprietário da Rede Flex, empresário há 25 anos no ramo. Como já se sabe, três grandes distribuidoras dominam o mercado.

Com toda essa força comercial, segundo alguns revendedores, elas aproveitam para persuadi-los com contratos que, muitas vezes, não atendem seus reais interesses. O grande volume de fiscalizações, os bons índices de não conformidade e adulteração verificados em Minas e os altos preços praticados pelas distribuidoras, além de metas descabidas de galonagem, fazem da bandeira branca uma boa opção para o revendedor. "Nada atrai mais o consumidor para dentro do posto que o preço, principalmente o mineiro, que entende bem o mercado", comenta Evandro. Humberto Ladeira Costa, sócio-diretor do Auto Posto Cometa, em Leopoldina, tem sentido os efeitos negativos de comprar um combustível caro e ter que revendê-lo a preços maiores do que os dos concorrentes. "Há postos aqui que conseguem vender gasolina a um valor mais baixo do que meu preço de compra.

"É impossível competir", reclama o revendedor. Ele concorda com o ponto de que uma pequena parcela dos consumidores é fidelizada à bandeira, clientes que, segundo ele, não conseguem sustentar tamanha discrepância. O argumento da BR, distribuidora com que trabalha e que, conforme ele relata, "faz os reajustes mais agressivos", é o de que ela pratica os preços do mercado. O empresário refuta e parte para medidas mais drásticas. "Consultei o Departamento Jurídico do Minaspetro para tentar resolver o caso, emitimos uma notificação extrajudicial à BR por preços discriminatórios e por onerosidade

excessiva do contrato e estamos aguardando a resposta. Estou disposto a brigar judicialmente contra a empresa."

Em um mercado tão hostil e até considerado injusto por alguns empresários do ramo, já que o revendedor tem que travar uma briga de Davi contra Golias, Flávio Lara é enfático – é possível, sim, lutar contra as distribuidoras. "O mercado é cíclico, quando estiver ruim para uma, a outra vai ceder mais para ganhar espaço. A grande força do mercado está em nossas mãos. Os postos são nossos, as áreas são nossas, então cabe a nós decidir a qual bandeira vamos aderir. Se o revendedor opera bem seu negócio, ele vai ter o poder de decisão e determinar o que é melhor para o posto."

A assessoria jurídica é sempre um bom caminho para prevenir surpresas e resguardar os direitos dos revendedores nos contratos com as distribuidoras. Porém, é fundamental que esse acompanhamento especializado comece antes da assinatura de um acordo comercial. Advogado do Minaspetro, Arthur Villamil detalha, em entrevista para a revista Minaspetro, quais os principais pontos a serem avaliados antes de fechar um negócio. Confira.

O que é essencial ser verificado pelo revendedor nos contratos com as distribuidoras?

1 - Faça contratos com volumes menores do que a média das suas vendas nos últimos 12 meses. Se você vende 200 m³ por mês, faça um contrato de 180 m³, e não de 220 m³. É melhor antecipar o cumprimento de um contrato do que ficar na mão da distribuidora e ter que pagar pesadas multas e, até mesmo, perder seu negócio para a companhia.

2 – Evite contratos longos, que são um cheque em branco a favor das distribuidoras. Alguns acordos comerciais obrigam os revendedores a comprar milhões de litros de combustível pelo preço do dia. Ou seja, a distribuidora passa a ter o poder de dizer quem vai sobreviver ou não no mercado.

3 – Procure ser proprietário dos tanques e das bombas, isso o (a) fortalecerá em caso de necessidade de mudança de bandeira.

4 – Evite pegar dinheiro antecipado com a distribuidora. A melhor situação é a bonificação trimestral ou semestral. Ou seja, cumpriu o volume estabelecido, recebe o dinheiro. Nessa forma de contrato é possível estabelecer uma cláusula de rescisão com a distribuidora. Isso a obriga a ser competitiva ou, caso contrário, o revendedor rescinde o contrato.

5 – Não aceite a "empurrometria". Você não é obrigado a aceitar os planos de marketing, as franquias de lojas de conveniência e a troca de óleo. Adquira a esses produtos caso tenha real interesse, em momentos distintos da assinatura do contrato de fornecimento.

6 – Não assine o contrato sem, antes, consultar o Departamento Jurídico do Minaspetro.

Quais os maiores problemas encontrados nos contratos com as distribuidoras?

São aqueles relacionados ao cancelamento de contrato. Se a rescisão fosse um procedimento fácil e seguro, qualquer desequilíbrio comercial poderia ser resolvido com a rescisão do acordo pela parte que se sentisse prejudicada, que poderia seguir com seus negócios sem a parceria mal – sucedida, com total independência e liberdade de iniciativa. Isso seria o ideal no mercado de combustíveis. Contudo, a maioria dos contratos com as distribuidoras estabelece multas pesadas e procedimentos complexos de rescisão, para resguardá-las de possíveis descumprimentos de cláusulas contratuais. Com isso, muitos revendedores ficam presos às companhias, mesmo em situações de onerosidade excessiva. Em um contrato de exclusividade entre um revendedor e uma distribuidora existem quatro pontos principais de vulnerabilidade jurídica. O primeiro está ligado às constantes estimativas exageradas quanto ao volume de combustíveis adquirido pelos postos (galonagem total).

Há casos em que os assessores das companhias visitam o estabelecimento, analisam o mercado e fazem estimativa de vendas acima do real potencial do revendedor. Assim, muitos contratos são fechados com uma previsão de galonagem irreal, especialmente em tempos de crise e de queda no consumo de combustíveis. Errar nesse ponto, certamente, acarreta muitas dificuldades ao encerramento do acordo comercial, pois, em geral, as distribuidoras costumam cobrar multas pesadas e, também, a devolução corrigida de eventuais bonificações antecipadas. Nos casos mais sérios, as distribuidoras chegam a exigir a execução das garantias contratuais (em geral, hipoteca e fiança), o que coloca o revendedor em uma situação extremamente delicada. O segundo ponto de vulnerabilidade diz respeito aos procedimentos para devolução de equipamentos, material de publicidade e identidade visual e outros bens cedidos pela companhia aos proprietários de postos.

Com o término da relação, a maioria dos contratos prevê a obrigação de devolver todo e qualquer maquinário, bens e materiais de imagem. O problema é que essa restituição precisa ser previamente notificada à distribuidora, e, em geral, todos os custos dessa operação correm por conta do revendedor. Esse ônus pode ser alto, assim como os transtornos causados ao estabelecimento. Especialmente nos casos de devolução de tanques subterrâneos, que dependem da realização de obras complexas, que chegam a paralisar as atividades do posto, exigindo, ainda, análise de cava, procedimentos junto aos órgãos ambientais, além da contratação de frete para devolução desse material à companhia. Por isso, recomendamos que, na medida do possível, o comodato de tanques, que são os equipamentos mais difíceis de substituir, seja evitado.

Caso o revendedor opte por celebrar o contrato de comodato, então é preciso inserir cláusula que confira ao revendedor o direito de adquirir os tanques ao final do contrato, pelo seu valor depreciado, conforme os índices oficiais previstos nas Instruções Normativas SRF 162/1998 e 130/1999 da Receita

Federal do Brasil. Isso assegurará que, ao término do acordo, por qualquer motivo, o revendedor terá a opção de comprar os tanques em vez de fazer dispendiosas obras para devolvê-los à companhia. Já o terceiro item está ligado às multas contratuais por galonagem não cumprida, que, geralmente, são muito pesadas.

Por isso, o ideal é que o contrato não tenha previsão de multa, já que, em certos casos, o revendedor não tem culpa por não conseguir adquirir toda a galonagem contratada. Principalmente quando a própria companhia não pratica preços adequados, comprometendo a competitividade do estabelecimento no mercado, o que torna a multa indevida, pois ela mesma impossibilita o cumprimento do volume contratado. Essa situação pode ser interpretada como uma violação do dever de boa-fé objetiva e de cooperação entre os contratantes para o integral cumprimento do acordo comercial. A maioria dos contratos que temos analisado prevê multas apenas para o revendedor e nada contra as companhias. Isso fere a isonomia contratual.

A multa deve ser aplicável a ambas as partes. Por fim, o quarto ponto que observamos, com certa frequência, é a tentativa de algumas distribuidoras de condicionar a celebração do acordo de compra e venda de combustíveis a outros contratos vinculados, tais como o de abertura de franquias de loja de conveniência e o de troca de óleo. Esse procedimento pode configurar uma infração chamada “venda casada”, que é proibida pelo Direito brasileiro.

O abastecimento nacional de combustíveis é atividade considerada de utilidade pública, conforme previsão expressa da Lei 9.847/1999. A distribuidora não pode induzir ou condicionar a celebração do contrato de compra e venda de combustíveis a outros contratos quaisquer, colocando os seus interesses privados acima do interesse público no bom funcionamento do abastecimento nacional de combustíveis. Assim, recomendamos sempre que o revendedor não se sinta intimidado a contratar franquias para poder ter acesso ao contrato principal de compra e venda de combustíveis. As companhias, simplesmente, não podem impor tais contratos contra a vontade do proprietário de posto, sob a pena de configurar venda casada e, também, afronta à essencialidade da Lei 9.847/1999.

O revendedor deve analisar livremente se tem ou não interesse e capacidade comercial para instalar eventuais franquias, mas jamais pode ser induzido ou condicionado a fazer isso pela distribuidora. Ele deve contratar as franquias somente se entender que, realmente, são interessantes para o seu negócio, no uso regular do seu direito de livre iniciativa e liberdade de fechar novos acordos. Qual é o atendimento prestado pela assessoria jurídica do Minaspetro? O Departamento Jurídico Cível/Comercial do Minaspetro tem atendido uma média de dez consultas diárias de revendedores com dúvidas sobre temas relacionados ao Direito Civil e Empresarial. A maior parte diz respeito aos contratos com as distribuidoras. Temos prestado consultoria preventiva aos associados, analisando minutas, termos aditivos e de enceramento contratual, elaboramos notificações e contra notificações e, em alguns casos, o ajuizamento de ações em favor dos revendedores.

Além disso, respondemos a consultas por telefone e e-mail e emitimos pareceres formais para resguardo do associado nos assuntos pertinentes à atividade de rotina do posto. Desde janeiro deste ano, temos prestado serviços de advocacia em defesa de revendedores nos processos de Juizados Especiais e de Pequenas Causas, em todo o Estado, sem qualquer custo para o associado. Qual a sua dica ao revendedor insatisfeito com o acordo com a distribuidora? Temos percebido, recentemente, muitas dificuldades relatadas por associados no que diz respeito ao possível desequilíbrio econômico-financeiro dos contratos. Centenas de revendedores, especialmente do interior do Estado, têm relatado que as companhias parceiras vêm aumentando preços de modo contínuo, possivelmente bem acima dos valores praticados por outras concorrentes que atuam nessas regiões. Segundo esses revendedores, isso tem prejudicado a obtenção da margem de lucro ou até provocado prejuízos, pois eles não conseguem enfrentar a concorrência em razão dos altos preços impostos pelas distribuidoras, vinculados à exclusividade contratual de longo prazo.

Nesses casos, a orientação mais comum é notificar a companhia, pois a política de preços pode estar constituindo um fator impeditivo ao cumprimento da performance contratual, especialmente do volume acordado. Se, mesmo depois de notificada, a distribuidora mantiver valores de combustíveis que ameacem a saúde financeira do revendedor, é possível analisar, caso a caso, a propositura de uma ação de rescisão do contrato por onerosidade excessiva. Ela visa motivar a distribuidora a evitar o cancelamento judicial do acordo comercial, predispondo-se a reequilibrá-lo. Consequentemente, tal iniciativa pode neutralizar e impedir maiores prejuízos ao revendedor. Se a companhia não se dispuser a rever o contrato, o juiz julgará a causa, e, se ficar comprovado que o desequilíbrio foi causado por ela, o contrato será rescindido por sua culpa, e serão aplicadas as multas contra a distribuidora, revertidas em favor do revendedor. Esse tipo de ação encontra pleno amparo jurídico no art. 478 do Código Civil, mas tem sido muito pouco utilizada pela Revenda. No entanto, entendemos que essa seja uma das melhores alternativas nesses casos.

No dia da assinatura do contrato, todos estão felizes, celebrando a nova parceria. Contudo, depois de algum tempo é que o acordo começa a revelar suas peculiaridades e problemas.

Por fim, alertamos para o fato de que é absolutamente indesejável e extremamente arriscado formar grupos ou comitês de revendedores para tentarem negociar diretamente com as companhias melhores condições comerciais. Esse tipo de atuação pode, eventualmente, ser interpretada como uma infração da ordem econômica, punível com multas médias de 15% a 20% do faturamento bruto no último ano fiscal, nos termos do art. 37 da Lei 12.529/2011. Desse modo, a questão deve ser analisada previamente pelo Jurídico, caso a caso, e, somente depois é que serão adotadas medidas individuais para possível discussão judicial dos contratos. Na sua opinião, qual a maior vantagem em ser bandeira branca? Sob o ponto de vista jurídico, é a liberdade comercial e de iniciativa que o revendedor bandeira branca possui.

Esse modelo possibilita plena autonomia na aquisição de combustíveis, já que o revende – dor vai optar pela distribuidora que oferecer as melhores condições comerciais, naquele período. Além disso, ele não está obrigado a adquirir um volume mínimo de – terminado em contrato, não corre risco de sofrer multas e ainda pode desenvolver sua própria marca, know-how, diferenciação no atendimento da clientela, entre outros aspectos. Enfim, no caso da bandeira branca a liberdade é a tônica do negócio. Em contrapartida, esse modelo também oferece riscos, pois não está amparado na marca e na expertise consagrada de uma companhia e, possivelmente sofrerá alguma desconfiança e "pré-conceitos" (injustificados, a meu ver) do consumidor final, já que muitos têm preferência por postos bandeirados, por julgarem que o produto é de melhor qualidade.

Certamente, trata-se de uma visão equivocada, já que os índices de não conformidade medidos pela ANP são muito baixos, comparáveis aos índices de países desenvolvidos. Porém, muitos consumidores ainda veem com ressalvas os estabelecimentos bandeira branca. A falta de uma consultoria jurídica, antes da assinatura do contrato, é arriscada? Por quê? Sim, sem sombra de dúvida. A análise contratual é uma poderosa ferramenta da advocacia preventiva. É muito mais fácil e barato prevenir do que remediar. Ao assinar um contrato de altíssimo valor e de longo prazo, o revendedor está assumindo não apenas riscos comerciais, mas também jurídicos.

Muitas cláusulas podem ser negociadas e revisadas, e a consultoria jurídica especializada é fundamental para evitar que o revendedor feche um acordo comercial com disposições que lhe sejam desfavoráveis e que lhe trarão muitas dificuldades posteriormente. Costumo dizer que, no dia da assinatura do contrato, todos estão felizes, celebrando a nova parceria. Contudo, depois de algum tempo é que o acordo começa a revelar suas peculiaridades e problemas. Por isso, a análise prévia é relevante, seja para alertar o revendedor dos riscos ou para sugerir alterações concretas de cláusulas que poderão no futuro, ser prejudiciais.

Fonte: http://minaspetro.com.br/wpcontent/uploads/2015/12/Minaspetro_dezembro_web.pdf

☞ **OBS.: Maiores informações e esclarecimentos em relação à análise contratual entrem em contato com o departamento jurídico do SINDIPOSTOS ES, através do tel.: (27) 3325-6951.**

2 – MEDIDAS JUDICIAIS

EMPRESA PODE PROIBIR USO DE CELULAR NO TRABALHO

A redução da produtividade não é o único argumento para estabelecer a proibição do uso do celular no ambiente de trabalho.

A perda de atenção amplia os riscos de acidentes graves com danos ao meio ambiente e à saúde. Mas é possível proibir que frentistas, caixas, funcionários de lojas de conveniência, lava - rápidos e estacionamentos usem smartphones ou mesmo aparelhos celulares mais simples durante a jornada diária?

Sim, durante o período de trabalho, o empregador pode exigir que os celulares fiquem nos armários dos vestiários. Para isso, no entanto, o advogado trabalhista do sindicombustíveis / resan de santos (SP), Rodrigo Julião, recomenda que seja instituído na empresa o regimento interno de conduta. O documento é responsável por definir o modo de agir dos empregados na empresa. Cada funcionário deve ser notificado por escrito e uma cópia deve ser mantida em exposição em local interno de comum acesso a todos interessados.

O celular é uma tentação para quem o tem na mão. Além das redes sociais, o whatsapp virou febre entre os 54,5 milhões de brasileiros que têm um smartphone, segundo balanço do final de 2014 da consultoria idc brasil, que já projeta um crescimento de 16% no número de aparelhos para 2015.

Outras categorias

O tema ganhou repercussão país afora. Tanto que em maio do ano passado sindicatos dos trabalhadores e das empresas da construção civil do distrito federal incluíram na convenção coletiva de trabalho uma cláusula que proíbe o trabalhador da construção civil de utilizar o telefone celular, smartphone, tablet e dispositivos similares durante o horário de trabalho realizado em obra, sob pena de advertências e até dispensa por justa causa.

O argumento é que a proibição do celular no ambiente de trabalho “se aplica por uma questão de saúde e segurança do trabalhador”.

Outro case jurídico é sobre decisão do tribunal superior do trabalho que julgou improcedente o pedido de indenização de uma trabalhadora que prendeu a mão em uma prensa de reciclagem de plástico. Os ministros entenderam que o acidente só aconteceu porque a empregada tentou pegar seu celular em cima da máquina, isentando o empregador de responsabilidade uma vez que provou adotar medidas necessárias à prevenção de acidentes, entre elas a proibição do uso de celular em serviço.

O empregador pode proibir o uso de celular?

Sim, desde que exista previsão em norma interna. A nr-20 também proíbe a utilização de celular próximo às bombas de combustíveis. Como todos frentistas passam obrigatoriamente pelo curso de capacitação da norma, eles recebem essa informação.

Que instrumentos a empresa deve usar para garantir que a regra da não permissão de uso do aparelho seja cumprida?

O regulamento interno é o melhor caminho. É preciso deixar claro que a utilização do celular é proibida e que está prevista punição aos que infringirem a regra.

A norma deve constar do contrato de trabalho?

Não é necessário. É preciso tê-la apenas em regimento interno que deve ser assinado pelos funcionários, quando da contratação. Recomendo também que o documento fique em local visível e de acesso para os empregados, no estabelecimento.

Há exceções?

Não existe exceção. É claro que em casos de urgência o funcionário poderá ser autorizado a utilizar o celular desde que em local compatível.

Os que desrespeitarem podem ser advertidos e demitidos por justa causa?

Sim, podem ser advertidos, suspensos e demitidos por justa causa. É preciso lembrar que a justa causa deve ser comprovada através de advertências assinadas e suspensões, conforme o artigo 482 da clt, destacando-se a desídia no desempenho da função e o ato de indisciplina ou de insubordinação.

O que diz a lei trabalhista?

A lei trabalhista não é específica quanto ao uso do celular, mas as empresas podem criar suas próprias regras para uso do celular ou outro dispositivo durante o expediente, sempre por meio do regimento interno de conduta.

Fonte: Advogado Rodrigo Julião

Fonte: Motta Leal Advogados & Associados – Tel.: 3325-6951.