

7. Referências Bibliográficas

ADMINISTRANDO parcerias que agregam valor: A organização em rede. Produção de Ben Bensaou. Mindquest Multimedia Educação Empresarial, 1998. 1 videocassete: VHS, son., color. Didático.

AHUJA, G. The duality of collaboration: Inducements and opportunities in the formation of interfirm linkages. **Strategic Management Journal**, v. 21, n. 3, p. 317-343, 2000.

AIJO, T.S. The theoretical and philosophical underpinnings of relationship marketing: environmental factors behind the changing marketing paradigm. **European Journal of Marketing**, v. 30, n. 2, p. 8-18, 1996.

AKHTAR, I.; KLUMPP, M. Network Management. **Inomic Research & Coaching**, n. 4, p. 1-20, 2002.

ANÁLISE SETORIAL: O FUTURO DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS. São Paulo: Gazeta Mercantil, 2000. 3 Volumes.

ANDERSON, J.C.; NARUS, J.A. A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. **Journal of Marketing**, v. 54, n. 1, p. 42-58, 1990.

ANP. Anuário estatístico: banco de dados. Disponível em <http://www.anp.gov.br/conheca/anuario_estat.asp>. Acesso em: 13 jan. 2005a.

ANP. Fiscalização: banco de dados. Disponível em <<http://www.anp.gov.br/petro/fiscalizacao.asp>>. Acesso em: 13 jan. 2005b.

ANP. Legislação: banco de dados. Disponível em <<http://www.anp.gov.br/leg/legislacao.asp>>. Acesso em: 13 jan. 2005c.

ANP. Lista de postos: banco de dados. Disponível em <<http://www.anp.gov.br/postos/consulta.asp>>. Acesso em: 13 jan. 2005d.

ANP. Boletim de Qualidade: banco de dados. Disponível em <http://www.anp.gov.br/doc/conheca/boletim_qualidade.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2005e.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO: 1989. Departamento Nacional de Combustíveis, 1989.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DO PETRÓLEO: 1990-1999. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Petróleo, 2000.

ATTAWAY, J.S.; WILLIAMS, M.R. At the interface: The nature of buyer-seller interactions and relationships. **Journal of Business Research**, n. 56, p. 243-246, 2003.

AUSTIN, J.E. **Managing in developing countries: Strategic analysis and operating techniques**. New York: The Free Press, 1990.

BACHMANN, R. Trust, power and control in trans-organizational relations. **Organization Studies**, v. 22, n. 2, p. 337-365, 2001.

BALANÇO ANUAL. São Paulo: Gazeta Mercantil, 1991.

BANDEIRA, L.C. **Equipes estratégicas: Uma estrutura de alto desempenho**. 2002. 119p. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina.

BANTHAM, J.H.; CELUCH, K.G.; KASOUF, C.J. A perspective of partnerships based on interdependence and dialectical theory. **Journal of Business Research**, n. 56, p. 265-274, 2003.

BARNEY, J.B. ; HANSEN, M.H. Trustworthiness as a source of competitive advantage. **Strategic Management Journal**, v. 15, p. 175-190, 1994.

_____. How a firm's capabilities affect boundary decisions. **Sloan Management Review**, v. 40, n. 3, p. 137-145, 1999.

_____. **Gaining and sustaining competitive advantage**. 2 ed. Ed. Prentice Hall, 2002. 600 p.

BLOIS, K. B2B 'relationships' – a social construction of reality? **Marketing Theory Articles**, v. 3, p. 79-95, 2003.

BODDY, D.; MACBETH, D.; WAGNER, B.. Implementing collaboration between organizations: An empirical study of supply chain partnering. **Journal of Management Studies**, n. 37, p. 1003-1017, 2000.

BROWNLIE, D.; SAREN, MICHAEL. The four Ps of the marketing concept: Prescriptive, Polemical, Permanent and Problematical. **European Journal of Marketing**, v. 26, n. 4, p. 34-47, 1992.

CARNEIRO, M. O milagre da gasolina. **Revista Veja**. Rio de Janeiro, 23 jul. 2003.

CASCIARO, T. Determinants of governance structure in alliances: The role of strategic, task and partner uncertainties. **Industrial and Corporate Change**, v. 12, n. 6, p. 1223-1251, 2003.

CAVALCANTI, M.A.D.F.; CARNEIRO, J.M.T.; SILVA, J.F. Impactos da privatização sobre as estratégias competitivas de empresas de petróleo: um estudo de caso. **RAE-Eletrônica**, v. 2, n. 2, 2003.

CHILES, T.H.; MCMACKIN, J.F. Integrating variable risk preferences, trust, and transaction cost economics. **The Academy of Management Review**, v. 21, n.1, p. 73-99, 1996.

COASE, R.H.. The nature of the firm. **Economica**, v. 4, p. 386-405, 1937.

_____. The new institutional economics. **The American Economic Review**, v. 88, n. 2, p. 72-74, 1998.

COMBUSTÍVEIS & LOJAS DE CONVENIÊNCIA 2004. Rio de Janeiro: SINDICOM, 2004.

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO - COMBUSTÍVEIS. Brasília, **Relatório Final**, 2003. 216 p.

COUGHLAN, A.T.; EL-ANSARY, A.I.; STERN, L.W. **Marketing Channels**. 5 ed. New Jersey: Ed. Prentice Hall, 1996. 576 p.

CRUZ, R. G.; BUSTELO, F. E.; GAITÁN, J. A.. **Aproximación Empírica Sobre El Análisis De La Literatura De Alianzas Estratégicas**. Universidad de Sevilla, 2003.

CUNNINGHAM, M.; FORD, D.; TURNBULL, P. Interaction, relationships and networks in business markets: An evolving perspective. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 11, n. 3 / 4, p. 44-62, 1996.

DAY, G. S.; REIBSTEIN, D. J. **Wharton on Dynamic Competitive Strategy**. USA: Ed. John Wiley & Sons, 1997.

DEMO, P. **Introdução à metodologia da ciência**. São Paulo: Ed. Atlas, 1985. P. 29-42.

DEHPANDÉ, C. S. R.; FARLEY, J.U.; Beyond market orientation: When customers and suppliers disagree. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 28, n. 1, p. 109-119, 2000.

DOZ, Y.L.. The evolution of cooperation in strategic alliances: Initial conditions or learning processes? **Strategic Management Journal**, v. 17, p. 55-84, 1996.

_____.; HAMEL, G. **Alliance Advantage**. Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1998. P. 1-56.

DYER, J.H.; SINGH, H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. **Academy of Management Review**, v. 23, n.4, p. 660-679, 1998.

_____.; KALE, P.; SINGH, H. How to make strategic alliances work. **MIT Sloan Management Review**, v.42, n. 4, p. 37-43, 2001.

EISENHARDT, K. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, v.14, n.4, p. 532-550, 1989.

FINAZZI, L. A batalha pelo mercado da revenda. **Revista Posto de Combustíveis & Conveniência**. São Paulo, jun. 2004a.

_____. O contra-ataque. **Revista Posto de Combustíveis & Conveniência**. São Paulo, jul. 2004b.

_____. Uma questão de toque. **Revista Posto de Combustíveis & Conveniência**. São Paulo, out. 2004c.

FRICKMANN, A.; HESTER, A.; PRATES, J.P. Consolidação do mercado aberto traz boas perspectivas para o petróleo e gás brasileiros. **Oil & Gas Journal: Latinoamerica**, v. 6, n. 5, 2000.

GALASKIEWICZ, J. Interorganizational relations. **Annual Review of Sociology**, v.11, p. 281-304, 1985.

_____.; ZAHEER, A. Networks of competitive advantage. **Research in the Sociology of Organizations**, Jai Press Inc., v.16, p. 237-261, 1999.

GASKI, J.F. Interrelations among a channel entity's power sources: Impact of the exercise of reward and coercion on expert, referent, and legitimate power sources. **Journal of Marketing Research**, v. 23, p. 62-77, 1986.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1999. 206 p.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2002. 175 p.

GODOY, M.; LUIZ, E.; MACEDO, F. R\$ 10 bilhões por ano, preço da máfia dos combustíveis. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 01 jun. 2003.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **The American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

GUIDONI, R.; PRATES, F. Bio Diesel: Solução ou problema? **Revista Posto de Combustíveis & Conveniência**. São Paulo, ago. 2004.

GULATI, R.. Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. **Academy of Management Journal**, v. 38, p. 85-112, 1995.

_____. Alliances and networks. **Strategic Management Journal**, v. 19, n. 4, p. 293-317, 1998.

_____; NOHRIA, N.; ZAHEER, A. Strategic Networks. **Strategic Management Journal**, v. 21, n. 3, p. 203-215, 2000.

HALINEN, A.; MÖLLER, K. Relationship Marketing Theory: Its roots and direction. **Journal of Marketing Management**, n. 16, p. 29-54, 2000.

HEIDE, J.B.; JOHN, G. The role of dependence balancing in safeguarding transaction-specific assets in conventional channels. **Journal of Marketing**, v. 52, p. 20-35, 1988.

_____; MINER, A.S. The shadow of the future: Effects of anticipated interaction and frequency of contact on buyer-seller cooperation. **Academy of Management Journal**, v. 35, n. 2, p. 265-291, 1992.

_____.; RINDFLEISCH, A. Transaction Cost Analysis: Past, present, and future applications. **Journal of Marketing**, v. 61, n. 4, p. 30-54, 1997.

HUNT, S.D.; MORGAN, R.M. The commitment-trust theory of relationship marketing. **Journal of Marketing**, v. 58, p. 20-38, 1994.

_____. Competing through relationships: Grounding relationship marketing in resource-advantage Theory. **Journal of Marketing Management**, n. 13, p. 431-445, 1997.

_____. Marketing as a profession: on closing stakeholder gaps. **European Journal of Marketing**, v. 36, n. 3, p. 305-312, 2002.

IYER, G.R. Comparative marketing: An interdisciplinary framework for institutional analysis. **Journal of International Business Studies**, p. 531-561, 1997.

JAWORSKI, B.J.; KOHLI, A. K. Market Orientation: Antecedents and consequences. **Journal of Marketing**, v. 57, p. 53-70, 1993.

JOHNSON, J.C.; WOOD, D.F. **Contemporary Logistics**. 6 ed. Prentice Hall, 1996. 622 p.

KALE, P.; PERLMUTTER, H.; SINGH, H. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. **Strategic Management Journal**, v. 21, n. 3, p. 217-237, 2000.

KANTER, R.M. The power of partnering. **Sales & Marketing Management**, v. 149, n. 6, p. 26-30, 1997.

LA PEÑA, B.; OTÁVIO, C. Tráfico de influência no Judiciário. **O Globo**. Rio de Janeiro, 21 nov. 2004.

LAMBE, C.J.; SALMOND, D.J.; SPEKMAN, R.E. Consensus and collaboration: norm-regulated behaviour in industrial marketing relationships. **European Journal of Marketing**, v. 31, n. 11-12, p. 832-856, 1997.

LEITE, J. C.. **Alianças e redes estratégicas no setor de downstream de petróleo no Brasil**. 2004. 229 p. Dissertação de Mestrado –

Departamento de Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

LEWIS, M. ; SUNDARAMURTHY, C. Control and collaboration: Paradoxes of governance. **Academy of Management Review**, v. 28, n. 3, p. 397-415, 2003.

LIPPARINI, A.; LORENZONI, G. The leveraging of interfirm relationships as a distinctive organizational capability: A longitudinal study. **Strategic Management Journal**, v. 20, n. 4, p. 317-338, 1999.

LISBOA, S. Contratos: Quem acredita neles? **Revista Amanhã**. Porto Alegre, set. 2004.

MACEDO-SOARES, T.D.L.v.A. An Integrative Model for strategic management analysis: Application to organizations in Brazil. **Proceedings of INFORMS/KORMS Seoul Conference**, p. 460-467, 2000.

_____. Strategic Alliances and networks: conceptual tools for strategic assessments. **Readings Book of Global Business and Technology Association**, p. 292-305, 2002.

_____; TAUHATA, T.L.. Redes e alianças estratégicas no Brasil: caso CVRD. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 1, 2004.

MACNEIL, I.R. Relational contract theory: challenges and queries. **Northwestern University Law Review**, v. 94, n. 3, p. 877-907, 2000.

MARTINS, G. A. Metodologias convencionais e não-convencionais e a pesquisa em Administração. **Cadernos de Pesquisa e Administração: FEA/USP**, p. 2-6 , 1994.

McEVILY, B.; PERRONE, V.; ZAHEER, A.. Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. **Organization Science**, v. 9, p. 1-20, 1998.

MINTZBERG, H. **Generic Strategies: Toward a Comprehensive Framework. Advances in Strategic Management.** JAI Press Inc, 1988, p. 1-67.

MORAES, M. N.. **Medição da qualidade de serviços de distribuição: um estudo de caso.** 1999. 141 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

NANTEL, J.; WEEKS, W.A. Marketing ethics: Is there more to it than the utilitarian approach? **European Journal of Marketing**, v. 30, n. 5, p. 9-19, 1996.

NASSIF, L.. O passeio das liminares. **Folha de São Paulo.** São Paulo, 14 nov. 2003.

NEVES, J. A. S.. **Estratégias de Melhoria da Qualidade Orientadas para o Cliente na Saúde no Brasil: um Modelo para Auxiliar sua Implementação em hospitais.** Rio de Janeiro. 2000. Tese de Doutorado - Departamento de Engenharia Industrial, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

ORDOÑEZ, R. Polícia rodoviária protegia a máfia da gasolina no Rio. **O Globo.** Rio de Janeiro, 09 nov. 2004.

PARKER, R.A.; REA, L.M. **Metodologia de pesquisa: Do planejamento à execução.** 1 ed. São Paulo: Ed. Pioneira, 2000. 262p.

PARKHE, A. Strategic alliance structuring: A game theoretic and transaction cost examination of interfirm cooperation. **Academy of Management Journal**, v. 36, n. 4, p. 794-829, 1993.

PINHEIRO, A.C. Judiciário, reforma e economia: A visão dos magistrados. In: REFORMA DO JUDICIÁRIO: PROBLEMAS, DESAFIOS E PERSPECTIVAS, 2001, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: IPEA, 2003.

PORTER, M.E. **Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. 1 ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1990. 512 p.

_____. **Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 16 ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1998. 362 p.

RANGEL, J. Empresas do Sindicom perderam um quarto do mercado, diz presidente da Texaco. **Globo On Line**. Rio de Janeiro, 30 jun. 2004. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/petroleo/143408738.asp>>. Acesso em: 30 jun. 2004.

REMENYI, D. et al. **Doing research in business and management: An introduction to process and method**. Londres: Stage Publications, 1998.

RING, P.S.; VAN DE VEN, A.H. Developmental processes of cooperative interorganizational relationships. **The Academy of Management Review**, v. 19, n. 1, p. 90-118, 1994.

SEBRAE. Revista Sebrae: artigo de capa. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/revistasebrae/07/artigodecapa_01.htm>. Acesso em: 08 mar. 2005.

SENADO. Legisla: banco de dados. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/legisla.htm>>. Acesso em: 24 out. 2003.

SHETH, J.N. From international to integrated marketing. **Journal of Business Research**, n. 51, p. 5-9, 2001.

SINDICOM. Dados Estatísticos: banco de dados. Disponível em <http://www.sindicom.com.br/indicativo/fm_indicativo.htm>. Acesso em: 15 mai. 2005.

SINCICH, T. **Business statistics by example**. 5 ed. New Jersey: Prentice Hall, 1996.

TAKALA, T.; UUSITALO, O . An alternative view of relationship marketing: a framework for ethical analysis (nordic perspective on relationship marketing). **European Journal of Marketing**, v. 30, n. 2, p. 45-60, 1996.

TAUHATA, T.L. **Implicações estratégicas das redes de relacionamento: Estudo de caso da unidade de minério de ferro da Cia Vale do Rio Doce**. 2002. 324p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

TAVARES, M.G.; MACEDO-SOARES, T.D.L.v.A. Alianças e redes estratégicas: As tendências nas empresas líderes no Brasil. **Revista do BNDES**, v. 10, n. 19, p. 293-312, 2003.

VENKATRAMAN, N.; ZAHEER, A . Relational governance as an interorganizational strategy: an empirical test of the role of trust in economic exchange. **Strategic Management Journal**, v. 16, n. 5, p. 373-392, 1995.

VERGARA, S.C.. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Ed. Atlas, 1997. P. 28-43.

WILKINSON, I.F. Distribution channel management: power considerations. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, v. 26, n. 5, p. 31-41, 1996.

WILLIAMSON, O.E.. Transaction-cost economics: The governance of contractual relations. **Journal of Economic Issues**, v. 22, n. 2, p. 233-261, 1979.

_____ Comparative Economic Organization: The analysis of discrete structural alternatives. **Administrative Science Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 269-296, 1991.

_____ Strategy research: Governance and competence perspectives. **Strategic Management Journal**, v. 20, n. 12, p. 1087-1108, 1999.

WOOD, T.; ZUFFO, P.K. Supply chain management. **Revista de Administração de Empresas**, v. 38, n. 3, p. 55-63, 1998.

YIN, R.K. **Case study research: Design and methods**. Londres: Sage, 1994. P. 1-53.

YIN, X.; ZAJAC, E.J. The strategy / governance structure fit relationship: Theory and evidence in franchising arrangements. **Strategic Management Journal**, v. 25, p. 365-383, 2004.

8. Anexos

8.1. Questionário Versão Final



Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
 Departamento de Administração
 Programa de Mestrado Acadêmico
 Autor: Márcio Neves de Moraes

MEDIÇÃO DE PERCEPÇÃO A RESPEITO DA ALIANÇA: DISTRIBUIDOR + REVENDEDOR

OBJETIVO: Levantar as percepções dos revendedores sobre a forma como as empresas distribuidoras administram seus relacionamentos.

CONFIDENCIALIDADE: Esta pesquisa tem **objetivos e interesses estritamente acadêmicos**, e os dados e percepções levantados serão utilizados somente para o desenvolvimento da mesma, conduzida pelo autor e pelo Departamento de Administração da PUC-Rio, sob a orientação da Profa. T. Diana L. v. A. de Macedo-Soares.

Sob nenhuma hipótese serão divulgados ou repassados dados ou informações fornecidas pelos entrevistados, nem serão estes utilizados para outra finalidade senão a acadêmica aqui proposta.

INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO: São feitas diversas afirmações, para as quais é solicitado que o entrevistado **marque com um "X" a opção que melhor reflete a sua opinião**. São 7 (sete) opções que variam desde a opção 1 ("Discordo Totalmente"), passando pela 4 ("Não concordo, nem concordo"), até a opção 7 ("Concordo Totalmente").

Deve ser marcada apenas uma resposta por afirmação.

I. IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE

DADOS DO POSTO

NOME FANTASIA: _____ MUNICÍPIO: _____
 VOLUME MÉDIO DE VENDAS: _____ (litros/mês) BANDEIRA: _____
 POSSUI OUTRO POSTO? _____ (SIM / NÃO) QUAL BANDEIRA? _____

Afirmção 1: O meu relacionamento com a atual distribuidora (tempo no qual ostento a bandeira) já dura.....
 _____ ANOS

Pergunta 2: Existe contrato de exclusividade com a distribuidora?
 () SIM () NÃO

Afirmção 3: A comunicação com a minha empresa distribuidora é muito freqüente. Assessores e gerentes são bastante acessíveis, fáceis de serem contactados.

Discordo Totalmente		Não discordo / Nem concordo		Concordo Totalmente
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
	6 _____		7 _____	

Afirmção 4: A presença de representantes de minha empresa distribuidora é bastante assídua em meu posto.

Discordo Totalmente		Não discordo / Nem concordo		Concordo Totalmente
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
	6 _____		7 _____	

Afirmção 5: A minha distribuidora me mantém informado. (nova política de preço, crédito, ações de mercado, novos produtos etc.)

Discordo Totalmente		Não discordo / Nem concordo		Concordo Totalmente
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____
	6 _____		7 _____	

Afirmção 6: A minha distribuidora me auxilia com o seu aconselhamento e com o treinamento dado a mim e aos meus funcionários.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 7: A minha distribuidora se preocupa com a saúde financeira de meu posto.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 8: A minha distribuidora me assessora com as questões ambientais.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 9: Estou satisfeito com os programas motivacionais e campanhas publicitárias desenvolvidos por minha distribuidora.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 10: A minha distribuidora me auxilia na solução dos problemas que surgem no meu posto.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 11: A minha distribuidora me prejudica com suas ações de preços.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 12: A minha distribuidora cumpre TODAS as promessas feitas

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 13: A minha distribuidora se preocupa em me ouvir e em atender minhas necessidades.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 14: Eu posso afirmar que minha distribuidora é meu parceiro de negócios.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 15: Eu acho que os problemas que possuo com a minha distribuidora são normais, ou seja, fazem parte de um relacionamento como outro qualquer.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 16: A política de crédito de minha empresa é bastante severa e não há margem para negociação.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 17: A política de entrega de combustíveis de minha empresa é bastante severa e não há margem para negociação (dia para o dia, carga fracionada etc.).

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 18: A minha distribuidora é muito "engessada". Tudo que foge do habitual e do que está contratado requer diversas aprovações.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 19: Eu confio em minha distribuidora.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 20: A minha distribuidora tem uma boa reputação (confiável) junto aos demais revendedores.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 21: O relacionamento com minha distribuidora é tão grande que chego a ter uma amizade pessoal com os seus funcionários

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 22: A alta rotatividade (mudança) dos meus contatos com a empresa distribuidora (assessor / gerente) tem prejudicado o meu relacionamento com a empresa.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 23: A aliança (relacionamento / vínculo) que possuo com a minha atual distribuidora é fundamental para o MEU SUCESSO.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 24: A aliança (relacionamento / vínculo) que possuo com a minha atual distribuidora é fundamental para o SUCESSO DA MINHA DISTRIBUIDORA.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 25: Quando comparada às outras (distribuidoras), percebo a importância de estar aliado à minha atual distribuidora.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 26: A minha distribuidora tem o hábito de se comunicar com o meu posto através de correspondências.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 27: Eu já fui notificado pela minha empresa distribuidora ou já tive alguma briga judicial com a mesma

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 28: Usualmente, eu sou forçado a adquirir produtos, promoções ou a participar de programas contra a minha vontade.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 29: Usualmente, eu sou forçado a fazer pedidos de combustíveis em volume superior à minha vontade.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 30: Tenho a sensação de ser fiscalizado pela minha empresa distribuidora (trava eletrônica, testes de combustíveis, inspeção de equipamentos e da limpeza geral do posto etc.)

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 31: É evidente o uso de poder pela empresa distribuidora.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 32: Eu pretendo renovar o contrato ao fim do contrato atual.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 33: A minha distribuidora vai sofrer bastante para renovar o contrato comigo.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 34: Eu pretendo distratar o contrato atual antes mesmo do término previsto.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 35: Já existe uma briga judicial entre o meu posto e a empresa distribuidora, ou estou certo de que haverá uma briga no futuro.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 36: No meu posto, só entram EXCLUSIVAMENTE produtos (combustíveis e lubrificantes) da minha distribuidora.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 37: Eu discuto muito sobre preço com a minha companhia distribuidora.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

Afirmção 38: O preço que eu pago para ser exclusivo de minha distribuidora é justo.

Discordo Totalmente			Não discordo / Nem concordo			Concordo Totalmente
						
1 _____	2 _____	3 _____	4 _____	5 _____	6 _____	7 _____

8.2. Formulário Esso

Formulário Esso:

1. A Esso se destacou pela utilização de poder.
 - 1.1. A Esso realmente exige 24 horas de antecedência para os pedidos? Não entrega, em hipótese alguma, um pedido do dia?
 - 1.2. A Esso realmente exige um mínimo de 15 m³?
 - 1.3. Na amostra pesquisada, um número elevado de postos se disse ter um litígio com a companhia, ou ao menos ter recebido uma notificação. A Esso faz questão de formalizar todas as questões? O litígio não deveria ser a última instância? A Esso faz isso para trazer o revendedor para a mesa de negociação?

2. Ao se aliar a uma distribuidora, o posto procura um parceiro que possa, em reciprocidade, lhe trazer recursos complementares (qualidade de produto, preço, flexibilidade entrega, flexibilidade de crédito, assessoria ambiental, publicidade, aconselhamento e treinamento). A pesquisa revelou que a Esso está praticando apenas os 2 primeiros quesitos. Isso é intencional? Não é um risco (principalmente quando se observa a escala dos dois maiores concorrentes)?

3. Alguns revendedores reclamaram da política de preços da cia que permite que se venda para Bandeiras Brancas e Hipermercados a preços mais agressivos. Como a Esso vê isso?

4. A pesquisa revelou que o elevado *turnover* de pessoas de contato está provocando uma descontinuidade da companhia, o que a prejudicou no quesito “cumprir promessas”. Como a empresa enxerga este problema?

5. Talvez o item mais comentado tenha sido “comunicação”. A revenda está bastante assustada com o afastamento da empresa. Não há o risco de perda de “tato”, perda da informação e até da possibilidade de se apurar algumas arestas via negociação?

6. Você concorda que o número de casos em litígio deve aumentar?

7. Alguns revendedores, inclusive, mencionaram que seus assessores pedem para que eles não sejam contatados e que tudo seja resolvido com a central de atendimento (Curitiba). Isso é política da empresa?

8. O ex presidente da Shell (Omar Carneiro) em entrevista à revista “Posto de Combustíveis e conveniência” fez um *mea-culpa* e admitiu o erro do afastamento da empresa. Inclusive, pelo que se ouviu na pesquisa, a Shell está tentando uma re - aproximação. O que você acha disso?

9. Na média, quantos postos são atendidos por cada assessor?

10. Quando um cliente precisa prorrogar um vencimento de nota fiscal como isso é feito? Quais outras ferramentas de auxílio de crédito disponíveis?

11. Os revendedores comentaram sobre a precificação. Segundo eles, o assessor não negocia mais preço, uma vez que isso é feito por meio de uma empresa independente. Como isso funciona?

12. Como está o clima com a revenda? Se perguntássemos à revenda sobre o interesse de manter o contrato com a cia, qual a sua expectativa em torno da resposta (escala *Likert* de 1 a 7)?

13. Se solicitássemos para os revendedores um ranking das 5 maiores distribuidoras, como você acredita que este seria?

15. Você acredita que a relação com a revenda está bem balanceada, ou seja, TANTO a revenda COMO a distribuidora estão desempenhando corretamente seus papéis na aliança?

8.3. Formulário Ipiranga

Formulário Ipiranga:

1. A Ipiranga se destacou pela pouca utilização do poder.
 - 1.1. É política da empresa utilizar a justiça em última instância?
 - 1.2. O que a Ipiranga acha da filosofia de “executar” para trazer o revendedor para a mesa de negociação?

2. Ao se aliar a uma distribuidora, o posto procura um parceiro que possa, em reciprocidade, lhe trazer recursos complementares (qualidade de produto, preço, flexibilidade entrega, flexibilidade de crédito, assessoria ambiental, publicidade, aconselhamento e treinamento). A pesquisa revelou que a Ipiranga está pecando em um quesito de extrema relevância na percepção da revenda. Que quesito é esse? O que está sendo feito? (a revenda alegou, inclusive, que estaria disposta a pagar – vide Esso)

3. Alguns revendedores reclamaram da política de preços da cia que permite que se venda para Bandeias Brancas e Hipermercados a preços mais agressivos. Como a Ipiranga vê isso?

4. A comunicação é um ponto de destaque da empresa. Revendedores comentam, inclusive, que conseguem falar com assessores e gerentes em finais de semana e feriados. Como isso funciona? Existe alguma recomendação da empresa?

5. Na média, quantos postos são atendidos por cada assessor?

6. A flexibilidade da empresa foi muito citada. O percentual de pedidos janelas é muito elevado?

7. Como está o clima com a revenda? Se perguntássemos à revenda sobre o interesse de manter o contrato com a companhia, qual a sua expectativa em torno da resposta (escala *Likert* de 1 a 7)?

8. Se solicitássemos para os revendedores um ranking das 5 maiores distribuidoras, como você acredita que este seria?

9. Toda esta gama de facilidades tem um custo. A Ipiranga espera conseguir repassar isso para preços? Ela tem conseguido fazer isso?

10. Você acredita que a relação com a revenda está bem balanceada, ou seja, TANTO a revenda COMO a distribuidora estão desempenhando corretamente seus papéis na aliança?

8.4. Formulário SINDICOM

Formulário Sindicom:

1. O que é o comércio irregular?
2. Qual a solução para o problema de adulteração?
3. Qual a solução para o problema de evasão fiscal / sonegação?
4. Como o Sindicom vê o biodiesel? É uma ameaça?
5. O Sindicom está percebendo um movimento contrário de embandeiramento? Por que você acredita que isso está ocorrendo? Quais empresas estão ganhando mais com esse movimento?

8.5.
Contrato Esso

CONTRATO PARA POSTO REVENDEDOR ESSO que entre si fazem, de um lado, ESSO BRASILEIRA DE PETRÓLEO LIMITADA, empresa com sede à Rua Victor Civita, n.º 77, Bloco 1, Barra da Tijuca, na cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, inscrita no CNPJ/MF sob n.º 33.000.092/0001-69, doravante denominada simplesmente ESSO e «razão», empresa estabelecida na «ENDERECO», Município do «município», Estado de «ESTADO», inscrita no CNPJ/MF sob o n.º «CGC», doravante denominado simplesmente REVENDEDOR:

Considerando que o REVENDEDOR e a ESSO vêm mantendo em vigor relação contratual que autoriza o REVENDEDOR a identificar seu Posto como integrante da rede de revendedores da ESSO;

Considerando que a ESSO e o REVENDEDOR confirmam estarem regularmente registradas e autorizadas a funcionar pelos órgãos públicos competentes;

Considerando que o REVENDEDOR reconhece que a ESSO, pela notoriedade de sua marca, pelo elevado padrão de segurança operacional, pela identificação visual dos postos revendedores integrantes de sua rede, o que inclui seu "lay-out", cores e padrões, pela alta qualidade dos produtos que distribui, além de sua vasta experiência nacional e internacional no segmento de distribuição e revenda de derivados de petróleo, elementos estes reconhecidos pelo público consumidor, contribuirá positivamente para os bons resultados do Posto enquanto empreendimento comercial;

Considerando o desejo do REVENDEDOR de manter-se vinculado à ESSO e o interesse desta em incrementar as vendas de seus produtos;

Considerando que os contratantes reconhecem como pressuposto fundamental para a concretização do presente contrato a fidelidade do REVENDEDOR à marca Esso, através da aquisição e comercialização contínua e exclusiva de produtos combustíveis da ESSO, assim como a manutenção do padrão e identificação visual de um Posto Revendedor Esso;

Considerando que a contratação entre distribuidora e Posto Revendedor habitualmente é negociação complexa, envolvendo diversos e variados direitos e obrigações entre os contratantes;

Têm justo e acordado:

1. OBJETO : O objeto deste contrato é estabelecer as condições da relação mercantil entre ESSO e o REVENDEDOR, com a finalidade de permitir o funcionamento do Posto Revendedor situado na «ENDERECO», na cidade de «município» («ESTADO»), sob identificação visual da ESSO, doravante referido apenas como Posto, para revenda de produtos combustíveis para fins automotivos, adquiridos contínua e unicamente da ESSO, neste ato referido apenas como Produtos, assim como de lubrificantes.

1.1 O presente contrato resume a negociação realizada pela ESSO e pelo REVENDEDOR que envolve a contratação de várias obrigações, conforme constam dos Anexos deste instrumento, que rubricados pelas partes fazem parte integrante do mesmo, ou de outros contratos específicos que vierem a ser assinados pelas partes.

1.2 As partes concordam que este contrato, seus Anexos e demais contratos acima mencionados são interligados, eis que constituem partes de um mesmo negócio, e, em que pese tratem de direitos e obrigações de naturezas diversas, o credor da obrigação poderá exigir o cumprimento específico de cada obrigação ou optar pelo rompimento parcial ou total do negócio ora contratado..

1.3 Como pressuposto de toda negociação ora contratada, as partes reconhecem que o potencial médio de vendas do Posto equivale a «galonagemtri»m³ «galonagemtriext»metros cúbicos) de produtos combustíveis por trimestre. O descumprimento continuado dessa média trimestral poderá ensejar a rescisão deste contrato pela parte inocente.

2. PRAZO : O prazo de vigência deste contrato será aquele necessário para que o REVENDEDOR compre da ESSO a totalidade dos volumes de Produtos e lubrificantes estabelecido na cláusula 1 do Anexo I. As partes concordam que o prazo estimado para a realização da compra acima prevista e, portanto, de vigência deste contrato é de «prazo» «prazoext») meses, a contar de «dataass» , devendo seu termo final recair na data em que o REVENDEDOR adquirir a totalidade do volume pactuado no Anexo I.

2.1 Este contrato será automaticamente renovado, por uma única vez e em condições iguais, a menos que qualquer das partes manifeste à outra sua intenção de evitar a renovação, o que fará mediante notificação entregue e devidamente recebida pela outra parte, no prazo de 60 (sessenta) dias, contados do dia em que o REVENDEDOR atingir 60% (sessenta por cento) do volume total de Produtos pactuado no Anexo I.

2.2 O cumprimento das obrigações aqui contidas poderá ser suspenso nas hipóteses de caso fortuito ou de força maior que impeçam o seu cumprimento total, desde que esse evento não perdure por mais de 12 (doze) meses, após o que qualquer das partes poderá dá-lo por terminado, mediante aviso prévio de 30 (trinta) dias.

3. CUMPRIMENTO DA LEI E ÉTICA COMERCIAL : As partes se comprometem a cumprir e a fazer cumprir, por seus empregados e prepostos, todas as leis e regulamentos, sejam relacionados a comercialização, utilização, armazenamento dos Produtos e lubrificantes, manutenção de equipamentos ou qualquer assunto pertinente ao negócio ora contratado.

3.1 As partes manterão um sistema de controle interno que assegure a adequada descrição dos fatos e a exatidão dos dados financeiros e outros relativos as transações mantidas entre eles o que importa na existência de: (a) controles internos apropriados; (b) adequados registros e contabilização de todas as transações e (c) rigorosa obediência a todas as leis aplicáveis;

3.2 No que se referir a segurança e comercialização de produtos combustíveis e/ou tóxicos, as Partes se comprometem a observar as normas legais e as recomendações da ESSO, sempre a que for mais rigorosa;

4. MEIO AMBIENTE: O REVENDEDOR deverá responsabilizar-se pelo cumprimento das leis e/ou regulamentos pertinentes à proteção do meio ambiente e à saúde pública, adotando, ainda, as medidas e procedimentos cabíveis, a fim de afastar qualquer risco de dano que possa ser causado pelas atividades que desenvolve.

4.1 Todos e quaisquer danos causados ao meio ambiente decorrentes do exercício das atividades no Posto ou sinistros de qualquer natureza, será de responsabilidade de quem realmente causou o dano, sendo sempre responsabilidade do REVENDEDOR se originados de armazenamento inadequado, má utilização ou conservação dos Produtos ou de equipamentos de sua propriedade ou que estejam sob sua posse, ainda que transferidas a terceiros estranhos a este contrato.

4.2 A responsabilidade do REVENDEDOR por danos ao meio ambiente abrange todas as sanções e exigências contidas na legislação aplicável.

4.3 O REVENDEDOR se obriga a manter a ESSO a salvo de todos e quaisquer ônus, riscos, prejuízos ou despesas decorrentes de eventuais danos ambientais, seja perante órgãos ou entes de direito público, particulares ou entidades de natureza privada, reparando direta ou regressivamente todos os danos, prejuízos e/ou despesas causadas e, eventualmente, imputados, direta ou indiretamente, à ESSO.

4.4. Em ocorrendo quaisquer danos no meio ambiente, o REVENDEDOR se obriga a comunicar imediatamente as autoridades competentes, bem como a realizar todas as medidas no sentido de reparar e minimizar os danos dos impactos ambientais.

5. EMPRESAS AUTÔNOMAS: As partes reconhecem que não existe qualquer vínculo societário entre o REVENDEDOR e a ESSO, que mantém entre si a presente relação estritamente comercial, assim como inexistente qualquer vínculo empregatício entre a ESSO e o REVENDEDOR, cabendo a este arcar com todos os ônus e responsabilidades inerentes a seus empregados, contratados e subcontratados.

6. CESSÃO, TRANSFERÊNCIA E RESPONSABILIDADE DOS SUCESSORES : O REVENDEDOR não poderá ceder ou transferir, integral ou parcialmente, os direitos assumidos neste instrumento salvo prévia e expressa anuência da ESSO, caso em que o REVENDEDOR permanecerá solidariamente responsável com seus cessionários/sucessores pelo cumprimento das obrigações ora contratadas.

7. PREFERÊNCIA: Pelo prazo de duração deste contrato, o REVENDEDOR dará a ESSO preferência para a compra do imóvel onde encontra-se instalado o Posto, caso seja seu proprietário, devendo, para tanto, informar à ESSO, por escrito, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, o valor e as condições para venda do imóvel.

8. TÉRMINO & RESCISÃO: O presente contrato será dado por cumprido e terminado, com a aquisição pelo REVENDEDOR do volume total de Produtos a que se obrigou e, cumulativamente, mediante a devolução dos equipamentos de propriedade da ESSO eventualmente cedidos para uso do REVENDEDOR, assim como paralisação do uso da marca e da identificação visual da ESSO no Posto.

8.1 Enquanto o REVENDEDOR permanecer na posse dos equipamentos da ESSO ou seu Posto ostentando identificação visual de Posto Esso, este contrato permanecerá em vigor em todas suas condições, em especial com obrigação do REVENDEDOR de somente comercializar produtos adquiridos da ESSO.

8.2 A ocorrência dos seguintes eventos poderá ensejar, por opção do credor da obrigação, a execução específica do cumprimento da obrigação não cumprida ou a rescisão do presente:

- (a) inadimplemento de qualquer das obrigações deste ajuste;
- (b) o não pagamento, no respectivo vencimento, de qualquer quantia devida;
- (c) falência ou concordata de qualquer das partes, em que não haja continuação do negócio;

(d) não cumprimento de obrigação assumida em qualquer outro ajuste assinado entre as partes;

(e) desapropriação do imóvel onde o Posto encontra-se instalado ou qualquer ato de autoridade impeditivo a continuação de suas atividades com o mesmo volume de serviços e vendas apresentados anteriormente a desapropriação ou ao referido ato;

8.2.1 A execução específica de obrigação contratada poderá ser requerida pela parte credora, com pedido de antecipação de tutela, quando cabível.

8.2.2 Na hipótese de rescisão com base nos itens 8.2(a) a 8.2(d) acima, a parte infratora arcará com os ônus e obrigações previstos nos respectivos Anexos.

8.2.3 Na hipótese do item 8.2(e), a rescisão se dará na data da imissão na posse do imóvel pelo órgão expropriante, ressalvado às partes o direito de haver do mesmo as indenizações cabíveis, sem prejuízo das cominações específicas previstas nos Anexos. Cumpre ao REVENDEDOR notificar a ESSO, por escrito, dando-lhe ciência da desapropriação do imóvel do Posto, nos 10 (dez) dias seguintes aquele em que tiver notícia do fato.

9. NOTIFICAÇÕES E INTIMAÇÕES: A parte interessada em formalmente notificar, intimar ou comunicar a outra sobre qualquer assunto referente ao negócio ora ajustado, judicial ou extrajudicialmente, deverá fazê-lo por escrito e no endereço que consta do preâmbulo deste contrato.

10. TOLERÂNCIA e ALTERAÇÃO: A tolerância quanto a eventuais infrações do presente contrato não constituirá novação ou renúncia dos direitos que são conferidos a ambas as partes, seus cessionários ou sucessores a qualquer título.

10.1. - A aceitação de manifestação de vontade escrita ou verbal de qualquer das partes, para fins do presente contrato, dar-se-á somente por escrito, não sendo considerado o silêncio como concordância ou alteração do presente.

10.2 - Toda e qualquer alteração ao presente contrato e/ou seus anexos dar-se-á em comum acordo entre as Partes e por escrito, mediante assinatura dos representantes legais das partes.

11. QUITAÇÃO: Este ajuste e seus respectivos anexos, substituem e cancelam quaisquer outros ajustes verbais ou escritos porventura existentes entre o REVENDEDOR e a ESSO e que tenham mesmo objeto do ora pactuado, razão pela qual as partes dão-se mútua, rasa e plena quitação por toda e qualquer obrigação anterior semelhante as ora assumidas.

Elegendo o foro da Comarca de «rio», para solução de qualquer pendência decorrente do presente contrato, com a exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja, REVENDEDOR e ESSO, assim justos e contratados, assinam o presente em 03 (três) vias de igual teor, para um só efeito, na presença das testemunhas abaixo:

«município», «dataass»

 ESSO BRASILEIRA DE PETRÓLEO LIMITADA.

 «razao»

Testemunhas:

1. _____
 (Nome e CNPF)

ANEXO I - DA COMPRA E VENDA MERCANTIL

1. COMPRA E VENDA : REVENDEDOR concorda em adquirir da ESSO, ou de quem esta indicar, durante a vigência do presente, a quantidade total de «galonagemtot» m³ «galonagemtotext» metros cúbicos) de Produtos, assim como a quantidade de lubrificantes, como abaixo discriminado:

«GCO»	«GC»	«GC3»
«GMA»	«GM»	«GM3»
«ACO»	«AC»	«AC3»
«AMA»	«AM»	«AM3»
«DCO»	«DC»	«DC3»
«DMA»	«DM»	«DM3»
«LUBES»	«LUB»	«LUB3»

2. CONDIÇÕES DA COMPRA E VENDA :

(a) Pedidos / Reposição de Produtos - O REVENDEDOR deverá formular seus pedidos diretamente ao sistema de atendimento eletrônico da ESSO, ou outra forma que vier a ser estabelecida, com razoável antecedência, em volume compatível com à tancagem dos veículos de transporte, para garantia da eficiência e segurança da entrega. As partes poderão ajustar que a reposição dos Produtos seja feita direta e automaticamente nos tanques do REVENDEDOR pela ESSO, independentemente de pedido daquele, com base nas vendas de cada tanque do Posto. Tal reposição será feita nas quantidades e datas que melhor atendam aos níveis de estoques acordados com o REVENDEDOR.

(b) Preços - O preço dos Produtos e lubrificantes será aquele constante da Nota Fiscal, conforme livremente pactuado pelas partes, excetuando-se os Produtos cujos preços ainda sejam ou venham a ser controlados pelo Poder Público, e em vigor na data das entregas. Os preços incluirão impostos aplicáveis pela legislação vigente, incluindo aqueles destacados à título de substituição tributária, quando for o caso.

(c) Devolução de Produtos - Na hipótese da ESSO não conseguir efetuar a descarga/entrega dos Produtos ao REVENDEDOR, por razões unicamente imputáveis a este último, o REVENDEDOR se obriga a pagar a ESSO quantia equivalente ao valor de 300 (trezentos) litros de gasolina, ao preço da ESSO na data da devolução, a título de ressarcimento pelos prejuízos causados.

(d) Pagamento - Os pagamentos deverão ser feitos à vista, através de débitos em conta bancária de titulariedade do REVENDEDOR, mediante sua autorização, ou na forma e no local que vier a ser indicado pela ESSO. Na hipótese de cobrança bancária, o REVENDEDOR ficará responsável pelo custo de processamento da respectiva cobrança. A ESSO poderá oferecer ao REVENDEDOR condições especiais de pagamento, assim como, suspendê-las, alterá-las ou suprimi-las a qualquer tempo. O REVENDEDOR ficará responsável por eventuais encargos contratuais associados a estas condições especiais de pagamento. A eventual concessão de prazo para pagamento não poderá ser interpretada pelo REVENDEDOR como alteração tácita do presente ajuste ou da condição de pagamento à vista a que está obrigado, nem concederá ao REVENDEDOR qualquer outro direito que não os previstos expressamente neste instrumento.

(e) Falta de Pagamento - O não pagamento das faturas de venda de Produtos e lubrificantes nos respectivos vencimentos sujeitará o REVENDEDOR a atualização monetária do valor vencido mediante aplicação de fator diário, acrescido de juros de mora de 1% ao mês, calculados sobre o valor vencido atualizado, além de multa moratória de 10% sobre o montante assim calculado, até a data da efetiva liquidação do débito, sem prejuízo do disposto na cláusula de rescisão.

(f) Garantias & Inadimplência - A redução das garantias oferecidas, bem como o atraso no pagamento de qualquer dívida para com a ESSO, implicará no imediato cancelamento de qualquer concessão de crédito porventura concedida ao REVENDEDOR, independentemente de prévio aviso, podendo a ESSO, para efetuar nova entrega de Produtos, exigir do REVENDEDOR a confirmação do pagamento ou mesmo que este se faça antecipadamente, mediante depósito identificado, em dinheiro ("TED") em conta bancária previamente informada pela ESSO. A ESSO não dispõe de cobradores ou caixas para recebimento de pagamentos do REVENDEDOR.

3. OBRIGAÇÕES DA ESSO :

(a) seguir os procedimentos legais para armazenamento e entrega dos Produtos, especialmente no que pertine manuseio e controle de qualidade, orientando toda sua equipe de funcionários;

(b) entregar os Produtos dentro das especificações de qualidade definidas pela regulamentação aplicável;

(c) entregar os Produtos combustíveis a granel, nos tanques subterrâneos instalados no Posto, na condição CIF, na data programada mas sem horários preestabelecidos;

(d) atender os pedidos do REVENDEDOR o mais rapidamente possível, respeitada a habitualidade de compras do REVENDEDOR, a disponibilidade dos Produtos e lubrificantes na base de distribuição habitual de suprimento ao REVENDEDOR, o volume médio de compras e os efeitos sazonais ou comprováveis. Na hipótese das partes

ajustarem reposição automática de Produtos, esta será feita nas quantidades e datas que melhor atendam aos níveis de estoques acordados com o REVENDEDOR;

(e) promover campanhas publicitárias nacionais, regionais ou locais, de forma a divulgar os produtos e a marca Esso junto ao mercado consumidor.

4. OBRIGAÇÕES DO REVENDEDOR:

(a) comercializar no Posto Produtos adquiridos unicamente da ESSO, assim como não misturar aos mesmos qualquer outro produto;

(b) seguir os procedimentos legais e os recomendados pela ESSO para recebimento dos Produtos, especialmente no que pertine manuseio e controle de qualidade, orientando toda equipe de funcionários do Posto;

(c) assumir integral responsabilidade pela obtenção dos registros fiscais junto as autoridades fazendárias, das licenças, alvarás e permissões para funcionamento do Posto, assim como pelo pagamento de todas obrigações, reclamações, multas, indenizações, encargos, perdas e danos ou prejuízos decorrentes, direta ou indiretamente, da operação do Posto, independentemente de sua natureza ou causa, sejam de natureza ambiental, civil, fiscal, trabalhista, previdenciária, penal ou qualquer outra. Na hipótese da ESSO vir a ser compelida a efetuar despesas de responsabilidade do REVENDEDOR, nos termos desta cláusula, ficará assegurado seu direito de regresso contra este;

(d) assegurar que todos equipamentos relacionados com o recebimento, controle de qualidade e quantidade e venda dos Produtos estejam em perfeitas condições de uso e identificação, se obrigando a não proceder a nenhum tipo de manipulação nos Equipamentos ou em seus lacres;

(e) ocorrendo instalação de novos tanques de armazenamento de combustíveis no Posto, o REVENDEDOR obriga-se a fazê-lo de forma a facilitar a descarga dos Produtos, assim como a instalar equipamentos de monitoramento automático de estoques e controle ambiental, conforme padrão aprovado pela ESSO;

(f) realizar aferição dos equipamentos medidores para revenda dos Produtos assim como a medição dos seus estoques, mantendo escriturado e atualizado o Livro de Movimentação de Combustíveis - LMC - como medida de seu próprio interesse e de proteção do meio ambiente, da comunidade circunvizinha e de terceiros;

(g) informar a ESSO, quando por esta requerido, o resultado das medições diárias de estoques, bem como permitir que a ESSO instale equipamentos adicionais de controle desse mesmo estoque e dos encerrantes das bombas medidoras, os quais não poderão, em nenhuma hipótese, serem removidos, alterados ou danificados;

(h) realizar testes de controle de qualidade nos Produtos, antes da descarga dos mesmos nos tanques do Posto, ficando o REVENDEDOR, a partir de então, responsável por qualquer alteração na qualidade ou características dos Produtos. Caso os testes concluírem que os Produtos encontram-se fora das especificações legais, o REVENDEDOR deverá devolvê-los à ESSO. Na hipótese das partes ajustarem reposição automática o REVENDEDOR deverá realizar os testes em até 24 (vinte e quatro) horas, a contar da data da entrega.

(i) manter o Posto sempre limpo e aberto diariamente, em pleno funcionamento ao público, durante às «iníciofuncionamento» horas às «terminofuncionamento» horas, salvo nos casos de regulamentação em contrário ou de força maior devidamente comprovados;

(j) operar o Posto sob a orientação direta do seu titular ou de preposto, devidamente habilitados e treinados pela ESSO. Esse treinamento deverá ser previamente ajustado pelas partes, correndo por conta do REVENDEDOR eventuais despesas com transportes, estadia, alimentação, material didático e seguros;

(k) manter uniformizado o pessoal do Posto de acordo com os modelos aprovados pela ESSO;

(l) comunicar a ESSO, por escrito, com antecedência mínima de trinta dias, sobre qualquer alteração que pretenda fazer nos atos societários de sua empresa, que implique em alteração dos seus objetivos sociais, participação societária, sócios, gerência e administração ou abertura de filiais, assim como sobre sua intenção de alienar, dar em usufruto ou arrendar o estabelecimento do Posto;

(m) permitir e facilitar o acesso da ESSO ao Posto e a documentação necessária para verificação do exato cumprimento das obrigações assumidas neste ajuste, principalmente ao Livro de Movimentação de Combustíveis e ao que se referir ao controle de qualidade dos Produtos, ao controle diário de estoque, das normas de segurança, saúde e proteção ao meio ambiente.

(n) Comunicar imediatamente à ESSO e ao órgão público competente qualquer situação que coloque em risco a segurança do local destinado às instalações do Posto e/ou sua circunvizinhança, informando-os de qualquer acidente ou incidente porventura ocorrido;

5. RESCISÃO

5.1 Na hipótese de rescisão deste contrato, a parte infratora pagará à inocente multa de valor igual a 7% (sete por cento) do preço do litro de cada produto referido na cláusula 1, deste Anexo I, multiplicado pela diferença

entre as quantidades totais ali estabelecidas e as efetivamente compradas pelo REVENDEDOR durante a vigência do presente.

5.1.1 O preço do litro de cada produto acima referido será igual aquele constante da última nota fiscal de venda emitida pela ESSO ao REVENDEDOR, atualizado monetariamente até a data do efetivo pagamento da multa, de acordo com a variação acumulada do IGP-DI/FGV ou, na sua ausência, por outro índice de variação de preços, a ser aplicado a critério do credor.

«municipio», «dataass»

ESSO BRASILEIRA DE PETRÓLEO LIMITADA.

«razao»

Testemunhas:

1. _____
(Nome e CNPF)

2. _____
(Nome e CNPF)

ANEXO II - DA LICENÇA DE USO DA MARCA E DA IDENTIFICAÇÃO VISUAL ESSO

1. OBJETO: A ESSO autoriza o REVENDEDOR de forma não exclusiva, gratuita e observadas as condições estabelecidas no presente, a ostentar as marcas Esso no Posto, assim como as cores, forma, padrão e "lay-out" previamente aprovados pela ESSO, o que confere ao Posto a identificação visual típica de um Posto Esso. A presente autorização jamais poderá ser tomada pelo REVENDEDOR como direito à titulariedade das marcas e/ou nomes, não podendo, portanto, cedê-los ou sublicenciá-los a qualquer título, nem utilizá-los em lugar ou forma diversa da ora acordada.

2. DA PROTEÇÃO DA MARCA ESSO: A fim de garantir o alto padrão de excelência e qualidade dos produtos Esso, bem como preservar as marcas Esso, o REVENDEDOR se obriga a comercializar apenas produtos adquiridos da ESSO ou de quem esta indicar.

2.1 O REVENDEDOR se obriga a manter o nível de qualidade dos Produtos estritamente de acordo com os padrões estabelecidos pela lei e pela ESSO. A ESSO se reserva o direito de inspecionar a qualidade dos Produtos armazenados no Posto para certificar-se que os padrões de qualidade exigidos estão sendo observados pelo REVENDEDOR.

2.2 O REVENDEDOR reconhece que revender produtos não adquiridos da ESSO ou de fornecedor não autorizado previamente pela ESSO, durante a vigência deste contrato, constitui grave infração às obrigações ora assumidas, configurando violação ao direito de uso das marcas Esso e, conseqüentemente, sujeitando o REVENDEDOR às penalidades de caráter civil e penal.

3. OBRIGAÇÕES DO REVENDEDOR :

3.1 O REVENDEDOR se obriga a obter todas licenças e autorizações necessárias a exibição das marcas e da identificação visual da ESSO no Posto;

3.2 O REVENDEDOR, como integrante da rede de revendedores Esso, se obriga a manter o Posto com as marcas e a identificação visual da ESSO, estampadas nas placas, anúncios, letreiros, logotipos, marcas e demais materiais de propaganda ou promocionais nos lugares indicados pela ESSO, devendo sua colocação, manutenção, instalação, substituição, retirada ou reposição no Posto ser acordada previamente com a ESSO;

3.3 O REVENDEDOR é responsável pelo pagamento, por sua conta exclusiva, de todos impostos, taxas, emolumentos e despesas de conservação incidentes sobre o material acima identificado. O pagamento pelo REVENDEDOR dos referidos ônus não importará em transferência ou cessão para o REVENDEDOR, de nenhum direito, título ou interesse, referente ao citado material, renunciando o REVENDEDOR a qualquer direito, título ou interesse sobre os mesmos;

3.4 O REVENDEDOR se obriga a praticar todos os atos necessários para preservar a boa reputação comercial da ESSO e de seus Produtos e lubrificantes, obrigando-se a envidar seus melhores esforços para desenvolver e promover a venda dos Produtos e lubrificantes.

4. OBRIGAÇÕES DA ESSO

4.1. permitir ao REVENDEDOR valer-se das marcas Esso, da identificação visual e lay-out típicos da ESSO, na forma estabelecida neste Anexo, de forma que o Posto possa ser identificado como integrante da rede de revendedores Esso;

4.2. promover campanhas publicitárias nacionais, regionais ou locais, de forma a divulgar os Produtos e lubrificantes Esso e perpetuar a marca Esso junto ao mercado consumidor.

4.3. A ESSO manterá efetivo controle sobre o uso e especificações, natureza e qualidade dos produtos cobertos pelas marcas licenciadas. Para tanto, poderá inspecionar equipamentos, Produtos e lubrificantes comercializados no Posto a qualquer tempo, a fim de verificar se os mesmos atendem aos padrões, especificações e as instruções emitidas ou aprovadas pela ESSO.

5. TÉRMINO E RESCISÃO: Uma vez terminado ou rescindido o presente, o REVENDEDOR deverá cessar imediatamente o uso das marcas ESSO. Não o fazendo, tal fato constituirá em uso indevido da marca ESSO, sendo que a ESSO poderá requerer "initio litis" a descaracterização do Posto para que o REVENDEDOR não continue ostentando a marca e a identificação visual de um Posto ESSO.

5.1 Durante o período em que o REVENDEDOR utilizar-se indevidamente das marcas da ESSO ficará obrigado ao pagamento, a título compensatório, de valor diário equivalente a R\$ 2.000,00 (dois mil reais).

5.2 O valor previsto nesta cláusula será atualizado anualmente, ou na menor periodicidade que vier a ser

permitida por lei, a partir da data de assinatura deste contrato, de acordo com a variação acumulada do IGP-DI/FGV ou, na sua ausência, por outro índice de variação de preços que vier a ser determinado pelo credor.

«município», «dataass»

ESSO BRASILEIRA DE PETRÓLEO LIMITADA.

«razao»

Testemunhas:

1. _____
(Nome e CNPF)

2. _____
(Nome e CNPF)

Anexo V - DA LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS

1. OBJETO: O objeto deste é a **locação dos equipamentos** de propriedade da ESSO e abaixo identificados, doravante denominados apenas Equipamentos, que a ESSO faz ao REVENDEDOR. Os Equipamentos são reconhecidos pelas contratantes como bens infungíveis, devendo ser restituídos a ESSO na forma ora contratada, não se admitindo, para qualquer efeito, o recebimento de outros equipamentos similares ou indenização em dinheiro em vez de sua devolução:

«TIPBS»
 «TIPBD»
 «TIPBQ»
 «TIPB6»
 «postoval»
 «tipspr»
 «console»
 «outros1»
 «TIP10»
 «TIP15»
 «TIP30»

1.1 Os Equipamentos são entregues ao REVENDEDOR em perfeito estado de conservação e funcionamento. Uma vez terminada ou rescindida esta locação, o REVENDEDOR deverá devolver os Equipamentos a ESSO, imediatamente e no mesmo estado em que os recebeu, ressalvado o desgaste decorrente do seu uso normal.

1.2 O REVENDEDOR reconhece serem os Equipamentos adequados e suficientes ao satisfatório funcionamento do Posto. A ESSO poderá solicitar a devolução de parte dos Equipamentos, na hipótese destes tornarem-se ociosos, assim como fazer instalar Equipamentos adicionais, inclusive para o controle de entrada e saída dos combustíveis comercializados no Posto.

1.3 Qualquer equipamento substitutivo ou adicional, de propriedade da ESSO, que vier a ser entregue ao REVENDEDOR, seguirá o regime desta locação, a menos que expressamente previsto em contrário. Os documentos fiscais que acobertarem a operação, servirão como comprovante da aludida entrega e passarão a integrar esta locação, servindo como aditamento a relação dos Equipamentos emprestados ao REVENDEDOR.

2. PREÇO: O aluguel mensal pelos Equipamentos será de R\$«valoraluguelmensal» «alugueldeext», aplicando-se os descontos na forma da tabela abaixo:

Tabela 4

Compras Trimestre Anterior X Volume Trimestral Contratado (cláusula 1.3 do contrato)	Desconto Sobre Valor do Aluguel Mensal - %
= ou > 71%	100%
> 60% e < = 70%	80%
> 50% e < = 60%	50%
> 40% e < = 50%	35%
= ou < 40%	0%

2.1 Não será cobrado do REVENDEDOR o aluguel correspondente ao primeiro trimestre de vigência desta locação.

2.2 O aluguel deverá ser pago pelo REVENDEDOR a ESSO, na forma e local que a ESSO determinar, até o sétimo dia do mês seguinte ao mês vencido. Na hipótese de cobrança bancária, o REVENDEDOR arcará com o custo de processamento da respectiva cobrança. A ESSO não dispõe de cobradores ou caixas para recebimento de pagamentos.

2.3 Os valores previstos nesta cláusula serão atualizados anualmente, ou na menor periodicidade que vier a ser permitida por lei, a partir da data de assinatura deste contrato, de acordo com a variação acumulada do IGP-DI/FGV ou, na sua ausência, por outro índice de variação de preços que vier a ser determinado pela ESSO.

3. OBRIGAÇÕES DO REVENDEDOR:

3.1 O REVENDEDOR é o único responsável pela guarda, conservação, manutenção e operação dos Equipamentos. Todo e qualquer dano que venha a ser causado a terceiros, ao meio ambiente ou a ESSO, em razão do mal uso ou funcionamento dos Equipamentos, será da responsabilidade do REVENDEDOR.

3.2 O REVENDEDOR deve manter contrato de manutenção dos Equipamentos, com empresa escolhida dentre aquelas credenciadas pelos respectivos fabricantes. Tal contrato deverá ter por objeto manutenção preventiva

dos Equipamentos, com periodicidade de visitas não superior a 03 (três) meses, além da manutenção corretiva, quando necessária. O REVENDEDOR deverá guardar consigo o contrato e os comprovantes dos serviços prestados, exibindo-os a ESSO sempre quando por esta solicitado.

3.3 Ocorrendo defeitos ou irregularidades nos Equipamentos, o REVENDEDOR obriga-se imediatamente a: (i) paralisar a utilização dos Equipamentos defeituosos; (ii) providenciar para que a irregularidade ou os defeitos sejam sanados o mais rapidamente possível; e, (iii) comunicar o fato pelo meio mais rápido à ESSO, confirmando-o, em seguida, por escrito.

3.3.1 A ESSO cooperará com o REVENDEDOR e, se for o caso, com o Poder Público, para eliminação das causas e minoração dos efeitos gerados pelo mau funcionamento dos Equipamentos. Tal fato não importará em nenhum momento em reconhecimento pela ESSO de qualquer culpa em relação ao eventual dano causado. O REVENDEDOR será o responsável pelos custos que a ESSO porventura incorrer.

3.4 O REVENDEDOR deverá fazer seguro dos Equipamentos enquanto permanecer na posse dos mesmos, exibindo a respectiva apólice a ESSO, sempre que por esta solicitado. Tal seguro deverá ser efetuado junto a companhia de seguros que no entender da ESSO seja idônea e em valor que permita, em caso de sinistro, a total reposição dos Equipamentos.

3.5 O REVENDEDOR deverá utilizar os Equipamentos apenas para teste, guarda, medição, propaganda e venda de produtos ESSO, responsabilizando-se por qualquer defeito nos mesmos, inclusive que venha ocasionar diferenças na qualidade ou na quantidade dos Produtos;

3.6 O REVENDEDOR não poderá remover os Equipamentos do local onde estiverem instalados, sem o consentimento prévio por escrito da ESSO;

3.7 O REVENDEDOR não poderá sublocar, emprestar, vender, trocar, gravar ou alienar os Equipamentos, por qualquer título ou forma, no todo ou em parte, respondendo o REVENDEDOR perante a ESSO ou terceiros pelos prejuízos eventualmente causados aos mesmos ou a terceiros, ainda que decorrentes de caso fortuito ou de força maior;

3.8 O REVENDEDOR deverá pagar, por sua conta exclusiva, luz, força elétrica e todos os impostos, taxas e contribuições, além de arcar com quaisquer ônus fiscais, federais, estaduais e municipais, que recaiam ou venham a recair sobre os Equipamentos, ou em decorrência de sua utilização;

3.9 O REVENDEDOR deverá permitir e franquear a ESSO, ou quem esta indicar, livre acesso as instalações do Posto, para verificação do estado dos Equipamentos e o correto cumprimento do presente;

3.10 O REVENDEDOR deverá pagar pontualmente os aluguéis devidos a ESSO, nos termos e condições previstos neste instrumento.

3.11. manter seus funcionários treinados para o manuseio dos Equipamentos;

4. TÉRMINO E RESCISÃO: Uma vez terminado ou rescindido o presente, o REVENDEDOR deverá remover os Equipamentos, devolvendo-os no prazo de 30 (trinta) dias a ESSO, entregando-os no local a ser por esta indicado. Não o fazendo, tal fato constituirá, desde logo e independentemente de qualquer notificação ou interpelação, um esbulho possessório, sendo que a ESSO poderá requerer a reintegração de posse "initio litis" dos mesmos, sem prévia audiência do REVENDEDOR, ficando este responsável pelo pagamento do aluguel até a efetiva devolução de cada um dos Equipamentos, sem prejuízo das demais multas e cominações previstas neste contrato.

4.1 O aluguel previsto nesta cláusula será aquele ajustado na cláusula 2, sem qualquer desconto.

4.2 Na hipótese do REVENDEDOR dar causa a rescisão da presente locação, será este obrigado a reembolsar a ESSO pelas despesas havidas com a instalação e eventual remoção dos Equipamentos, sem prejuízo do aluguel devido. As partes concordam em prefixar o valor das referidas despesas em 50 (cinquenta) aluguéis por todos os Equipamentos, sendo que 50% desses valores referem-se a instalação e 50% a retirada.

5. IMPOSTOS E TAXAS: O REVENDEDOR assume integral responsabilidade pelo pagamento dos impostos, taxas e contribuições que incidirem sobre a locação de empréstimo ora ajustada, comprometendo-se a reembolsar a ESSO dos respectivos valores, na hipótese da regulamentação aplicável obrigá-la a efetuar os recolhimentos dos referidos tributos.

«município», «dataass»

ESSO BRASILEIRA DE PETRÓLEO LIMITADA.

«razão»

Testemunhas:

1. _____
(Nome e CNPF)

2. _____
(Nome e CNPF)

8.6. Contrato Ipiranga

CONTRATO DE CESSÃO DE USO DE MARCA, FORNECIMENTO DE PRODUTOS E OUTROS
PACTOS COM O REVENDEDOR

D I S T R I B U I D O R A

01 . Razão Social: COMPANHIA BRASILEIRA DE PETRÓLEO IPIRANGA

02 . Inscrição CNPJ/MF-Matriz: 33.069.766/0001-81

03 . Endereço da Matriz: Rua Francisco Eugênio, n. 329

04 . Cidade: Rio de Janeiro

05 . Estado: RJ

06 . Endereço da Filial:

07 . Cidade:

08 . Estado:

R E V E N D E D O R

09 . Razão Social:

10 . Inscrição CNPJ/MF:

11 . Endereço:

12 . Cidade:

13 . Estado:

C O N D I Ç Õ E S

14 . Quantidades de produtos:

litros de gasolina

litros de diesel

litros de álcool hidratado

15 . Equipamentos: conforme ANEXO I

16 . Prazo:

G A R A N T I D O R E S

17. Qualificação completa dos garantidores:

Nome:

Nacionalidade:

Profissão:

Documento de Identidade:

CPF(MF):

Nome do cônjuge:

Nacionalidade:

Profissão:

Documento de identidade:

CPF(MF):

Endereço:

C O N S I D E R A N D O Q U E :

I. A **IPIRANGA** é detentora de direitos de **MARCA, NOME COMERCIAL e COMBINAÇÃO DE CORES** de notória, reconhecida tradição e reputação comercial que a distingue de suas concorrentes no mercado e que, estes sinais distintivos também são conhecidos pelo público consumidor que visualmente identifica o local como ponto de comercialização exclusiva dos produtos da **MARCA IPIRANGA**;

II. A **IPIRANGA** mantém uma rede de postos de serviços que ostenta a sua **MARCA, NOME COMERCIAL E COMBINAÇÃO DE CORES**, e que os seus produtos comercializados guardam perante o público consumidor a característica de Posto de Serviços Ipiranga;

III. A **IPIRANGA**, através de empresa controlada, é titular dos sistemas de franquia empresarial consistentes em um conjunto ordenado de práticas, procedimentos e métodos padronizados para operação e administração de loja de conveniência, unidade de troca de óleo e unidade de lavagem de veículos que, quando concedidos pela **IPIRANGA**, ao **REVENDEDOR**, passam a integrar as características de Posto de Serviços Ipiranga;

IV. A **IPIRANGA**, na atividade de distribuição dos seus produtos, direciona a concentração de seus esforços para bem atender ao público consumidor, assegurando-lhe respeito e proteção à sua dignidade e segurança com o oferecimento de produtos de qualidade reconhecida;

V. O **REVENDEDOR**, na atividade principal de revenda de produtos derivados ou não de petróleo para fins automotivos, deseja utilizar a **MARCA IPIRANGA**, ter acesso aos produtos com “know-how” desenvolvido pela **IPIRANGA**, usufruindo dos benefícios comerciais decorrentes;

VI. O **REVENDEDOR** desejando operar um posto de serviços com as características definidas nos CONSIDERANDOS I e II, manifesta seu interesse em integrar a rede de Postos de Serviços Ipiranga;

Em decorrência dos CONSIDERANDOS acima elencados, as partes resolvem desenvolver as atividades comerciais previstas neste contrato, nos seguintes termos e condições:

1 . O B J E T O

1.1. Constitui objeto do presente contrato :

1.1.1. A licença do uso da **MARCA, NOME COMERCIAL e COMBINAÇÃO DE CORES da IPIRANGA**;

1.1.2. O fornecimento de produtos da **MARCA IPIRANGA**;

1.1.3. A aquisição e revenda com exclusividade, pelo **REVENDEDOR**, dos referidos produtos;

1.1.4. A prestação de assessoria ao **REVENDEDOR**.

1.2. Os sistemas de franquia empresarial mencionados no CONSIDERANDO III não constituem objeto deste contrato. Quando concedidos pela **IPIRANGA**, ou por empresas por ela controlada, ao **REVENDEDOR**, deverão ser assinados os instrumentos contratuais específicos.

2 . O B R I G A Ç Õ E S D A S P A R T E S

2.1. A **IPIRANGA** e o **REVENDEDOR**, tendo em vista os interesses comuns, durante toda vigência contratual, se obrigam a empregar os meios adequados para desenvolver a comercialização dos produtos **IPIRANGA**, proporcionando confiabilidade, segurança e garantia dos produtos comercializados aos consumidores finais.

2.2. A **IPIRANGA** auxiliará o **REVENDEDOR** na operação do Posto de Serviços Ipiranga, obrigando-se a:

2.2.1. Permitir o uso e ostentação de sua marca, nome comercial e combinação de cores no estabelecimento do **REVENDEDOR**;

2.2.2. Ceder o uso dos equipamentos discriminados no campo 15, destinados à comercialização de combustíveis;

2.2.3. Entregar os produtos objeto deste contrato de acordo com as especificações determinadas pelas autoridades governamentais;

2.2.4. Desenvolver material publicitário, uniformes, utensílios de revenda e técnicas de treinamento de pessoal;

2.2.5. Elaborar o "layout" e o projeto arquitetônico das atividades afins exploradas nas dependências do Posto de Serviços Ipiranga, tais como loja de conveniência, unidades de troca de óleo, unidade de lavagem de veículos e outras por ela autorizadas;

2.2.6. Prestar informações relativas à operação do Posto de Serviços Ipiranga, quando solicitadas pelo **REVENDEDOR**.

2.3. O **REVENDEDOR**, na atividade principal de revenda de produtos derivados ou não de petróleo para fins automotivos, obriga-se a :

2.3.1. Adquirir, exclusivamente da **IPIRANGA**, produtos combustíveis, óleos lubrificantes e graxas, para revenda no Posto de Serviços Ipiranga;

2.3.2. Manter no seu estabelecimento o “layout” próprio dos Postos de Serviços Ipiranga, a programação visual, padrão de imagem e cores definidos pela **IPIRANGA**;

2.3.3. Somente manter e vender no Posto de Serviços Ipiranga produtos fornecidos pela própria **IPIRANGA**, obrigando-se, ainda, a não adquirir ou revender produtos idênticos, análogos ou similares de outras fontes supridoras, salvo quando prévia e expressamente autorizado pela **IPIRANGA**;

2.3.4. Manter o Posto de Serviços Ipiranga aberto ao público consumidor, diariamente, em horário comercial, salvo se nas suas dependências estiver instalada a loja am/pm,, hipótese em que o horário de funcionamento será “24 horas”;

2.3.5. Exercer a máxima diligência para bem atender aos consumidores com empregados aptos, orientados, treinados e devidamente uniformizados;

- 2.3.6. Manter o Posto de Serviços Ipiranga sempre limpo, pintado e arrumado, conforme padrões de imagem definidos pela Ipiranga;
- 2.3.7. Manter os produtos nas condições recebidas, conservando-os protegidos de quaisquer alterações e contaminações;
- 2.3.8. Participar e cumprir os programas de manutenção de imagem e conservação do Posto de Serviços Ipiranga, arcando com o pagamento das contribuições financeiras previamente divulgadas pela **IPIRANGA**;
- 2.3.9. Manter-se registrado junto à Agência Nacional de Petróleo (ANP), devendo para tanto diligenciar com a máxima observância os prazos e exigências a que se refere a Portaria ANP 116, de 05 de julho de 2000, sem prejuízo das disposições contidas na cláusula 13.8.

2.4. O **REVENDEDOR**, tendo celebrado o presente contrato por reconhecer os benefícios dele decorrentes, na forma exposta nos Considerandos, obriga-se a não violar e nem concorrer para que terceiros violem os direitos detidos pela **IPIRANGA** por força deste contrato.

3 . M A R C A , N O M E C O M E R C I A L E C O M B I N A Ç Ã O D E C O R E S

3.1. A **MARCA, NOME COMERCIAL E COMBINAÇÃO DE CORES** são de propriedade da **IPIRANGA**, devidamente registrados perante o INPI, ficando certo e entendido que o uso e ostentação no estabelecimento do **REVENDEDOR** é gratuito, temporário e precário, desvinculado de qualquer outro direito ou interesse que não os decorrentes do presente negócio.

3.2. O uso e divulgação autorizados neste contrato, não podem ser aproveitados pelo **REVENDEDOR** para outros fins, salvo com prévio e expresso consentimento da **IPIRANGA**.

3.3. Considerando que a **MARCA, NOME COMERCIAL e COMBINAÇÃO DE CORES** da **IPIRANGA** integram as características do estabelecimento comercial do **REVENDEDOR**, sendo identificado pelo público consumidor como um Posto de Serviços Ipiranga, o mesmo obriga-se a não exercer ou permitir que terceiros exerçam qualquer atividade não autorizada pela **IPIRANGA**.

3.4. O **REVENDEDOR** obriga-se, ainda, a não utilizar produtos, embalagens ou materiais de propaganda que, de qualquer forma, se assemelhem ou constituam violação da **MARCA IPIRANGA**, assim como sejam análogos aos produtos, serviços ou embalagens da **IPIRANGA**.

4 . V I G Ê N C I A C O N T R A T U A L

4.1. O prazo inicial deste contrato é o mencionado no campo 16, que se inicia a partir da data de sua assinatura, durante o qual deverão ser atingidas as quantidades totais de produtos indicadas no campo 14.

4.2. Caso as quantidades totais previstas no campo 14 sejam atingidas antes do prazo estabelecido no campo 16, considerar-se-á findo presente contrato para todos os fins e efeitos de direito.

4.3. Se ao final do prazo inicial o **REVENDEDOR** tiver adimplido substancialmente a sua obrigação contratual de adquirir produtos e desde que tenha sido atingido o volume correspondente a 80% das quantidades contratuais, o presente contrato ficará prorrogado para que os restantes 20% possam ser adquiridos no prazo máximo e improrrogável equivalente à 2/5 do prazo inicial mencionado no campo 16 deste contrato.

4.4. Após serem atingidas as quantidades totais previstas no campo 14 e desde que o estabelecimento comercial do **REVENDEDOR** continue ostentando o uso da **MARCA, NOME COMERCIAL e COMBINAÇÃO DE CORES**, bem como equipamentos da **IPIRANGA**, todas as cláusulas deste contrato continuarão em vigor até a desconfiguração do Posto de Serviços Ipiranga e devolução dos equipamentos.

4.5. A desconfiguração do estabelecimento do **REVENDEDOR**, nos termos da cláusula anterior, deverá ser previamente comunicada por escrito pela parte denunciante com antecedência de 30 dias.

5 . F O R N E C I M E N T O D E P R O D U T O S

5.1. Durante toda a vigência contratual, a **IPIRANGA** venderá e entregará ao **REVENDEDOR** e este comprará e receberá, com exclusividade, da **IPIRANGA**, mensalmente, produtos

combustíveis, óleos lubrificantes e graxas para revenda no Posto de Serviços Ipiranga, situado no endereço indicado no campo 11, até que sejam atingidas as quantidades totais estabelecidas no campo 14.

5.2. Os produtos serão entregues na medida em que os pedidos forem encaminhados à **IPIRANGA** conforme critérios estabelecidos nos parágrafos seguintes:

5.2.1. O fornecimento de produtos fica sujeito às condições normais de suprimento do mercado e às determinações dos órgãos governamentais, inclusive no que diz respeito ao abastecimento de derivados de petróleo;

5.2.2. As partes concordam que as quantidades indicadas no campo 14 devem ser atingidas mediante compras habituais, sendo que os pedidos devem observar uma periodicidade constante, porque o **REVENDEDOR** reconhece a complexidade do sistema operacional de distribuição de combustíveis;

5.2.3. A **IPIRANGA** poderá atender pedidos em quantidades superiores às habituais, caso haja disponibilidade do produto e desde que não cause prejuízo no atendimento aos demais integrantes da rede de Posto de Serviços Ipiranga;

5.2.4. As quantidades dos pedidos do **REVENDEDOR** deverão ser adequadas às condições de segurança de transporte de produtos combustíveis. Para evitar riscos operacionais durante o transporte dos produtos, as partes concordam que as entregas não poderão ser fracionadas (em quantidades inferiores aos compartimentos dos caminhões-tanque);

5.2.5. O **REVENDEDOR** deverá manter em dia os pagamentos dos débitos contraídos com a **IPIRANGA**.

5.3. Na hipótese de ser autorizada a comercialização de outros produtos combustíveis que não os mencionados no campo 14, a **IPIRANGA** e o **REVENDEDOR** poderão aparelhar o Posto de Serviços Ipiranga para a revenda do novo produto, hipótese em que o **REVENDEDOR** deverá comprá-lo da **IPIRANGA**, com exclusividade, nas quantidades que necessitar.

5.3.1. Quaisquer produtos automotivos que estejam disponíveis no mercado com a **MARCA IPIRANGA** e quando comercializados nas dependências do Posto de Serviços Ipiranga, também deverão ser adquiridos com exclusividade da **IPIRANGA**;

5.4. A **IPIRANGA** poderá recolher amostras dos produtos para testes em seus laboratórios ou de terceiros para verificar as suas especificações. O **REVENDEDOR**, quando lhe for solicitado, deverá cessar a comercialização do produto remanescente, permitindo a sua retirada pela **IPIRANGA**, sem prejuízo da posterior apuração das responsabilidades e da continuidade do fornecimento dos produtos objeto deste contrato.

5.5. Os produtos fornecidos ao **REVENDEDOR**, que forem tabelados, serão entregues e faturados pelo preço estabelecido pelos órgãos governamentais vigente na data de cada entrega. Os demais produtos serão faturados pelos preços correntes praticados pela **IPIRANGA** para venda à revendedores, no dia e lugar da entrega.

5.6. Durante a vigência do presente contrato, as partes poderão, de comum acordo, em caráter especial e temporário, estabelecer prazos diferenciados de pagamento dos produtos.

5.7. É obrigação do **REVENDEDOR**, caso não receba o aviso de cobrança até dois dias antes do vencimento da fatura, comparecer ao escritório da **IPIRANGA** mais próximo do seu estabelecimento, para efetuar o pagamento da fatura na data do seu vencimento.

5.8. Se a **IPIRANGA** concordar em receber débitos em atraso, o valor será atualizado monetariamente, acrescido de juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, calculados dia a dia, incidentes sobre o principal corrigido, e demais encargos moratórios, além de multa de 10% (dez por cento) e honorários advocatícios de 20% (vinte por cento) sobre o total devido.

6 . E Q U I P A M E N T O S

6.1. Tendo em vista as finalidades comerciais comuns deste contrato, a **IPIRANGA** cede ao **REVENDEDOR** o uso dos equipamentos de sua propriedade, descritos e caracterizados na relação anexa ao presente contrato, incluindo as respectivas tubulações, instalados no endereço indicado no campo 11, os quais somente poderão ser removidos desse local mediante prévio consentimento da **IPIRANGA**.

6.2. O **REVENDEDOR** recebe os equipamentos em perfeitas condições de conservação e funcionamento e obriga-se o **REVENDEDOR** a conservá-los no mesmo estado em que os recebeu, para assim devolvê-los à **IPIRANGA**, finda a vigência do presente contrato, ressalvado o desgaste decorrente do uso normal.

6.3. As partes poderão, de comum acordo, alterar a quantidade e/ou o tipo dos equipamentos constantes do campo 15, que será formalizada pelas notas fiscais de remessa/devolução, com comprovante de recebimento, as quais ficarão fazendo parte integrante e complementar do presente contrato.

6.4. O **REVENDEDOR** obriga-se a:

6.4.1. Utilizar os equipamentos unicamente para armazenamento e revenda de produtos fornecidos pela **IPIRANGA**;

6.4.2. Não colocar nos equipamentos, ou em suas proximidades, qualquer forma de propaganda de produtos que não seja da marca **IPIRANGA**;

6.4.3. Permitir que sejam instalados nos equipamentos, ou em suas proximidades, utensílios, acessórios ou aparelhos destinados a aprimorar a sua utilização, manuseio, segurança e controle da origem e da qualidade dos produtos;

6.4.4. Não alterar as características dos equipamentos, onerar, ceder o uso a terceiros, bem como não praticar nem permitir turbação aos direitos que a **IPIRANGA** possui sobre os mesmos;

6.4.5. Arcar com as despesas decorrentes da manutenção dos equipamentos, inclusive com a reposição de peças e componentes substituídos por desgaste do uso ou avaria;

6.4.6. Arcar com as despesas de retirada dos equipamentos; na hipótese de infração ao presente contrato, arcar também com as despesas de instalação.

7 . M E I O A M B I E N T E

7.1. O **REVENDEDOR** obriga-se a :

7.1.1. Atender às normas emanadas dos órgãos ambientais, inclusive as referentes à obtenção de alvarás e licenças ambientais;

7.1.2. Realizar testes diários para verificar a regularidade das condições de armazenamento dos combustíveis nos tanques, incluindo tubulações, bem como de funcionamento dos demais equipamentos. Em caso de defeitos e/ou vazamentos deverá, no mesmo dia, suspender sua utilização, bem como comunicar à **IPIRANGA**, por escrito, para que sejam adotadas as providências necessárias ao conserto dos equipamentos;

7.1.3. Operar os equipamentos de maneira a evitar quaisquer derramamentos de produtos;

7.1.4. Realizar testes de estanqueidade nos prazos estabelecidos na legislação;

7.1.5. Adotar todas as providências necessárias à preservação do meio ambiente, arcando com os custos de reparação e descontaminação, além de sua responsabilidade civil, especialmente no caso de comunicação tardia de qualquer irregularidade, respondendo perante a **IPIRANGA**, terceiros e autoridades públicas;

7.1.6. Integrar e participar dos procedimentos administrativos e/ou judiciais instaurados por autoridades públicas por atos ou fatos relacionados às atividades desenvolvidas no Posto de Serviço Ipiranga objeto deste contrato.

8 . C O N T R A T A Ç Ã O P E R S O N A L Í S S I M A

8.1. A presente contratação é realizada tendo em vista a atual constituição societária do **REVENDEDOR**, cujos sócios, no exercício das suas funções na sociedade, deverão se dedicar pessoalmente à gerência e direção do Posto de Serviços Ipiranga.

8.2. Assim, o **REVENDEDOR** obriga-se a obter autorização da **IPIRANGA**, na ocorrência de qualquer uma das seguintes hipóteses:

8.2.1. Alteração de sua composição social que importe na transferência da gerência ou do controle da sociedade;

8.2.2. Alteração de sua composição social que importe na inclusão de um novo sócio que nesta data não faça parte da sociedade, assim como na sucessão em virtude do falecimento de seus atuais sócios;

8.2.3. Delegação a terceiros da operação do Posto de Serviços Ipiranga;

8.2.4. Cessão ou transferência do presente contrato;

8.2.5. No caso de fusão, incorporação ou cisão envolvendo o **REVENDEDOR**.

9 . S U C E S S Ã O C O M E R C I A L

9.1. As obrigações aqui assumidas são extensivas aos cessionários, sucessores dos contratantes e a todas as pessoas que vierem a operar o Posto de Serviços Ipiranga. Após a anuência prevista na cláusula anterior, o **REVENDEDOR** obriga-se a consignar no contrato que vier a celebrar com terceiros, a condição de sucessores dos mesmos, devendo inserir no referido contrato a declaração expressa de que os mesmos se obrigam a respeitá-lo. O **REVENDEDOR** compromete-se a entregar à **IPIRANGA** uma via do referido contrato logo após a sua celebração.

1 0 . C U M P R I M E N T O D O C O N T R A T O D E P E R D A S E D A N O S

10.1. O inadimplemento das obrigações assumidas assegura à parte inocente o direito de exigir o cumprimento obrigatório do contrato.

10.2. A parte inocente poderá, a seu critério, não exercer as prerrogativas que lhe concede a cláusula 10.1 e requerer as perdas e danos decorrentes do descumprimento contratual. Nesta hipótese, o contrato ficará rescindido de pleno direito, devendo a parte infratora pagar a multa compensatória que, em vista do cumprimento parcial do contrato, será calculada na base da multiplicação das quantidades que deixaram de ser adquiridas, para o integral cumprimento deste contrato, pelo valor correspondente a 5% (cinco) por cento do preço do litro de cada produto, em vigor na data do último fornecimento feito pela **IPIRANGA** ao **REVENDEDOR**. A partir da referida data, a multa será atualizada monetariamente, incidindo juros de 1% ao mês sobre o principal corrigido, até o efetivo pagamento.

10.3. Fica certo e entendido que a multa compensatória estabelecida na cláusula anterior refere-se aos prejuízos sofridos pela parte inocente exclusivamente quanto aos volumes de produtos contratados não fornecidos ou adquiridos, sem prejuízo do ressarcimento de outros danos causados pela violação de direitos protegidos por força deste contrato ou da lei.

1 1 . T É R M I N O D A V I G Ê N C I A C O N T R A T U A L

11.1. Findo ou rescindido o presente contrato, o **REVENDEDOR** obriga-se a :

11.1.1. Devolver os equipamentos que estiverem em seu poder, entregando-os no estabelecimento da **IPIRANGA** sob pena de pagamento, até a sua efetiva devolução, de um aluguel diário correspondente a duzentas vezes o preço em vigor na data do último fornecimento efetuado pela **IPIRANGA** ao **REVENDEDOR**, do litro do combustível de maior venda.

11.1.2. Desfazer a identificação visual do Posto de Serviços Ipiranga, retirando a **MARCA, NOME COMERCIAL e COMBINAÇÃO DE CORES** da **IPIRANGA**.

11.1.3. Desconfigurar o “layout” próprio dos Postos de Serviços Ipiranga, retirando do seu estabelecimento toda e qualquer característica e/ou elementos de imagem que o identifique ou o assemelhe aos Postos de Serviços Ipiranga, tais como totens, indicadores de produtos, luminosos, “skylight” (cobertura translúcida na área de abastecimento) uniformes e outros.

1 2 . G A R A N T I A

12.1. A(s) pessoa(s) qualificada(s) no campo 17 assina(m) o presente como garantidor(es) e principal(is) pagador(es), solidariamente responsável (eis) pelo cumprimento das obrigações contratuais assumidas pelo obrigado solidário e pelo cumprimento das obrigações legais e contratuais decorrentes da atividade do **REVENDEDOR**, bem como pelas consequências pecuniárias do inadimplemento, multas, indenizações e outras que vierem a ser fixadas.

12.2. A presente garantia subsistirá para todos os fins e efeitos de direito,

12.2.1. Ainda que outra garantia real ou pessoal tenha sido ou venha a ser prestada pelo(s) **GARANTIDOR(ES)** ou terceiros, para garantir os negócios comerciais realizados entre o **REVENDEDOR** e a **IPIRANGA**.

12.2.2. Ainda que ocorra qualquer alteração na composição societária do **REVENDEDOR** que implique a retirada e/ou inclusão de qualquer sócio.

12.2.2.1. Ocorrendo a hipótese prevista no parágrafo 12.2.2, o(s) **GARANTIDOR(es)** poderá(ão) exonerar-se a qualquer tempo das obrigações assumidas no presente

contrato, através de denúncia expressa e por escrito, com antecedência de 60 (sessenta) dias.

13. CONDIÇÕES GERAIS

13.1. A **IPIRANGA** poderá instalar nas dependências do Posto de Serviços Ipiranga outras atividades destinadas ao fornecimento de bens e serviços ao público consumidor, assumindo o **REVENDEDOR**, desde já, o compromisso de permitir a instalação destes negócios adicionais.

13.2. A **IPIRANGA** poderá modificar e/ou substituir a marca, combinação de cores, "layout" do Posto de Serviços Ipiranga ou qualquer elemento integrante de sua programação visual, assumindo o **REVENDEDOR**, desde já, o compromisso de se adequar às mudanças que vierem a ser implantadas, tendo em vista que as mesmas visam os interesses comerciais comuns.

13.3. Quando a **IPIRANGA** desenvolver o uso de publicidade ou outras formas de marketing, tais como promoções e distribuição de prêmios ao público consumidor, poderá convidar o **REVENDEDOR** a participar de tais eventos, mediante o pagamento das contribuições financeiras previamente divulgadas pela **IPIRANGA**.

13.4. A **IPIRANGA** terá o direito de colocar no Posto de Serviços Ipiranga, nos locais em que escolher, tais como paredes externas e testeiros, cartazes, letreiros, faixas promocionais ou qualquer outra forma de propaganda.

13.4.1.A exposição, por parte do **REVENDEDOR**, de cartazes, faixas e materiais promocionais, dependerá da prévia e expressa autorização da **IPIRANGA**, manifestada por escrito, devendo sempre respeitar os padrões utilizados pela rede de Postos de Serviços Ipiranga.

13.5. O **REVENDEDOR** responderá, mesmo na hipótese de caso fortuito ou de força maior, por danos nos equipamentos, pelos atos e fatos decorrentes da operação do Posto de Serviços Ipiranga, inclusive perante terceiros e por quaisquer infrações a que der causa por descumprimento das normas legais e administrativas.

13.6. Caso o **REVENDEDOR** venha a operar o seu estabelecimento em endereço diverso do indicado no campo 11, o presente contrato vigorará para o novo local, subsistindo todos os direitos e obrigações.

13.7. Se o Posto de Serviços Ipiranga tiver que suspender suas atividades por prazo superior a trinta dias, em decorrência de determinação de autoridades públicas, o presente contrato ficará suspenso, voltando a vigorar a partir do momento em que cessar a causa suspensiva.

13.8. O Posto de Serviços Ipiranga objeto deste contrato poderá funcionar em caráter precário, obrigando-se o **REVENDEDOR** à obtenção de alvarás e licenças necessárias ao funcionamento de suas atividades, responsabilizando-se, inclusive, pela instalação dos serviços públicos de que venha a necessitar e pelo pagamento de todos os impostos, taxas e contribuições relativas a este contrato, à publicidade exibida nas dependências do Posto de Serviços IPIRANGA e, ainda, referentes, direta ou indiretamente, aos equipamentos, inclusive aferições.

13.9. A **IPIRANGA** poderá, a qualquer tempo, ceder, total ou parcialmente, os seus direitos e obrigações decorrentes deste contrato, a terceiros, à sociedade controladora, controlada, ou a qualquer outra que com ela tenha ou venha a ter vínculo societário, independentemente de autorização do **REVENDEDOR**.

13.10. O **REVENDEDOR** assegura à **IPIRANGA**, a qualquer momento e independente de aviso ou formalidade, acesso às dependências do Posto de Serviços Ipiranga, instalações, equipamentos,

produtos, visando a verificação do exato cumprimento das obrigações contratuais, inclusive as relativas às normas de segurança, saúde, meio ambiente e qualidade dos produtos.

13.11. Todas as despesas com a regularização do presente contrato correrão por conta do **REVENDEDOR**.

13.12. Fica eleito o foro da cidade indicada no campo 07, com renúncia a qualquer outro.

E, por estarem assim justas e contratadas, as partes assinam o presente em 03 (três) vias de igual teor, juntamente com a testemunhas abaixo.

(LOCAL E DATA)

COMPANHIA BRASILEIRA DE PETRÓLEO IPIRANGA

REVENDEDOR / Representante Legal

G A R A N T I D O R E S

nome / CPF

nome / CPF

T E S T E M U N H A S

nome / CPF

nome / CPF
