



UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

FACULDADE DE DIREITO

LICENCIATURA EM DIREITO

**O MANDATO COMERCIAL GRATUITO NO ORDENAMENTO
JURÍDICO MOÇAMBICANO – A represtinação de um problema**

Nome do estudante: Julião Pajó André Machai

Nº de estudante: 20201545

Supervisor: Me. Alberto Nkutumula

Maputo, Fevereiro de 2025



UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

FACULDADE DE DIREITO

LICENCIATURA EM DIREITO

**O MANDATO COMERCIAL GRATUITO NO ORDENAMENTO
JURÍDICO MOÇAMBICANO – A represtinação de um problema**

Trabalho de Fim de Curso apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Eduardo Mondlane, sob a supervisão do Mestre Alberto Nkutumula, para efeitos de obtenção do grau de licenciado em Direito.

Nome do estudante: Julião Pajó André Machai

Nº de estudante: 20201545

Supervisor: Me. Alberto Nkutumula

Maputo, Fevereiro de 2025

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Eu, **Julião Pajó André Machai**, portador do BI nº 100106832396Q e Estudante nº 20201545, declaro que este Trabalho de Fim de Curso, subordinado ao tema: **O MANDATO COMERCIAL GRATUITO NO ORDENAMENTO JURÍDICO MOÇAMBICANO – A reprecinação de um problema**, nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau académico ou num outro âmbito, e que ele é original, da minha única e exclusiva autoria, pois constitui o resultado do meu labor pessoal, e não contém apropriação indevida, parcial ou total, de obra intelectual de outro autor. Este Trabalho de Fim de Curso é apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Eduardo Mondlane em cumprimento parcial dos requisitos para a obtenção do grau de Licenciado em Direito.

(Julião Pajó A. Machai)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos dois grandes heróis da história da minha vida, meus pais, **André Julião Machai** e **Maravilha Nhachungue Machai**, por todo o sacrifício que têm feito pela minha formação e por assumirem a minha realização profissional como um projecto de extrema importância para a sua vida. Espero que esse desfecho signifique um grande salto na grande realização que temos construído juntos, meus pais, e que esteja a tempo de homenagear todos os esforços que têm despendido até aqui.

AGRADECIMENTOS

O sonho de uma licenciatura, mais do que meu, é da minha família e de todos os que me têm acompanhado nessa trajetória, por isso, eu nada mais sou que *um mandatário da realização de um sonho familiar*, e neste momento incumbe-me a tarefa de prestar os meus sinceros agradecimentos a todos os que de alguma forma contribuíram na realização dessa *nobre missão*.

Assim sendo, endereço minha gratidão à minha família: aos meus sagrados pais, André Julião Machai e Maravilha Machai, por garantirem que a minha criação e formação sejam um verdadeiro acto de amor; e aos meus irmãos, Mércia Machai Muchave, Arouca Machai, André Júnior e Vina Nhachungue, pela companhia, pelo amor e por todos os votos que depositam em mim.

Ao meu distinto Professor e supervisor, Me. Alberto Nkutumula, pela prontidão em aceitar conduzir-me nesta aventura tão importante na minha vida, até em momentos de inesperados “*desvios de rota*”. Muito obrigado!

Aos meus Professores da FDUEM, pela *semente jurígena* que plantaram em mim e por se dedicaram, ao longo de quatro anos, na sua irrigação. Terão em mim um eterno discípulo.

Ao meu maior presente da Faculdade de Direito, meu amigo, Rachide Assane, pela amizade e apoio a todo momento. “*Você pavimentou o caminho trilhado por este trabalho. Valeu, meu bro*”.

Aos meus preciosos amigos da *Terra da Fraternidade* (Adelino Manjate Jr., Benvinda Nhanombe, Carlos Gildo, Jorge de Jesus e Júlio Cumbane), pela convivência, pelo amor e auxílio incondicionais.

Ao tio Beto, tia Filó, tia Laura†, Paulo Kene, Cleiton Muianga, Hélder John, Auneta Ermelinda, Laila Maluana, Monny Maluana, Agostinho Melembe e a Cecília Cuco, por se manterem fiéis na torcida.

Aos meus amigos, Arlito Muhate Jr, Válter Azevedo, Odorico Guambe, Aurélio Boca, Marta Chilaúle, Basílson Ferraz, Nayra Matusse, Benedito Lichive, Imidiane Cumbe, Colénia Francelino, Hélder Sive, Adão Tandana e Edílson Guambe, pelas riquíssimas experiências que a sua amizade me tem proporcionado.

Aos meus amigos e colegas do curso, Sheron Josceline, Gildo Manecas, Marília Novela, David Sambu, Manuel Nomboro, Alex Duave, Frank Banze, Caetano Francisco, Melissa Muarramuassa, Wílson Siteo, Dionísio Cossa, Almeida Muchanga, Euclides Chiwadoy, Lírío Guambe e Chandel Ngala, pelo crescimento académico que pude alcançar nessa caminhada travada de mãos-dadas.

E, a todos os que contribuíram para este momento fosse possível.

RESUMO

A presente monografia tem a missão de examinar a adequação do mandato comercial gratuito, admitido pelo nosso legislador no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, aos princípios que norteiam a contratação mercantil. Para tal, realiza uma abordagem geral sobre o contrato comercial em Moçambique, na qual traz à tona os seus elementos constitutivos, evidenciando que a finalidade de produzir um rendimento económico é o fim último do exercício da actividade empresarial. Para o alcance desse desiderato, o contrato comercial veta-se de características como a onerosidade e o egoísmo do empresário comercial. Em decorrência disso, este estudo critica a obscuridade da comercialidade na noção de mandato comercial e qualifica-o como um contrato essencialmente oneroso. Na sequência, evidencia a inadmissibilidade de um mandato comercial gratuito na contratação mercantil atendendo ao primado da onerosidade dos contratos comerciais, bem como evidencia a sua inadmissibilidade como um contrato comercial acessório, e apresenta uma janela de possibilidade para a sua validade como um acto objetivo de comércio. E, por fim, critica o regime remuneratório do mandatário comercial consagrado na esteira de um mandato comercial gratuito.

Palavras-chaves: contrato comercial; contratação mercantil; mandato comercial; gratuidade; onerosidade; regime remuneratório.

ABSTRACT

The mission of this monograph is to examine the adequacy of the free commercial mandate, admitted by our legislator in the Legal Regime of Commercial Contracts, to the principles that guide commercial contracting. To this end, it carries out a general approach to the commercial contract in Mozambique, in which it brings to light its constituent elements, highlighting that the purpose of producing economic income is the ultimate purpose of carrying out business activity. To achieve this aim, the commercial contract excludes characteristics such as the onerousness and selfishness of the commercial entrepreneur. As a result, this study criticizes the obscurity of commerciality in the notion of commercial mandate and qualifies it as an essentially onerous contract. Next, it highlights the inadmissibility of a free commercial mandate in commercial contracting, given the primacy of the onerousness of commercial contracts, as well as highlighting its inadmissibility as an accessory commercial contract, and presents a window of possibility for its validity as an objective act of business. And, finally, it criticizes the commercial agent's remuneration regime established in the wake of a free commercial mandate.

Keywords: commercial contract; commercial contracting; commercial mandate; free of charge; onerousness; remuneration scheme.

EPÍGRAFE

“Os agentes económicos comerciais não contratam pelo mero prazer de trocar declarações de vontade (subjectivismo), mas, objectivamente, para fazer circular bens e serviços em vista de determinado fim, que, no campo empresarial, ser-lhes-á potencial e economicamente vantajoso.”

Leonardo Gomes de Aquino

ABREVIATURAS

Apud- Citado por

Art.- Artigo

CC- Código Civil

CCom- Código Comercial

Cfr.- Confira

CRM – Constituição da República de Moçambique

CRPM- Constituição da República Popular de Moçambique

DL – Decreto-Lei

Op.cit.- na obra citada

RJCC- Regime Jurídico dos Contratos Comerciais

Pág (s) – Página (s)

PALOP – Países de Língua Oficial Portuguesa

Prof.(s) – Professor (s)

STJ – Supremo Tribunal de Justiça

Vol- Volume

Índice

Introdução	1
Enquadramento	1
Problematização Do Tema.....	3
Justificativa Do Tema	4
Delimitação Do Tema.....	5
Objectivos	5
Objectivo Geral.....	5
Objectivos Específicos.....	5
Metodologia De Pesquisa	6
CAPÍTULO I – DO CONTRATO COMERCIAL EM MOÇAMBIQUE.	7
Generalidades Sobre A Contratação Mercantil.....	7
Noção De Contrato Comercial.....	8
Requisitos Do Contrato Comercial	9
Ambos Ou Um Dos Sujeitos Da Relação Contratual Deve Ser Empresário Comercial	9
Exercício De Uma Actividade Empresarial.	9
Profissionalismo.....	10
Habitualidade	11
Capacidade Empresarial.....	11
O Contrato Deve Ser Celebrado No Exercício Da Actividade Empresarial.....	12
Comercialidade Dos Contratos Acessórios.....	13
Características Dos Contratos Comerciais.....	14
Onerosidade	15
Custos Da Transação.....	15
O Egoísmo Do Empresário Comercial	16

Diferença Entre Contratos Comerciais E Contratos Cíveis.....	16
CAPÍTULO II – DO MANDATO COMERCIAL	17
Generalidades.....	17
Esboço Histórico.....	17
Do Acolhimento No Código Comercial À Actualidade	18
Noção	19
Elementos Constitutivos Do Mandato Comercial.....	21
A Obrigação De Praticar Um Ou Mais Actos Jurídicos	21
A Actuação Do Mandatário Por Conta Do Mandante	23
Características Do Mandato Comercial	23
O Mandato Comercial Como Um Contrato Nominado E Típico	24
O Mandato Comercial Como Um Contrato Consensual.....	24
O Mandato Comercial Como Um Contrato Oneroso	24
O Mandato Comercial Como Um Contrato Sinalagmático	25
O Mandato Comercial Como Um Contrato Principal.....	25
Diferença Entre Mandato Comercial E Mandato Cível.....	25
CAPÍTULO III – DA ADEQUAÇÃO DO MANDATO COMERCIAL GRATUITO À CONTRATAÇÃO MERCANTIL.	26
A (In)Procedência Da Gratuitidade Na Contratação Mercantil.....	26
A (In)Admissibilidade De Um Mandato Gratuito Como Um Contrato Comercial.....	29
A (In)Admissibilidade De Um Mandato Gratuito Como Um Contrato Comercial Acessório	31
A (In)Admissibilidade De Um Mandato Gratuito Como Um Acto Objectivo De Comércio	32
A Gratuitidade Do Mandato Comercial Como Um Poder Do Mandante.	32
Conclusão.....	35
Recomendações.....	36

Referências Bibliográficas	39
Legislação Nacional.....	39
Legislação Estrangeira	39
Artigos Científicos	42
Monografias	42
Sítios De Internet	42
Outros.....	43

INTRODUÇÃO

1. ENQUADRAMENTO

O presente trabalho pretende discutir sobre a reintrodução do mandato no catálogo dos contratos comerciais em Moçambique, tendo em vista a possibilidade de um mandato comercial gratuito admitida pelo legislador no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

Por perceber-se essa admissão legal, o trabalho a realizado analisa a consentaneidade da gratuidade do mandato comercial aos princípios do Direito Comercial, no geral, e aos princípios que orientam a contratação mercantil, em especial.

Esta temática nasce, no nosso ordenamento, de um contexto jurídico-legal com alguma robustez. Ora vejamos, o Direito Comercial moçambicano tem o seu primeiro assento legal no Código Comercial de 1888 aprovado pela Carta de Lei de 28 de Junho de 1888 por DOM LUIZ e tornado extensivo à então Província Ultramarina de Moçambique, com excepção do nº3 do art. 162 e do parágrafo 3º do art. 169, pelo Decreto de 20 de Fevereiro de 1894¹, tendo sido recebido na ordem jurídica de Moçambique independente por força do *princípio de recepção automática* consagrado no artigo 71 da CRPM aprovada em 25 de Junho de 1975, nos termos do qual “*toda a legislação anterior, no que for contrária à Constituição, fica automaticamente revogada. A legislação anterior, no que não for contrária à Constituição, mantém-se em vigor até que seja modificada ou revogada*”².

O mandato, por ser uma figura bastante antiga na história dos contratos e por prestar uma enorme utilidade no âmbito da contratação mercantil, teve acolhimento no Código Comercial de 1888, especialmente regulado nos art. 231 a 247, em que o legislador era claro ao estabelecê-lo como um contrato oneroso atendendo à sua natureza mercantil, diferenciando-se, desta forma, do mandato civil, que geralmente é gratuito.

Nisso, porém, há que notar que o legislador desde esse Código teve a tendência de admitir um “mandato comercial gratuito” à revelia da onerosidade que marca, como uma característica essencial e distintiva, a contratação mercantil. É pois fácil perceber essa tendência

¹ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013). *Manual de Direito Comercial Moçambicano*, Vol.I, Escolar Editora, Maputo.,Pág.33.

² CAMBULE, Gil (2018), *Teoria Geral do Direito Civil I*, Vol. I., W Editora, Maputo.,Pág.74.

quando o legislador no art. 232 do Código Comercial de 1888, antes de preservar a regra geral da onerosidade, estabelece que “*o mandato comercial não se presume gratuito*”, querendo com isso ditar que para que um mandato comercial seja gratuito é necessário que o seja por via de uma declaração expressa dos contratantes.

Ora, “*o desenvolvimento do sector privado e o dinamismo sócio económico, ocorridos nos últimos anos, impunham a adequação do Código Comercial às tendências modernas do comércio internacional, assim como a necessidade de se responder às exigências ditadas pela integração regional*”³, daí que, pelo Decreto-Lei n.º 2/2005 da 27 de Dezembro, se aprovou o Código Comercial de 2005 que nos trouxe uma grande novidade: a retirada do contrato de mandato comercial da prateleira dos contratos mercantis no Código Comercial, uma medida tomada ao privilégio de outros contratos emergentes que outrora a sua inexistência legal era preenchida pelo mandato comercial, tal como mais adiante daremos a conhecer.

A relação jurídica decorrente do contrato de mandato comercial passou a ser regulada pelos arts. 464 a 466 do Código Comercial de 2005, na parte geral referente à contratação mercantil. Nessa regulação, vislumbra do disposto no art. 464 do mesmo instrumento que o mandato comercial era sempre um negócio jurídico oneroso.

Sucede, porém, que em 2022, “*tendo em conta o desenvolvimento do sector privado e o dinamismo socioeconómico, as orientações mais avançadas sobre os contratos comerciais, bem como a necessidade de harmonizar as disposições sobre as obrigações e contratos com outros regimes mais progressistas e mais amigos da economia de mercado e do desenvolvimento, ocorridos nos últimos anos, impõe-se a adequação do Código Comercial às tendências modernas do comércio internacional, assim como a necessidade de se responder às exigências ditadas pela integração no mercado regional e continental*”⁴, o legislador comercial revogou o Código Comercial de 2005 aprovado pelo DL n.º 2/2005, de 27 de Dezembro, com as alterações introduzidas pelo DL n.º 2/2009, de 24 de Abril, e DL n.º 1/2018, de 4 de Maio, por três novos Decretos-Lei em partes correspondentes com o novo Código Comercial.

³ Vide Preâmbulo do Decreto-Lei n.º 2/2005 de 27 de Dezembro.

⁴Vide Preâmbulos do Decreto-Lei n.º 1/2022 e do Decreto-Lei n.º 3/2022, ambos de 25 de Maio.

Entre esses, no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 3/2022, de 25 de Maio, o legislador traz-nos um leque de novidades e inovações, entre as quais destacamos a devolução do mandato comercial à pratilheira dos contratos comerciais com a admissão expressa do legislador de uma modalidade *gratuita* do mandato e nessa ressurreição o legislador acredita ter realizado “*uma regulação mais contemporânea sobre esse negócio jurídico*”⁵. Entre as inovações, a que nos interessa para efeitos deste trabalho é essa admissão de um mandato gratuito como uma modalidade aceitável no domínio da contratação mercantil, conforme se pode inferir do disposto no nº 2 do art. 292 e no art. 301, ambos do RJCC. Por essas disposições, temos consagrado um *mandato comercial gratuito*, o que colide a natureza onerosa dos contratos comerciais e a *finalidade lucrativa* visada pela actividade empresarial.

Nisso ainda percebe-se uma regulação quase que indistinta da regulação geral do mandato constante do Código Civil, facto esse que desconsidera a especialidade que se aspira nos contratos mercantis.

Como já demos conta, neste trabalho, pretendemos arrolar perguntas jurídicas para examinar a adequação dessa nova fórmula do legislador para o mandato aos princípios estruturantes do Direito Comercial e aos princípios enformadores da contratação mercantil.

2. PROBLEMATIZAÇÃO DO TEMA

Feita a apresentação panorâmica do tema e do objectivo central da nossa discussão, cumpre-nos agora elucidar, de forma clara, qual é o problema jurídico que o trabalho pretende discutir.

Conforme demos a conhecer, o mandato comercial é um contrato que teve acolhimento no leque dos contratos que constavam do Código de Veiga Beirão, no qual era tratado como um contrato oneroso, atendendo à sua natureza mercantil. Entretanto, com a revogação desse Código, o mandato passou por um *coma jurídico* no que respeita à sua consagração no *leque* dos contratos comerciais, até ser devolvido à sua pratilheira como um contrato comercial em 2022 pelo Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

⁵Vide o Projecto do Código Comercial de 2022

Com a nova reforma legislativa no Direito Comercial, abriu-se espaço para um mandato comercial gratuito, assemelhando profundamente a contratação mercantil à civil, pelo estabelecimento da dualidade modal do mandato (gratuito e oneroso) que choca os fundamentos e os fins da actividade empresarial. Assim, mostra-se necessário questionar o seguinte:

- Será que o mandato comercial gratuito se adequa à finalidade lucrativa concretamente prosseguida pelo empresário comercial no âmbito do exercício da actividade empresarial?

3. JUSTIFICATIVA DO TEMA

O mandato comercial não é necessariamente uma novidade no ordenamento jurídico comercial, à semelhança de outros institutos jurídicos recentemente introduzidos pelo legislador no RJCC. O que é novo é que o legislador trouxe a admissão da gratuitidade desse contrato, não obstante assentar sobre o exercício de uma actividade empresarial, e pela actualidade da inovação mostra-se necessário discutir a sua sustentabilidade jurídica à luz do que prescrevem os princípios do Direito Comercial e da contratação mercantil, pois parece haver alguma desconformidade entre essa modalidade contratual e esses princípios, pelo que entendemos que esse fenómeno merece um estudo aprofundado e juridicamente rigoroso para devolver a clareza nesse assunto.

Tomamos consciência da existência desse problema jurídico no decorrer das aulas de Direito Comercial e foi-nos apresentado como uma problemática que apoquentava aos cultores do Direito, na medida em que deixa pairar a questão de saber: *afinal, com as coisas assim dispostas pelo legislador, o que se pode pensar sobre a actividade empresarial? Quais são os fins que essa concretamente prossegue? Afinal de contas não é a contratação mercantil especial à civil exactamente por assentar no comércio, na produção e circulação de bens ou prestação de serviços?* E com isso decidimos aventurar-nos neste sem-fim de perguntas para prestar o nosso contributo à comunidade académica num momento tão solene como a conclusão do curso de Licenciatura em Direito.

4. DELIMITAÇÃO DO TEMA

- ✓ **Delimitação substancial:** o trabalho focará, em termos de matéria, tão-somente três aspectos: (i) a (im)procedência da gratuidade na contratação mercantil; (ii) a (in)admissibilidade do mandato gratuito na como um contrato comercial, como um contrato comercial acessório e como um acto objectivo de comércio; e (iii) o poder do mandante de se desobrigar de pagar a remuneração ao mandatário.
- ✓ **Delimitação temporal:** o trabalho tem em foque a actualidade, atendendo particularmente ao RJCC, contudo, não dispensa o recurso à história dos institutos jurídicos analisados para aprofundar a compreensão dos mesmos;
- ✓ **Delimitação espacial:** o trabalho circunscreve-se ao Direito dos Contratos Comerciais moçambicano, sem, no entanto, descartar a análise comparativa com os demais ordenamentos jurídicos.

5. OBJECTIVOS

5.1 OBJECTIVO GERAL

- Analisar criticamente a admissão de um mandato gratuito na contratação mercantil.

5.2.OBJECTIVOS ESPECÍFICOS

- Definir contrato comercial, indicar seus requisitos e descrever suas características;
- Indicar a diferença entre a contratação mercantil e a contratação civil;
- Definir mandato comercial, elencar seus requisitos e descrever suas características;
- Discorrer sobre o processo de evolução histórica desse instituto, bem como ao nível do seu acolhimento no nosso Ordenamento Jurídico;
- Discutir a procedência da gratuidade na contratação mercantil;
- Discutir a admissibilidade do mandato comercial como um contrato comercial, como um contrato acessório e como acto objectivo de comércio;
- Discutir a razoabilidade do regime remuneratório do mandatário.

6. METODOLOGIA DE PESQUISA

Para a realização do presente trabalho, a investigação, atendendo a que o mandato comercial é ainda um instituto pouco amadurecido no nosso sistema jurídico e não amplamente explorado no âmbito do nosso ordenamento jurídico e noutros, é maioritariamente exploratória conjugada com a metodologia bibliográfica que consistirá na análise da nossa lei que nos dá alguma base legal importante para fazer um exercício de enquadramento, aplicação e sua (in) adequação aos princípios do Direito Comercial. Nisso, não pretendemos esquecer-nos da consulta à doutrina, não só moçambicana, como estrangeira que, muita das vezes, servirá de auxílio e inspiração para abordagem deste assunto. Com efeito, procederemos à consulta de manuais, teses, dissertações, artigos, revistas projectos e anteprojectos de leis, legislação, jurisprudência e sítios de internet.

Em termos de métodos, faremos a conjugação de vários métodos, nomeadamente: analítico-sintético, dedutivo e comparativo, em que procederemos ao exame das partes ou orações e frases de algumas disposições legais, à análise de questões mais gerais sobre o mandato comercial para se retirar as devidas ilações em termos mais particulares e, finalmente, sempre que se mostre necessário, faremos um estudo comparado das leis vigentes no nosso ordenamento com as dos outros sistemas jurídicos.

CAPÍTULO I – DO CONTRATO COMERCIAL EM MOÇAMBIQUE

7. Generalidades sobre a contratação mercantil

O contrato é lido desde sempre como uma das mais engenhosas criações do ser humano, imprescindível como um instrumento de organização e disciplina da convivência em sociedade. No Direito Comercial, essa figura assume uma importância fulcral pois é o instrumento que dá vida e movimento à actividade empresarial, bem assinalado como o “elemento central do Direito Comercial”⁶, ou ainda como “o coração do Direito Comercial”⁷.

Conforme sobejamente observado na literatura jurídica, o contrato comercial representa o mais importante instrumento jurídico⁸ da constituição, organização e exercício da actividade empresarial⁹ e, mais ainda, “*representa o mais importante instrumento de criação e regulação das relações jurídicas que atinem à actividade empresarial, enquanto actividade económica organizada e profissional de produção, circulação e mediação de bens e serviços no mercado*”¹⁰.

No nosso sistema legislativo, à diferença dos que realizaram a unificação do Direito Privado, a contratação mercantil privilegia de uma regulação autónoma, que pretende atender às especificidades impostas pela comercialidade, distanciando-se dessa forma da contratação civil, que estabelece as regras gerais sobre a contratação entre entes privados e/ou entes públicos despidos do seu *poder de autoridade*.

Essa autonomização já nos acompanha desde os primórdios do nosso Ordenamento Jurídico-Comercial, no CCom de 1888, visto que nele o legislador dedicou o Livro II desse instrumento, denominado “*Dos Contratos Especiais de Comércio*”¹¹, à regulação da contratação mercantil. A mesma praxis foi continuada pelo legislador Comercial de 2005, ao preservar no Livro III do CCom a regulação autónoma dos contratos comerciais, sob denominação de “*Contratos e*

⁶ GOODE, Roy (1998), *Commercial Law in Next Millennium*, Sweet and Maxwell, London, pag. 49

⁷ SEALY, L. e HOOLEY, R. (2008), *Commercial Law*, 4th edition, Oxford University Press, Oxford, pag. 21

⁸ Essa importância, entretanto, não afecta a pluridisciplinaridade que caracteriza o Direito Comercial, na qual encontramos que esse se subdivide em diversas unidades normativas, desde o Direito das sociedades empresariais, o Direitos dos títulos de crédito ao Direito dos Contratos Comerciais.

⁹ A vida empresarial nasce e desenvolve-se em boa medida através de um conjunto de actos negociais celebrados com outros empresários ou com consumidores.

¹⁰ ANTUNES, José Engrácia (2009), *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Portugal, pag. 20.

¹¹ Cfr. Art. 96 e segs. do Código Comercial de 1888 aprovado pela Carta de Lei de 28 de Junho de 1888 por DOM LUIZ

Obrigações Mercantis”¹². E, em 2022, o legislador, mais audaz e voraz na questão, autonomizou as regras da contratação mercantil até do próprio CCom de 2022¹³, conferindo-as um instrumento jurídico próprio, denominado Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

8. Noção de Contrato Comercial

Em termos gerais, o contrato pode ser percebido como um acordo pelo qual duas ou mais partes ajustam reciprocamente os seus interesses, transferem entre si algum direito ou se sujeitam a alguma obrigação¹⁴, pelo que é razoável constatar que este é resultante de duas ou mais declarações negociais contrapostas, mas integralmente concordantes entre si, de onde resulta uma unitária estipulação de efeitos jurídicos¹⁵. Entretanto, esse entendimento, por genérico, não atende ainda à especificidade da comercialidade, para que daí apreendamos a noção de contrato mercantil.

O nosso legislador, no intuito de dar claridade à essa situação, trouxe-nos pela primeira vez o conceito de contrato comercial no CCom de 2005, no qual temos que “*é considerado contrato mercantil aquele celebrado pelos empresários comerciais, entre si ou com terceiro, desde que no exercício da actividade empresarial*”¹⁶. Ora, nessa definição é possível retirar duas exigências que geram especificidade para o contrato comercial: que pelo menos um dos sujeitos da relação esteja qualificado como empresário comercial; e que esteja no exercício da actividade empresarial.

Actualmente, o conceito de contrato comercial é definido pelo RJCC, nos termos do qual “*contrato comercial é o acordo de vontades, celebrado entre duas ou mais partes, no exercício da sua actividade empresarial, visando criar, alterar ou extinguir direitos e obrigações*”¹⁷. Essa definição, apesar de ter inovado seus termos, conjugada com o disposto no n° 2 do art. 1 do RJCC, conserva o essencial da definição do CCom de 2005.

¹² Cfr. os arts. 458 e segs. do Código Comercial de 2005 aprovado pelo DL n°2/2005, de 27 de Dezembro

¹³ Cfr. o Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 3/2022, de 25 de Maio

¹⁴ TORRES, António Maria M. Pinheiro (2010), *Noções Fundamentais de Direito das Obrigações*, 2ª edição, Coimbra Editora, Portugal, pag. 71

¹⁵ LEITÃO, Luís Manuel Teles Menezes (2021), *Direito das Obrigações*, V. I, 15ª edição, Almedina, Portugal, pag. 185

¹⁶ Cfr. art. 458 do CCom de 2005

¹⁷ Cfr. n° 1 do art. 1 do RJCC

9. Requisitos do Contrato Comercial

A definição legal de contrato comercial permite-nos aceder a um leque de requisitos para que estejamos diante de um verdadeiro contrato mercantil, no entanto, apenas dois são fulcrais para a existência de um contrato comercial, na medida em que são esses que atribuem carácter comercial a um contrato. São eles: (i) ser celebrado por empresários comerciais, entre si, ou com um sujeito não empresário¹⁸; e (ii) no exercício da actividade empresarial¹⁹.

9.1. Ambos ou um dos sujeitos da relação contratual deve ser empresário comercial

O n.º 2 do art. 1 do RJCC deixa clara essa exigência quando estabelece que “*o contrato é comercial sempre que for celebrado por empresários comerciais, entre si, ou com sujeito não empresário...*”, sendo de notar que num contrato comercial sempre intervém pelo menos um sujeito como empresário comercial, figura esta que importa cá decifrar.

Em termos simples, empresário comercial é a pessoa (singular ou colectiva) que exerce a empresa²⁰. Para o Prof. Fábio Ulhoa Coelho, empresário é a pessoa que toma a iniciativa de organizar uma actividade económica de produção ou circulação de bens ou serviços²¹.

Legalmente, o instrumento jurídico que se ocupa dos empresários comerciais é o CCom, nos termos do qual é empresária comercial a pessoa singular ou colectiva que ***exerça, profissional e habitualmente, uma actividade empresarial***.

Disso, podemos retirar facilmente que são elementos do empresário comercial: **o exercício de uma actividade empresarial, o profissionalismo e a habitualidade**.

9.1.1 Exercício de uma actividade empresarial.

O empresário comercial deve realizar uma actividade económica^(a) organizada^(b) para a produção e/ou circulação de bens ou prestação de serviços^(c), destinados ao mercado^(d), com a finalidade lucrativa^(e).²²

¹⁸ Cfr. n.º 2 do art. 1 do RJCC

¹⁹ Cfr. n.º 2 do art. 1 do RJCC, *in fine*

²⁰ “*Considera-se empresa a organização dos factores de produção promovida pelo empresário individual ou por sociedade empresarial, voltada para a produção ou distribuição de bens e serviços, destinados ao mercado e explorados com finalidade lucrativa* (nosso sublinhado).” Cfr. art. 4 do CCom.

²¹ COELHO, Fábio Ulhoa (2012), *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*, 16ª edição, São Paulo: Saraiva., pág. 135

²² Cfr. n.º 1, art. 2 e art. 3, ambos do CCom

- a) **Actividade económica:** refere-se a uma actividade estruturada ou a um conjunto de actos concatenados e finalisticamente voltados às trocas económicas, ou, mais especificamente, à produção ou circulação de bens ou de serviços²³. Assim sendo, ficam excluídos desta categoria os actos isolados voltados para o consumo, na medida em que a actividade económica é sempre destinada à produção de lucro, de riquezas.
- b) **Organizada:** temos na organização que o empresário comercial articula os factores de produção (capital, mão-de-obra, terra e tecnologia) e coloca-os em função da actividade que desempenha profissionalmente²⁴.
- c) **Produção e/ou circulação de bens ou prestação de serviços:** consiste, por um lado, na fabricação de produtos ou mercadorias, ou, por outro, na sua intermediação. Ou ainda, consiste numa obrigação de *fazer* algo que implique ou possa gerar lucros.
- d) **Destinados ao mercado:** significa que os bens produzidos ou os serviços prestados não devem ser para o consumo ou proveito próprio do empresário, devem, em vez disso, ser colocados à disposição de potenciais consumidores ou clientes, ou ainda, de outros empresários situados na fase seguinte da cadeia de comercialização.
- e) **Com a finalidade lucrativa:** significa que o fim ou escopo do empresário comercial é a obtenção, através do exercício da actividade empresarial, de lucros, ou seja, desta actividade deve resultar uma certa vantagem económica ou lucro patrimonial, daí se falar da *especulação* enquanto caracterizadora da actividade empresarial.

9.1.2. Profissionalismo

O empresário comercial é um ente jurídico que actúa com profissionalismo e este, indubitavelmente, incide sobre a maneira que ele conduz a actividade comercial. Não é de nenhuma forma uma actividade desenvolvida de maneira despojada ou lúdica. Espera-se seriedade e competência nesse âmbito, atendendo aos fins prosseguidos pela exploração de uma actividade económica, tanto egoísticos, bem como sociais. Por isso, tal como nos ensina o Prof. Pais Vasconcelos, o exercício de uma actividade comercial deve ser profissional, pois é uma actividade que exige conhecimentos específicos, experiência, argúcia, assunção de riscos, prudência e competência. O empresário comercial não pode ser um amador ou um ingénuo, nem exerce a actividade empresarial para se entreter ou desportivamente, pois ele vive dessa actividade e é dela

²³ DINIZ, Gustavo Saad (2022), *Curso de Direito Comercial*, 2ª edição, Atlas, Barueri – São Paulo, pag. 65

²⁴ Ibidem, pag. 65

que retira os seus meios de subsistência, de melhoria da sua condição económica e social, e, quando tem êxito, a sua fortuna²⁵. É, assim, empresário comercial quem faz a actividade empresarial como o seu meio de vida (*modus vivendi*) e exerce-a com o intuito de ganho e de enriquecimento, de incremento patrimonial²⁶

9.1.3. Habitualidade

O empresário comercial é aquele que exerce a actividade empresarial não só profissionalmente, mas também de forma habitual, regular, reiterada e sistemática²⁷. Assim, não se considera empresário quem realiza a actividade empresarial de modo esporádico ou isolado e/ou aquele que organiza episodicamente a produção de certa mercadoria, mesmo destinando-a à venda no mercado, se está apenas fazendo um teste, com o objetivo de verificar se tem apreço ou desapeço pela vida empresarial, ou para socorrer uma situação emergencial em suas finanças, pois não se verifica, em nenhuma dessas situações, o exercício habitual da actividade empresarial²⁸. Entretanto, a habitualidade não exclui a qualificação como empresário comercial as pessoas que iniciam a sua profissão, que, precisamente por se encontrarem em início da actividade, ainda não praticaram qualquer acto de comércio ou praticaram apenas um²⁹.

9.1.4. Capacidade empresarial

O mero exercício profissional e habitual da actividade empresarial é insuficiente para se aceder à qualificação jurídica de empresário comercial, até porque é possível exercer a empresa sem se ser empresário³⁰. Daí que é necessário, para além disso, ter a *capacidade empresarial*. Essa adquire-se com a compleição de 18 anos, para o caso do empresário individual³¹, e no acto da própria constituição do empresário, no caso da sociedade empresarial³².

²⁵ VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), *Direito Comercial: Parte Geral, Contratos Mercantis, Títulos de Créditos*, Vol.I, Almedina, Portugal, pág.23.

²⁶ Ibidem, pág.44.

²⁷ CORREIA, A. Ferrer (1994), *Lições de Direito Comercial*, Vol. I, II e III, Lex, Lisboa: Coimbra.pág.75.

²⁸ COELHO, Fábio Ulhoa (2011), *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*, 23ª edição, São Paulo: Saraiva., págs.25-30.

²⁹ SOUSA, António Francisco de (1993), *Direito Comercial*, 4ª edição, AIESCAL, Lisboa,pág.60.

³⁰ ABREU, Jorge M. Coutinho (2022), *Curso de Direito Comercial*, V. I – Introdução, actos de comércio, comerciantes, empresas e sinais distintivos, 13ª edição, Almedina, Coimbra – Portugal, pag.

³¹ Cfr. arts 13, 54, 55 e 56, todos do CCom

³² Cfr. arts 13, 66 e 72, todos do CCom

9.2.O contrato deve ser celebrado no exercício da actividade empresarial

Como segundo requisito primordial à caracterização de um contrato como comercial aparece a exigência de que este seja celebrado no exercício da actividade empresarial, como bem prescreve o próprio legislador “ *e no exercício de actividade empresarial*”³³. Já aqui demos a conhecer que, legalmente, “*a actividade empresarial consiste na actividade económica organizada para a produção e/ou circulação de bens ou prestação de serviços, destinados ao mercado, com finalidade lucrativa*”³⁴ (nosso sublinhado). Para o Prof. Pupo Correia, encontramos na actividade comercial a mediação entre a produção [ou prestação] e o consumo de bens [ou de serviços], em que o agente económico [empresário comercial] *especula* com o valor dos bens [ou dos serviços], correndo um *risco* e visando obter um *lucro*³⁵. Os elementos característicos da actividade económica empresarial são, pois, a intermediação e a especulação, compreendendo esta última os elementos risco e finalidade lucrativa³⁶.(sublinhando nosso) Com isso, conseguimos perceber, claramente, que a finalidade lucrativa é intrinsecamente inerente à actividade empresarial e, por conseguinte, à contratação mercantil. Desta forma, fica excluída do âmbito da comercialidade e dos contratos comerciais a gratuidade, porque não é possível com ela produzir lucros.

Devemos neste momento notar que o Direito Comercial é o Direito da produção da riqueza³⁷, regulando, por isso, os agentes económicos e os actos por si praticados no exercício da sua actividade. Por isso, o empresário comercial deve procurar gerar lucro³⁸, pois ele não é motivado por intuítos altruístas, procura sempre o enriquecimento próprio³⁹.

Ora vejamos os seguintes exemplos:

³³ Cfr. nº 2, art. 1, do RJCC

³⁴ Cfr. nº 1, art. 2, do CCom

³⁵ Este é o fim ultimo do desenvolvimento de uma actividade empresarial, que é dinamizada pela contratação mercantil. Por isso, a verificação da pretensão desse fim por parte do empresário é imprescindível no contrato comercial. Sem a intenção de lucrar não é possível nem a actividade empresarial, muito menos um contrato comercial, visto que o empresário comercial é conduzido pela ambição do lucro e repousa na riqueza produzida.

³⁶ CORREIA, Miguel Pupo (2011), *Direito Comercial – Direito da Empresa*, 12ª edição, Almedina, Portugal, pág. 89.

³⁷ Não pretendemos com isso apresentar uma rigorosa definição de Direito Comercial, missão muito bem executada pelos juriconsultos desta ciência. Pretendemos somente apresentar a produção da riqueza como um objecto essencial de regulação do Direito Comercial, na medida em que este visa os empresários e a sua actividade e eles ocupam a linha da frente no âmbito da produção da riqueza.

³⁸ SOUSA, António Francisco de (1993), *Op.cit.*, pág.32.

³⁹ VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), *Op.cit.*, pág.45

- a) **Vina Machai**, empresária no ramo de ornamentação de eventos, acorda com a sua filha, **Mércia Machai**, que vai ornamentar seu lobolo gratuitamente, em gesto de ajuda de custos.
- b) **André Construções, Lda**, empresária no ramo fornecimento de material de construção, com um estabelecimento comercial sito no Bairro Patrice Lumumba (*André Construções*), decidiu fornecer gratuitamente material de construção à **Nkutumula Supermercado, Lda**, com o estabelecimento comercial sito no Bairro Patrice Lumumba (*Nkutumula Supermercado*), em virtude de esta ter sido alvo de pilhagem e derrube das estruturas do seu estabelecimento comercial no âmbito da crise pós-eleitoral em Moçambique.

Em todos os exemplos supra-apresentados não vislumbra o interesse especulativo, por isso essas actividades não podem ser qualificadas como actividades empresariais.

10. Comercialidade dos contratos acessórios

Os contratos acessórios são normalmente definidos em relação aos principais. Estes contratos têm existência própria e independente, alcançando de forma plena os objetivos existentes entre as partes, ou seja, a sua existência, validade e eficácia é independente de qualquer outro fato jurídico⁴⁰. Por sua vez, os contratos acessórios somente existem na condição de vinculados e subordinados ao contrato principal e visam garantir a execução daquele⁴¹.

Para atribuir carácter comercial a esse tipo de contrato, a lei dispõe que “*o contrato acessório de um contrato comercial principal é comercial, mesmo quando não celebrado no exercício de actividade empresarial*”⁴².” Pela hermenêutica, disso podemos retirar uma clara dispensa do requisito “*ser celebrado no âmbito da actividade empresarial*” para a qualificação de um contrato acessório como comercial. Entretanto, fica conservada a exigência de que pelo menos um dos sujeitos contratantes seja empresário comercial, até porque este tipo de contrato existe atrelado a um contrato principal que é plenamente comercial. Com isso, fica claro que a

⁴⁰ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Teoria Geral dos Contratos*, Editora Expert, Belo Horizonte - Brasil, pág.286.

⁴¹ Ibidem, pag. 286

⁴² Cfr. nº 3, art 1 do RJCC

comercialidade do contrato acessório depende do facto de ter uma peculiar ligação ou conexão com o contrato comercial principal⁴³.

A esse respeito, o Prof. Almeida Machava⁴⁴ observa que, com a dispensa do requisito de estar no exercício de uma actividade empresarial, o legislador admite que os contratos comerciais possam traduzir-se em actos de comércio objectivos, isto é, contratos comerciais objectivos, em que a comercialidade é reconhecida ao contrato pelo simples facto de o legislador ter previsto esse contrato como comercial, à excepção do regime dos contratos comerciais principais.

11. Características dos contratos comerciais

Na caracterização geral dos contratos comerciais, encontramos um cumprido leque de aspectos que marcam a contratação mercantil. É até pertinente que neste momento nos recordemos das palavras do Prof. José García – Pita y Lastres, segundo o qual:

*“se não se questiona que a relação do Direito Comercial com o Direito Civil seja uma relação da “lex specialis” em face da “lex generalis”, também é verdade que o Direito dos Contratos Mercantis apresenta evidentes traços especiais, propiciados pela transcendência do fenómeno «Empresa», que não podem ser resolvidos optimamente pelo Direito Civil, mas requerem uma intervenção do Direito Comercial e um esgotamento das possibilidades que este proporciona.”*⁴⁵

Com isso, entendemos que é luzidio que a contratação mercantil apresenta características próprias, entre as quais ocupam honrosos púlpitos *a padronização, a objectivação e a mercadorização* dos contratos comerciais. Entretanto, não traremos aqui todas essas características. Traremos tão-somente aqueles traços da contratação mercantil que importam para a nossa discussão, a saber: *a onerosidade, os custos da transação e o egoísmo do empresário comercial*.

⁴³ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), Op.cit., pág.50.

⁴⁴ MACHAVA, Almeida , *Regime Jurídico dos Contratos Comerciais: Da autonomia à confusão jurídica* (2024), *Uma Viagem entre o Rio das Pérolas e a Pérola do Índico*, Faculdade de Direito - Universidade de Macau, pags. 623 – 624.

⁴⁵ LASTRES, José García – Pita, *apud* ANTUNES, José A. Engrácia (2009), Op.cit., pag. 76

11.1. Onerosidade

A onerosidade é, sem dúvidas, a característica que bombeia a comercialidade no organismo de um contrato mercantil, pois ela é que assegura que o contrato possa realizar plenamente a sua natureza empresarial no tráfico económico. Sem a onerosidade, que catapulta a finalidade lucrativa da actividade empresarial, qualquer contrato que se aspire mercantil é comercialmente infértil e é uma verdadeira miragem para a economia.

A característica da onerosidade estabelece que os contratos comerciais são geralmente onerosos. Qualquer obrigação assumida no bojo de um contrato comercial deve ser tida por onerosa e sem a onerosidade não existe o contrato comercial, pois o sentido económico é a causa contratual do contrato mercantil, isto é, o conteúdo do contrato comercial é essencialmente económico⁴⁶. Portanto, os contratos comerciais pressupõem sempre a especulação⁴⁷, pois os agentes económicos comerciais não contratam pelo mero prazer de trocar declarações de vontade (subjectivismo), mas, objectivamente, para fazer circular bens e serviços em vista de determinado fim, que, no campo empresarial, ser-lhes-á potencial e economicamente vantajoso⁴⁸. Essa característica é acolhida pelo princípio do *finis mercatorum est lucrum* que orienta a contratação comercial. Daí que cria um ruído caótico a nova tendência trazida pelo legislador no RJCC em 2022 de prever contratos comerciais essencialmente gratuitos, como a doação⁴⁹ comercial⁵⁰.

11.2. Custos da transação

Esta característica é percebida como mais um vector dos contratos comerciais pelo Prof. Gomes de Aquino, determinando que o empresário comercial contrata porque entende que o negócio resultará em mais vantagens do que desvantagens, em uma ponderação de custos, que têm de ser contabilizados no cálculo de utilidades⁵¹. Se não for capaz de garantir vantagens nas suas

⁴⁶ SCALZILLI, João Pedro, TELLECHEA Rodrigo, SPINELLI, Luis Felipe (2020), *Introdução ao Direito Empresarial*, 1ª edição, Buqui, Porto Alegre - Brasil, pág. 190.

⁴⁷ MENDONÇA, José Xavier Carvalho de (1957), *Tratado de Direito Comercial Brasileiro: Dos Actos de Comércio*, Vol.I, 6ª edição, Nº1517, Livraria Freitas Bastos, Rio de Janeiro, págs. 426-427.

⁴⁸ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), Op.cit., pág.314.

⁴⁹ Cfr. art. 213 e segs. do RJCC

⁵⁰ A problemática da doação como um contrato comercial foi, inclusive, um tema eloquentemente discutido em ASSANE, Rachide Combo (2024), *Doação como um contrato comercial em Moçambique – Algumas questões*, Trabalho de Fim de Curso, Universidade Eduardo Mondlane, Maputo.

⁵¹ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), Op.cit., pág.315.

transacções comerciais, o empresário acaba, mais tarde ou mais cedo, por sair do mercado, ou por desistência ou por falência⁵².

11.3. O egoísmo do empresário comercial

Esta característica estabelece que o empresário comercial, na contratação comercial, é economicamente interessado, isto é, age no seu próprio interesse e não no do outro contratante. O empresário comercial não celebra um contrato mercantil com o intuito de perder dinheiro, ou com um intuito economicamente desinteressado ou desprendido, pois ele é natural e tipicamente egoísta⁵³, procura sempre retirar daquele contrato as maiores vantagens patrimoniais possíveis, daí que se tem afirmado que os actos de liberalidade são estranhos ao tráfico mercantil⁵⁴. Efectivamente, o empresário comercial é um sujeito que actua, racional e egoisticamente, visando o lucro⁵⁵.

12. Diferença entre contratos comerciais e contratos civis

Iniciamos este exercício observando que os contratos comerciais são especiais em relação aos civis. Por isso, o ponto de distinção atende a essa especialidade. Os Profs. Orlando Gomes⁵⁶ e Gomes de Aquino⁵⁷ socorrem-nos avançando que, tendo em conta a especialidade dos contratos comerciais, os contratos civis são aqueles celebrados entre sujeitos do Direito Privado, ou com um sujeito do Direito Público, desde que despido do seu império, e normalmente visam garantir a subsistência da pessoa humana, enquanto digno, relacional e social. Por sua vez, um contrato do Direito Privado ganha espírito e roupagem comercial quando é celebrado por empresários comerciais, entre si, ou com um sujeito não empresário, e no exercício da actividade empresarial, visando obter lucro em favor do recrudescimento da economia.

⁵² VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), Op.cit., págs.23-24.

⁵³ Ibidem, pág.45.

⁵⁴ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), Op.cit., pág.315.

⁵⁵ WILLIANSO, Oliver (1985). *The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting*. New York: Free Press, pág.47.

⁵⁶ GOMES, Orlando (2022), *Contratos*, 28ª edição, Revista e Atualizada por Edvaldo Brito e Reginaldo Paranhos de Brito, Forense, Rio de Janeiro, págs. 84 - 85

⁵⁷ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), Op.cit., pág.310

CAPÍTULO II – DO MANDATO COMERCIAL

13. Generalidades

O mandato comercial é de uma grande ancianidade na contratação mercantil e ele aparece no mundo *jusmercantil* para dar possibilidade aos *homens de negócios* de se fazer representar por outra pessoa na prática de actos comerciais que prossigam seus interesses. Assim sendo, podemos dizer que se configura mandato comercial quando um empresário confia a outrem a gestão de um ou mais negócios, agindo e obrigando-se o mandatário em nome daquele⁵⁸.

No comércio tradicional, por muito tempo essa variável contratual ocupou um lugar de muito prestígio e de uma inquestionável utilidade no domínio das relações mercantis. Entretanto, este tem cedido o pódio para outras variáveis contratuais, surgidas em evolução de si, no comércio moderno, como é o caso dos contratos de comissão⁵⁹ e agência mercantis. Essas são alternativas da representação e distribuição comercial⁶⁰ que foram surgindo para fazer face às demandas empresariais da actualidade. Note-se, contudo, que essa ancianidade do mandato comercial não tem descartado a sua importância e utilidade nas demandas actuais do comércio.⁶¹

14. Escorço histórico

Numa observação etimológica, mandato provém do Latim *manum datum* (aperto de mãos), pois na Roma a sua celebração efectuava-se através de um aperto de mãos, que simbolizava a aceitação da incumbência e a relação de confiança entre as partes⁶². Esse aperto de mãos transcendeu o tempo e até hoje é utilizado pelos *homens de negócios* para sacramentar contratos verbais, ou ainda acordos sem cunho jurídico⁶³.

⁵⁸ JÚNIOR, Waldo Fazzio (2012), *Manual de Direito Comercial*, 13ª edição, Atlas, São Paulo – Brasil, pag. 29

⁵⁹ A comissão comercial é percebida pela doutrina como uma modalidade do mandato comercial, que, entretanto, opera sem representação, isto é, trata-se de um mandato comercial sem representação, pelo que o mandatário actua em seu próprio nome e no interesse do mandante, conforme observa CUNHA, Paulo Olavo (2010), *Lições de Direito Comercial*, Almedina, Portugal, pags 197 – 198. Porém, apesar de demonstrar uma grande utilidade prática empresarial pelo crescimento da actividade de intermediação levada a cabo por comissários mercantis (*nhonguistas*), essa preciosa variável contratual não foi reprecinada do Código de Veiga Beirão (Cfr. arts. 266 a 277 do CCom de 1888) para o RJCC, tal como aconteceu com o mandato comercial.

⁶⁰ O nosso legislador enquadra esse tipo contratual nos contratos de prestação de serviço no RJCC.

⁶¹ ANTUNES, José Engrácia (2009), *Op.cit.*, pag. 276 - 277.

⁶² LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), *Direito das Obrigações*, Vol. III, 9ª edição, Almedina, Portugal, pág. 389

⁶³ VENOSA, Sílvio de Salvo (2013), *Direito Civil – Contratos em espécie*, Vol. III, 3ª edição, Atlas, São Paulo, pág. 281

Existe uma certa controvérsia na doutrina sobre a origem desse instituto. Na posição dominante, o mandato ter-se-ia originado no *ius gentium* (Direito das gentes) romano. Em contraposição, vocifera também a tese segundo a qual o mandato teria origem no *ius civile*. Em todo caso, o mandato solidificou-se no Direito Romano como um contrato consensual e essencialmente gratuito e com esse carácter foi expandindo-se no sistema romano-germânico⁶⁴. É dessa forma que o mandato surge pela primeira vez no Código Napoleónico⁶⁵, em 1804, evoluindo da essencialidade gratuita para a presunção de gratuitidade. Assim seguiu no Código de Seabra⁶⁶, em 1867, no entanto, invertendo-se a presunção de gratuitidade para a onerosidade, para o caso de que o mandatário estivesse a praticar a actividade por profissão lucrativa (sublinhado nosso), o que para nós actualmente pode corresponder ao exercício de uma actividade empresarial. Sem retardo, o legislador comercial português acolheu o contrato de mandato no Código de Veiga Beirão em 1888, revestindo-o do “*vêu da comercialidade*”.

15. Do acolhimento no Código Comercial à actualidade

O mandato comercial foi acolhido no nosso ordenamento jurídico no CCom de 1888, por força do *princípio da recepção automática*⁶⁷, sendo importante aqui destacar que o legislador aplicava ao mandato as adaptações pertinentes à actividade comercial, visando este, por conseguinte, a realização por outrem de actos de comércio e sendo essencialmente oneroso.

Em 2005, com o novo Código, assistiu-se a uma verdadeira reforma no Direito Comercial moçambicano, que, ao que nos interessa, culminou com a descontinuação do mandato da prateleira dos contratos comerciais. Devemos, no entanto, notar que essa descontinuação não significou total morte do mandato, na medida em que o legislador se referiu a ele na parte geral referente aos contratos mercantis, porém, configurando-se como um mandato unilateral⁶⁸. A lei conservava ao mandatário apenas o direito de recusa, em caso da qual o mandatário devia comunicar de forma imediata ao mandante⁶⁹. Urge salientar que, ainda que se tratasse de um mandato unilateral, o

⁶⁴ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), Op.cit., pág. 390 – 391.

⁶⁵ Cfr. arts. 1984 a 1986 do Código Civil francês de 1804

⁶⁶ Cfr. arts. 1331 do Código Civil português de 1867

⁶⁷ Cfr. art. 71 da CRPM

⁶⁸ CORDEIRO, António Menezes (2022), *Direito Comercial*, 5ª edição, Almedina, Portugal, pág. 690

⁶⁹ Cfr. art. 465 do CCom de 2005

legislador o subordinava à regra da onerosidade, cuidadosamente prevista como um princípio geral da contratação comercial no CCom de 2005⁷⁰.

O RJCC, em 2022, reprecinhou o mandato comercial (bilateral) e devolveu-o ao catálogo dos contratos mercantis, enquadrando-o como um subtipo dos contratos de prestação de serviços. Entretanto, nesse acto, o legislador veio a “*obscurecer*” a comercialidade da noção de mandato e a admitir um mandato comercial gratuito, *à imagem e semelhança do mandato civil*.

16. Noção

Depreende do RJCC que “*o contrato de mandato comercial consiste na convenção mediante a qual uma parte, o mandatário, se obriga a praticar um ou mais actos jurídicos por conta da outra, o mandante.*”⁷¹ (sublinhado nosso)

Essa definição legal de mandato “comercial” foi uma flecha certa do legislador para desatar a nossa sensibilidade crítica. Ora, no capítulo anterior demos conta de que o contrato comercial é aquele que é celebrado por empresários comerciais, entre si, ou com um sujeito não empresário, e no exercício de uma actividade empresarial. Sucede, no entanto, que na definição de mandato comercial o legislador não evidenciou nenhuma dessas características que são vitais para que um contrato seja qualificado como comercial.

Olhando para essa definição, não é possível distinguir a noção do mandato comercial do civil, visto que esse último igualmente corresponde a um “*contrato pelo qual uma das partes se obriga a praticar um ou mais actos jurídicos por conta de outra*”⁷² (sublinhado nosso). Não vislumbra do crivo comparativo dessas noções nenhuma diferença relevante, tampouco existe algum traço que atenda naquela noção à comercialidade que deve imperar no mandato mercantil.

O legislador não tratou de evidenciar a natureza comercial do mandato, nem do lado dos sujeitos contratantes, que, como sabemos, deve pelo menos um ser empresário comercial, nem a natureza comercial da actividade visada pelo contrato. Tal como observa o Prof. Almeida Machava, o legislador, nessas construções do RJCC, não observou a especialidade dos contratos comerciais em relação aos civis, trazendo repetições, algumas imperfeitas, dos seus conceitos⁷³.

⁷⁰ Cfr. art. 464 do CCom de 2005

⁷¹ Cfr. art. 291 do RJCC

⁷² Cfr. art. 1157 do Código Civil

⁷³ MACHAVA, Almeida (2024), Op.cit, pág. 601

Assim, podemos seguramente afirmar que o legislador, neste acto de reprecinação da noção de mandato comercial, se limitou em transplantá-la do CC, descartando a necessidade de aplicá-la o *verniz da comercialidade* para que ela não fique estranha na prateleira dos contratos mercantis.

Observe-se que, quanto ao objecto, tanto no mandato civil como no comercial, temos que visa a prática de “*actos jurídicos*”⁷⁴. E, o conceito de *acto jurídico* é de tal forma amplo e abrangente que não faz sentido que o legislador nos empurre a acreditar que o mandatário comercial é aquele que realiza todo e qualquer tipo de acto jurídico por conta do mandante. Essa formulação é apenas adequada ao mandato civil, na medida em que o Direito Civil é o Direito da subsistência da pessoa humana. Em contrapartida, no mandato comercial era necessário que o legislador restringisse o âmbito dos actos jurídicos à comercialidade, pois o mandatário comercial é aquele que realiza actos jurídicos-comerciais em nome e no interesse do mandante.

O Código Comercial de 1888 era mais feliz nesse aspecto da definição do conceito de mandato, na medida em que consagra que “*dá-se mandato comercial quando alguma pessoa se encarrega de praticar um ou mais actos de comércio por mandato de outrem*”⁷⁵ (sublinhado nosso), evidenciando que o mandato comercial não visa a generalidade dos actos jurídicos, mas sim aqueles que, hoje, perfazem a actividade empresarial.

É importante que notemos que, para além do Código de Veiga Beirão, outros realizaram essa especificação na noção de mandato comercial, como os Códigos Comerciais de Cabo-Verde⁷⁶ e de Argentina,⁷⁷ que declaram expressamente que o mandatário pratica *actos comerciais*.

⁷⁴ O Prof. Carvalho Fernandes define acto jurídico como a “*manifestação de vontade a que, como tal, a norma atribui efeitos de direito*”. Cfr. FERNANDES, Luis A. Carvalho (2017), *Teoria Geral do Direito Civil*, 5ª edição, Universidade Católica Editora, Lisboa, pág. 23

⁷⁵ Cfr. art. 231 do CCom de 1888

⁷⁶ “*Mandato comercial é o contrato pelo qual uma pessoa encarrega outra para praticar um ou mais actos de comércio por conta dela*”. (sublinhado nosso) Cfr. nº 1 do art. 188 do CCom de Cabo Verde, aprovado pelo Decreto-Legislativo nº 1/2019, de 23 de Julho.

⁷⁷ “*Mandato comercial, en general, es un contrato por el qual una persona se obliga a administrar uno o más negocios lícitos de comercio que otra persona le encomienda*” (sublinhado nosso). Cfr. art. 221 do Código de Comércio, aprovado por la Ley 2.624, de 05 de Octubre 1889

É, pois, nessa senda que o Prof. Paulo Olavo Cunha⁷⁸ define mandato comercial como “*o contrato pelo qual uma pessoa actúa por conta e em nome de outrem, substituindo-a na celebração de contratos comerciais.*”⁷⁹

No que à prática de actos comerciais por parte do mandatário comercial pertine, a doutrina chama-nos a um alerta, de que, não obstante o mandatário estar estritamente vinculado à prática de actos jurídicos comerciais, pode acontecer, por vezes, de o mandatário estar confrontado com a necessidade de praticar actos materiais, desprovidos de um cunho jurídico relevante.

Tendo em vista a obrigação assumida pelo mandatário de cumprir de forma completa e adequada os deveres que para ele resultam do mandato, a doutrina tem entendido que sobre este impende o dever de executar actos materiais quando, entre esses actos e o objecto do mandato comercial, exista uma intensa relação de acessoriedade ou de dependência⁸⁰.

17. Elementos constitutivos do mandato comercial.

A noção legal de mandato comercial permite-nos apurar dois elementos essenciais, respectivamente: (i) a obrigação de praticar um ou mais actos jurídicos; e (ii) a actuação do mandatário por conta do mandante.

IA obrigação de praticar um ou mais actos jurídicos

Conforme notado, a expressão “*actos jurídicos*” constante da noção de mandato comercial resulta de um flagrante descuido do legislador ao transplantar do Código Civil a noção de mandato, sendo por isso necessária uma cirurgia legislativa para corrigir esse imbróglio. Em todo caso, para esta discussão devemos considerar que a obrigação é de praticar um ou mais *actos comerciais*⁸¹. E aqui, abrangem-se todos actos de comércio em sentido amplo, como actos comerciais simples,

⁷⁸ CUNHA, Paulo Olavo (2010), Op.cit., pág., 196

⁷⁹ Note-se, todavia, que a definição do Prof. Olavo Cunha, não obstante evidenciar a mercantilidade do mandato, não é ao todo perfeita, pois ela sugere que o mandatário comercial é aquele que substitui o empresário na celebração de contratos comerciais, isto é, em actos comerciais de natureza bilateral, e essa concepção é erroneamente restritiva do âmbito de actuação do mandatário comercial, pois este pode substituir o empresário comercial em todos os actos de comerciais, no seu mais amplo sentido, desde os mais simples até aos mais complexos. Sobre isto cfr. ANTUNES, José Engrácia (2009), op.cit., págs. 277 - 278

⁸⁰ CORREIA, Miguel J. A. Pupo (2011), *Direito Comercial – Direito da Empresa*, 12ª edição, Almedina, Portugal, pág. 520.

⁸¹ “ *O mandatário comercial fica investido na obrigação de praticar um ou mais actos comerciais, e não civis*” (sublinhado nosso). Cfr. ANTUNES, José Engrácia (2009), Op.cit., pág. 277

negócios unilaterais e até contratos comerciais, não sendo relevante a natureza desses actos comerciais, podendo, por isso, ter natureza formal ou material, principal ou acessória, etc.⁸²

No entanto, o facto de o mandatário comercial poder praticar actos puramente materiais não reúne consenso na doutrina. O Prof. Menezes Leitão⁸³, desprendido da maioria, considera que os actos meramente materiais não podem ir a reboque do mandato comercial, na medida em que tal facto haveria de descarecterizar o contrato como mandato, que, no entendimento desse célebre Prof., deve ater-se exclusivamente aos actos comerciais. Para ele, a inclusão de puros actos materiais leva-nos a um novo subtipo contratual: *um contrato comercial de prestação de serviços atípico* (sublinhado nosso). Considera, porém, que a essa prestação de serviços atípica se deve aplicar normalmente o regime de mandato comercial.

Em predominância dogmática e oposição a esse entendimento, encontramos, por exemplo, os Profs. Pupo Correia⁸⁴, Engrácia Antunes⁸⁵, Manuel Januário Gomes⁸⁶ e Brito Correia⁸⁷ que entendem que, ao lado dos actos *jusmercantis*, podem surgir actos meramente materiais, cuja realização seja essencial para o alcance daqueles. Destarte, o mandatário poderá perfeitamente realizar actos materiais sem que isso de nenhuma forma descarecterize o mandato comercial como tal.

A nosso ver, não existe nenhum impedimento para que o mandatário comercial pratique actos meramente materiais e essa prática não há-de descarecterizar o mandato comercial pois eles têm uma relevância meramente coadjuvante e a sua ocorrência é eventual e pautada na necessidade.

Assim, com todo o respeito ao Prof. Menezes Leitão, desligamo-nos do seu entendimento, até porque, bem visto, a solução que ele cria para o facto de os actos materiais acompanharem o mandato comercial – *uma prestação de serviços atípica* – retira-nos do mandato comercial para nos relegar à atipicidade e, em decorrência do vazio legal, devolve-nos à aplicabilidade do regime do mandato comercial. Desta forma, fica claro que considerar que um mandato comercial cujo

⁸² Ibidem, págs. 277 – 278

⁸³ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), Op.cit., pág. 391 – 392

⁸⁴ CORREIA, Miguel J. A. Pupo (2011), Op.cit., pág. 520

⁸⁵ ANTUNES, José Engrácia (2009), Op.cit., pág. 278

⁸⁶ GOMES, Manuel Januário, *Apud* CORREIA, Miguel J. A. Pupo (2011), Op.cit., pág. 520

⁸⁷ CORREIA, Luís Brito (1987), *Direito Comercial*, Vol. I, AAFDL, Portugal, pág. 197

objecto é acompanhado de actos materiais configura uma prestação de serviços atípica não tem nenhuma utilidade prática, pois significaria apenas uma troca do *nomen iuris*.

II. A actuação do mandatário por conta do mandante

O segundo elemento essencial do mandato comercial é de que a actuação do mandatário seja *por conta do mandante*. O Prof. Menezes Leitão explica-nos que a expressão “*por conta*” traduz a intenção de atribuir a outrem os efeitos jurídicos do acto celebrado pelo mandatário, que assim se projectarão na esfera do mandante⁸⁸.

Ora, é necessário acrescentar a essa explicação que a actuação do mandante é também em nome e no interesse do mandante. Daí que o *mandato comercial envolve representação*. O legislador alude a esse entendimento estabelecendo que o mandatário “*age em nome do mandante e obedecendo as suas instruções*”⁸⁹ e que “*deve agir de acordo com os interesses do mandante, na medida em que lhe tenham sido notificados, ou que pudessem ser razoavelmente conhecidos*”⁹⁰.

Devemos por aqui notar que o mandato comercial sobrevive sob égide da representação comercial e esta consiste na investidura concedida ao mandatário pelo mandante⁹¹⁹². Essa investidura é feita por meio de um acto jurídico unilateral cristalizado na procuração. No entanto, o legislador nada dispõe sobre isto no regime jurídico do mandato comercial e neste caso é necessário recorrer ao Direito Civil, como subsidiário, aplicando, consequentemente, as regras do mandato civil a este ponto⁹³.

18. Características do mandato comercial

Não pretendendo por aqui esgotar as características do mandato comercial, apresentaremos tão-somente aquelas cujo destaque é relevante para a nossa discussão.

⁸⁸ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), Op.cit., pág. 392

⁸⁹ Cfr. Nº 1, art. 292 do RJCC, *in fine*

⁹⁰ Cfr. nº 1 do art 308 do RJCC

⁹¹ VENOSA, Sílvio de Salvo (2013), Op.cit., pág. 282

⁹² GOMES, Orlando (2009), Op. Cit, pág.425.

⁹³ Cfr. art. 594 do RJCC, conjugado com os arts. 1178 e segs. do CC

1. O mandato comercial como um contrato nominado e típico

Linearmente, o contrato nominado é aquele que tem nome legal (*nomen iuris*)⁹⁴, sendo por isso o mandato comercial um contrato nominado, pois goza da atribuição de um nome legal pelo art. 291 do RJCC. E ainda é um contrato típico pois tem o seu regime jurídico previsto e regulado entre os arts. 291 a 328 do mesmo instrumento⁹⁵.

2. O mandato comercial como um contrato consensual

É consensual o negócio jurídico cuja celebração e validade não depende de forma especial, legalmente prescrita, sendo suficiente para esse efeito o consenso das partes⁹⁶ e o mandato comercial há-de ser consensual pois a lei não exige forma especial. Aliás, a consensualidade dos negócios jurídicos é a regra na contratação mercantil⁹⁷.

3. O mandato comercial como um contrato oneroso

Os contratos onerosos são tradicionalmente conhecidos como aqueles em que é estipulado um sistema de contrapartidas⁹⁸, isto é, existe neste tipo de contrato uma reciprocidade de atribuições patrimoniais⁹⁹. O mandato comercial é oneroso pois entre o mandante e o mandatário existe uma corresponsabilidade de prestações. O mandatário é aquele que presta um serviço de representação comercial ao mandante; e o mandante é aquele que paga pelo serviço prestado.

Devemos já agora notar que a onerosidade do mandato comercial não é apenas mais uma entre as características que podemos arrolar por aqui. É pois a característica responsável por distingui-lo do mandato civil e pintá-lo a comercialidade necessária ao seu direccionamento ao lucro por parte de quem o exerce. É a onerosidade que concatena os interesses dos intervenientes no mandato comercial. Temos, no entanto, uma errónea admissão do legislador de um “*mandato comercial gratuito*” que definitivamente não se coaduna com a invariável onerosidade dos contratos comerciais. O Direito Comercial é incapaz de assentar na gratuidade, pois é o Direito das transações lucrativas, é o Direito da produção da riqueza, é catapulta da economia nacional.

⁹⁴ ABREU, Faizal (2022), *O Banquete Contratual*, Coimbra: Almedina, Portugal, pág 83

⁹⁵ LEITÃO, Luís Manuel Telles De Menezes (2009), *Direito das Obrigações- Introdução: Da constituição das obrigações*, Vol.I, 8.ª edição, Almedina, Coimbra, pág.208

⁹⁶ VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), *Teoria Geral do Direito Civil*, 5ª edição, Almedina, Portugal, pág. 341

⁹⁷ Cfr. art. 5 do RJCC

⁹⁸ VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), Op.cit, pág. 447

⁹⁹ FERNANDES, Luis A. Carvalho (2017), Op.cit, pág. 82

4. O mandato comercial como um contrato sinalagmático

Como colorário da onerosidade, o mandato comercial é também sinalagmático pois existe uma ligação jurídica entre a prestação realizada pelo mandatário e a contraprestação do mandante. Essa ligação ocorre em virtude do sinalagma. A representação comercial realizada pelo mandatário constitui o fundamento jurídico da retribuição feita pelo mandante¹⁰⁰.

5. O mandato comercial como um contrato principal

Na dicotomia entre contrato principal e acessório, o mandato comercial posiciona-se como um contrato principal, na medida em que tem uma existência própria, independente e autónoma¹⁰¹, isto é, não depende de outros contratos para a sua existência. Ele existe por si só e a sua realização não pressupõe a prévia celebração de outro contrato¹⁰² que lhe sirva de base. E, por conseguinte, o facto de a sua existência, validade e eficácia ser independente de qualquer outro facto jurídico é que torna o mandato comercial um contrato principal.¹⁰³

19. Diferença entre mandato comercial e mandato civil

No âmbito da represtinação do mandato comercial, o legislador operou neste uma série de inovações que o distanciam do mandato civil e que procuram atender as demandas da comercialidade, como é o caso da subcontratação pelo mandatário, que despe o mandato de um *caráter pessoal* que teve ao longo da sua história. Entretanto, para marcar a destrição entre esses dois, focaremos apenas dois aspectos. O primeiro é que o mandato civil normalmente opera no exclusivo interesse do mandante, por isso, usualmente gratuito, enquanto o comercial opera no interesse comum, visto que é executado no exercício de uma profissão lucrativa e/ou da empresa. E, o segundo ponto, tal como assinala o Prof. Manuel Guilherme Júnior¹⁰⁴, é que o mandato civil pode ser tanto gratuito como oneroso, e dizemos mais: é gratuito ou oneroso *presuntivamente*, e não por definição¹⁰⁵. Enquanto o mandato comercial é apenas oneroso e o é *por definição*.

¹⁰⁰ VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), Op.cit, pág. 445

¹⁰¹ GOMES, Orlando (2009), Op. Cit, pág.93.

¹⁰² FERNANDES, Luís A. Carvalho (1996), Op.cit., pág.73.

¹⁰³ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), Op.cit., pág.286.

¹⁰⁴ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), Op.cit., pág. 43

¹⁰⁵ ANTUNES, José Engrácia (2009), Op.cit., pág. 278

CAPÍTULO III – DA ADEQUAÇÃO DO MANDATO COMERCIAL GRATUITO À CONTRATAÇÃO MERCANTIL

20. A (im)procedência da gratuidade na contratação mercantil

A gratuidade, contrapondo-se à onerosidade, opera na celebração de negócios em que não se estabelece um sistema de contrapartidas, isto é, à prestação inicial não corresponde nenhum tipo de contrapartida¹⁰⁶. Não funciona nos negócios jurídicos gratuitos a regra do *do ut des*. Conforme avança o Prof. Carvalho Fernandes, esses negócios designam-se genericamente por *liberalidades*, por haver neles a intenção de fornecer gratuitamente um enriquecimento a outrem¹⁰⁷.

Logo à partida, a gratuidade apresenta uma forte contenda com o Direito Comercial, na medida em que a própria lei, no CCom, proíbe aos empresários comerciais de realizarem liberalidades no exercício da sua actividade empresarial, excepto aquelas que estes realizem no âmbito do cumprimento da sua responsabilidade social¹⁰⁸. E, ainda nessa pertinência, o STJ assevera que os actos gratuitos estão excluídos da capacidade jurídica do empresário comercial¹⁰⁹(sublinhado nosso), para evidenciar que a gratuidade não se compagina com os desideratos da actividade empresarial e ela necessariamente não há-de se compagnar com a contratação mercantil que assenta nessa actividade.

Os contratos comerciais operacionalizam a actividade empresarial nas relações jurídico-mercantis tendo como *elemento finalístico* a produção de ganho económico. A gratuidade, por sua vez, integrando um contrato comercial é incapaz de atender à finalidade lucrativa visada pela actividade empresarial, especialmente por parte de quem realiza a prestação. É certo, por isso, que a gratuidade é o caminho certo para a gratuidade, no Direito Civil, e não para a produção e circulação da riqueza, no Direito Comercial.

Depreende do Prof. Pupo Correia¹¹⁰ que o caminho da produção do ganho económico é pavimentado pela onerosidade, de tal maneira que, conforme o Prof. Waisberg, “os contratos comerciais são sempre onerosos. Qualquer obrigação assumida no bojo de um contrato comercial

¹⁰⁶ VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), Op.cit, pág. 447

¹⁰⁷ FERNANDES, Luís A. Carvalho (1996), Op.cit., pág.82

¹⁰⁸ Cfr. nº2 do art. 72 do CCom

¹⁰⁹ Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça

¹¹⁰ CORREIA, Miguel Pupo (2011), Op.cit., pág. 643

deve ser tida por onerosa. Ainda que não se possa atribuir um preço àquela especial disposição, o fruto de transação e concessões durante uma negociação comercial faz com que todo o contrato seja tido por oneroso”¹¹¹. (sublinhado nosso) Assim, fica claro que a gratuidade é, por regra, estranha ao tráfico mercantil.

Demos conta no primeiro capítulo deste estudo de que a onerosidade, o egoísmo do empresário comercial e os custos da transação são vectores estruturantes do contrato comercial, que, inclusive, o distantiam do contrato civil. Sem a isso obstar, encontramos outros princípios que, apesar de não serem vectores exclusivos da contratação comercial porquanto enformadores da contratação em geral, assumem particular relevância e expressão no âmbito da actividade empresarial e na contratação mercantil. Daí que destacamos que o contrato comercial também se subordina aos princípios da (a)função social do contrato, da (b)função económica do contrato e do (c)equilíbrio contratual:

- a) **Função social do contrato:** determina que os interesses individuais das partes do contrato sejam exercidos em conformidade com os interesses sociais, sempre que esses se apresentem¹¹². É nesse âmbito que a CRM estabelece que o Estado promove as iniciativas económicas dos empresários, desde aqueles que actúam em pequena escala, e conta com o empresariado nacional para o desenvolvimento e consolidação da economia do país¹¹³. Portanto, a sociedade precisa de que os empresários sejam agentes económicos e não agentes da caridade, pois só assim poderão catapultar a economia nacional;
- b) **Função económica do contrato:** significa que o contrato comercial deve ser um meio de circulação da riqueza e como tal este constitui um facto económico tão relevante que justifica a sua protecção jurídica¹¹⁴;

¹¹¹ WAISBERG, Ivo, *Conceito e Interpretação dos Contratos Mercantis*, pelo sítio: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc31.pdf>

¹¹² LÓBO, Paulo (2010), *Direito Civil: Contratos*, Saraiva, Brasil, pág. 69

¹¹³ Cfr. arts. 97, 101, 105 e 107, todos da CRM

¹¹⁴ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Op.cit.*, pág.314

- c) **Equilíbrio contratual:** impõe que a igualdade presumida entre as partes seja analisada em moldes mais substanciais¹¹⁵. Este princípio tem a missão de preservar a equação e o justo equilíbrio contratual para manter a proporcionalidade dos direitos e obrigações¹¹⁶.

Por todas essas razões, a onerosidade deve ser a regra dos contratos comerciais.

Ora, não obstante a doutrina jurídico-comercial e a prática empresarial pautarem pela onerosidade dos contratos comerciais, o legislador, no RJCC, tal como muito bem observa e critica o Prof. Almeida Machava¹¹⁷, aparece com uma tendencial gratuitidade nos contratos comerciais, admitindo modalidades contratuais como a doação comercial, o mútuo comercial gratuito, a prestação de serviços gratuita e o próprio mandato comercial gratuito, que conflituam com o sacro-santo princípio da onerosidade, que, tal como nos recorda o Prof. Menezes Cordeiro, é um princípio material dos contratos comerciais¹¹⁸.

Decerto, sentimos nessa tendência legislativa um esforço de consagrar no Direito dos Contratos Comerciais moçambicano “*o princípio da caridade empresarial*” que nitidamente desconsidera a finalidade lucrativa visada pela contratação mercantil e o egoísmo do empresário na prossecução desse fim. É pois nessa concernência que o Prof. Gomes de Aquino nos recorda de que o empresário comercial é um sujeito naturalmente egoísta e “*esse egoísmo é tolerado pela ordem jurídica na medida em que incrementa o tráfico jurídico-comercial, gerando benefícios para o fluxo das relações económicas e levando ao desenvolvimento*”.¹¹⁹ Daí que não se pode esperar que o empresário comercial “*ame ao seu próximo como a si mesmo*”.¹²⁰

Assim sendo, será razoável esperar que o mandatário comercial ame ao seu mandante como a si mesmo? Ou seja, sendo improcedente a gratuitidade na contratação mercantil, será admissível um mandato comercial gratuito exercido no âmbito da actividade empresarial?

¹¹⁵ A respeito deste princípio, discutiu proficientemente o Dr. Wilson Siteo a problemática da sonegação do dever de renegociar os termos contratuais com vista a devolver o equilíbrio contratual no caso de *excessiva onerosidade*. Assim sendo, a parte desfavorecida pela alteração das circunstâncias ficou votada à *caridade* da contraparte. Sobre isto, cfr. SITEO, Wilson Moisés (2024), *O Princípio do Equilíbrio nos Contratos Comerciais em Moçambique: (in)existência do dever de renegociar*, Trabalho de Fim de Curso, Faculdade de Direito, Universidade Eduardo Mondlane.

¹¹⁶ LÔBO, Paulo (2010), Op.cit., pág. 70

¹¹⁷ MACHAVA, Almeida (2024), Op.cit., pags. 619 e ss.

¹¹⁸ CORDEIRO, António Menezes (2012). *Manual de Direito Comercial*, 3ª Edição, revista, actualizada e aumentada, Almedina, Coimbra, pág. 347

¹¹⁹ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), Op.cit., pág.315

¹²⁰ Ibidem

21. A (in)admissibilidade de um mandato gratuito como um contrato comercial

A terminologia jurídica tradicional para se referir à contrapartida devida ao mandatário comercial pelo exercício do mandato é a “*remuneração*” e o nosso legislador admite no RJCC que o mandatário pode “*ter ou não direito à remuneração*”¹²¹, querendo isso significar que o mandato comercial pode ser exercido de maneira gratuita assim como onerosa e ainda assumir a natureza de um contrato comercial.

Ora, o mandato comercial, como um contrato principal e autónomo, inscreve-se no exercício de uma actividade empresarial, por uma pessoa singular ou colectiva que assim procede profissionalmente. Dessa forma, adentrar a esfera jurídica de um empresário e praticar actos jurídicos de comércio em nome e por conta dele significa praticar uma verdadeira actividade económica, que, como tal, é sempre no intuito lucrativo. O próprio legislador reconhece que o mandato comercial é exercido “*no domínio de uma profissão ou actividade económica habitual*”¹²², pelo que podemos facilmente constatar que o mandato mercantil corresponde inequivocamente a um estatuto profissional.

Assim, o mandatário comercial é quem sofre com a prestação de serviços de representação comercial, proporcionando um serviço mercantil a uma outra pessoa. A representação comercial é uma verdadeira actividade empresarial e o mandatário exerce-a, logicamente, no intuito de obter um ganho económico, pois ele não há-de de exercer profissional ou empresarialmente o mandato comercial para obter um mero agradecimento dos empresários a quem ele represente. Portanto, por o mandato comercial traduzir-se numa actividade empresarial exercida pelo mandatário profissionalmente e, por consequência, com o escopo lucrativo, é inadmissível que um mandato gratuito possa, em termos materiais, assumir natureza mercantil.

A gratuidade é estranha ao tráfico mercantil e ela há-de sê-lo também no mandato comercial, pois não é razoável esperar que o mandatário comercial dedique a sua vida prestando “*favores*” aos demais empresários comerciais. A doutrina e o Direito Comparado não nos desamparam nessa consideração.

¹²¹ Cfr. nº 2 do art. 292 do RJCC

¹²² Cfr. nº 1 do art. 301 do RJCC, *in fine*

O Prof. Menezes Cordeiro¹²³ indica que a maior clivagem entre o mandato comercial e o mandato civil é que este último valoriza apenas o interesse do mandante e opera em virtude deste, enquanto mandato comercial é sempre um encontro de interesses, do mandante, de receber serviços de representação comercial, e do mandatário, de ser remunerado pelo serviço prestado. Este não actua desprendido de um interesse económico individual, até porque o faz no exercício de uma profissão lucrativa. E, o Prof. Menezes Leitão¹²⁴ acrescenta a isso que, diferente do mandato civil em que se faz um “*jogo de presunções*”, no mandato mercantil a onerosidade opera *injuntivamente*.

Considerando ainda que o mandato comercial apresenta variadas projecções, nomeadamente, na actividade bancária, na actividade de intermediação, na actividade transportadora, e na actividade de gestão empresarial, e atendendo ao estatuto profissional do mandatário comercial, o Prof. Engrácia Antunes¹²⁵ postula que o mandato comercial encontra nisto um fundamento para a onerosidade, aglutinando em si o interesse do mandante e mandatário. E, na mesma linha de pensamento, o Prof. Sílvio Venosa afirma que “*a onerosidade do mandato comercial provém da própria actividade profissional e usual do mandatário*”¹²⁶.

E, por fim, o nosso ilustríssimo Prof. Manuel Guilherme expurga o escuro nessa questão afirmando que “o mandato comercial é sempre oneroso” (sublinhado nosso) visto que a gratuidade não é regra em Direito Comercial. A regra do Direito Comercial é a onerosidade¹²⁷.

Os Profs. Orlando Gomes e Sílvio Venosa observam que, não obstante algumas ordens jurídicas estabelecerem a onerosidade do mandato comercial presuntivamente, na prática empresarial ele é sempre oneroso¹²⁸.

¹²³ CORDEIRO, António Menezes (2022), Op.cit., pág. 692

¹²⁴ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), Op.cit., pág. 392 – 393

¹²⁵ ANTUNES, José Engrácia (2009), Op.cit., pág. 278

¹²⁶ VENOSA, Sílvio (2013), Op.cit, pág. 285

¹²⁷ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2020), *Manual de Direito Comercial*, Vol. I, 2ª edição, Escolar Editora, Maputo, pág. 31

¹²⁸ GOMES, Orlando (2009), Op. Cit, pág. 428 e VENOSA, Sílvio (2013), Op.cit, pág. 285

No Direito Comparado, o legislador português¹²⁹, cabo-verdiano¹³⁰, e argentino¹³¹, por exemplo, aplicam ao mandato comercial a regra da onerosidade considerando o fim lucrativo visado por este.

Com tudo isso exposto, fica claro que, em termos práticos, não é admissível um mandato gratuito no Direito dos Contratos Comerciais, daí que, à luz dos princípios estruturantes da contratação mercantil, a expressão “*mandato comercial gratuito*” configura um verdadeiro *oxímoro jurídico*, e como tal sempre será uma miragem no Direito Comercial.

Esvaziada a admissibilidade de um mandato gratuito poder configurar, em termos materiais, um contrato comercial, questionamos agora: será que um mandato gratuito poderá configurar um contrato comercial acessório?

22. A (in)admissibilidade de um mandato gratuito como um contrato comercial acessório

Tal como pudemos apreciar no primeiro capítulo deste estudo, o contrato acessório estabelece uma estreita conexão com o principal, deste dependendo para existir, e prossegue, normalmente, um fim garantístico do cumprimento de obrigações assumidas num contrato comercial principal. A lei dispensa desse tipo de contrato o requisito de “*ser celebrado no exercício da actividade empresarial*” e, consequentemente, dispensa do contrato acessório o *elemento finalístico* da actividade comercial que é a *produção do lucro*. Porém, não há-de ser por esta via que o mandato comercial gratuito há-de lograr qualificar-se como um verdadeiro contrato comercial com o envolvimento de pelo menos um ente empresarial, pois o mandato, quer seja gratuito ou oneroso, é um contrato principal e autónomo no RJCC, e jamais poderá assumir a natureza acessória, mesmo quando a sua celebração seja acompanhada de outros contratos. Portanto, o mandato gratuito é também inadmissível como um contrato comercial acessório.

Exaurida essa chance, cumpre-nos agora questionar, como último recurso: será admissível um mandato gratuito como um acto objectivo de comércio?

¹²⁹ Cfr. art. 232 do CCom de 1888

¹³⁰ Cfr. nº 1 do art. 188 do CCom cabo-verdiano

¹³¹ Cfr. art. 221 do CCom argentino

23. A (in)admissibilidade de um mandato gratuito como um acto objectivo de comércio

Os actos objectivos de comércio correspondem aos actos que alcançam a comercialidade não por terem natureza comercial em si, mas sim por terem sido previstos pelo legislador como tais, isto é, são actos comerciais por autoridade da lei. O nosso legislador, entretanto, previu, na definição de contrato comercial, apenas aqueles contratos que serão comerciais por natureza ou subjectivos (celebrados por empresários, entre si, ou com um sujeito não empresário e no exercício de actividade empresarial) e aqueles que o serão por mera conexão aos contratos comerciais (contratos acessórios). Não tratou o legislador de prever contratos que terão natureza comercial por força da sua autoridade nas normas gerais que definem o contrato comercial. De todo modo, tendo sido admitido pelo legislador no RJCC, não nos resta nenhuma alternativa senão admitir que o *mandato comercial gratuito* será válido como contrato comercial se for percebido como um acto objectivo de comércio¹³².

Ora, o nosso problema não termina por aqui, pois, o nosso legislador não só admitiu a possibilidade de um mandato comercial gratuito como também confiou, expressamente, a gratuidade do contrato a apenas uma das partes, aliás, à parte favorecida, o mandante, e isso claramente há-de ser problemático tendo em conta que estamos em face de um contrato. Ora vejamos:

24. A gratuidade do mandato comercial como um poder do mandante.

Assim dispõe o legislador sobre a remuneração do mandatário:

1. *“O mandante deve remunerar o mandatário pelo cumprimento das suas obrigações contratuais no domínio da sua profissão ou actividade económica habitual.*
2. *O mandante não é obrigado a remunerar nos termos do número anterior se ele razoavelmente considerar que o mandatário cumpre as obrigações por uma razão diferente da remuneração*¹³³.” (sublinhados nossos)

¹³² À mesma conclusão chega o Prof. Almeida Machava em relação contrato de doação comercial, por ser impossível reconhecê-lo uma natureza mercantil, bem como uma natureza comercial por acessoriedade. Cfr. MACHAVA, Almeida (2024), *Op.cit.*, pág. 625

¹³³ Cfr. art. 301 do RJCC

O legislador inicia por estabelecer um dever geral do mandante de realizar uma atribuição patrimonial ao mandatário em virtude da prestação realizada por este, a representação comercial. Porém, ele volta a retirar esse dever deixando a remuneração do mandatário a depender daquilo que o mandante “*razoavelmente considerar*” que sejam as intenções do mandatário ao cumprir as suas obrigações.

A *consideração razoável* em Direito deve sempre atender a elementos ou circunstâncias de verificabilidade objectiva e o nosso legislador, nessa norma, não define nenhuma circunstância objectiva do apuramento desse presuntivo desinteresse do mandatário pela remuneração, confiando essa “*consideração razoável*” à completa subjectividade do mandante¹³⁴. A remuneração é, indubitavelmente, o direito mais importante que assiste ao mandatário e a obrigatoriedade do seu cumprimento não deve depender da subjectividade da outra parte.

Essa norma, pelo seu carácter demasiadamente abstracto, evidentemente, relega o direito à remuneração do mandatário ao *bom senso* do mandante.

O mandante, como um empresário comercial, é um sujeito naturalmente egoísta e sempre será vantajoso *razoavelmente considerar* que a outra parte não está interessada na remuneração, até porque não é o mandante que sofre com a realização da prestação.

O legislador distraiu-se nessa norma de que a representação comercial é uma actividade empresarial e que o mandatário a exerce intencionando um ganho económico, pois ele é um profissional de representação comercial. E vai mais além disso: é uma norma que desconsidera a igualdade jurídica que existe entre os contratantes e o equilíbrio que deve existir entre as prestações. Limitou-se ainda em concentrar o poder sobre a remuneração no mandante atribuindo-lhe o privilégio de se desobrigar do dever de pagar a remuneração devida ao mandatário consoante sua “*consideração razoável*”.

¹³⁴ Na senda da fixação de elementos de verificabilidade objectiva e ainda no regime jurídico do mandato comercial, o legislador foi muito mais feliz ao referir-se à *situação de urgência*, justificativa de uma actuação do mandatário sem solicitar as instruções do mandante, pois ele abalizou em termos objectivos o que poderá ser uma situação de urgência, evitando o arbítrio do mandato para se valer de uma remuneração adicional (Cfr. art. 315 do RJCC). O mesmo logro dá-se em relação ao *motivo sério* de revogação do mandato comercial pelo mandatário. O legislador tratou de indicar algumas circunstâncias objectivas que justifiquem a revogação pelo mandatário (Cfr. art 325 do RJCC). Entretanto, em relação à *consideração razoável*, preferiu o legislador deixá-la na abstracção e confiada ao bom tino do mandante, comprometendo, dessa forma, o direito a remuneração.

Em todo o regime remuneratório do mandatário comercial, o legislador não tratou sequer de conservar ao mandatário o direito de se opor à “*consideração razoável*” e de reaver a sua remuneração devida. Com isso, o mandatário comercial fica completamente entregue ao obséquio e ao bom senso do mandante.

A respeito desta questão, ao contrário de como se posiciona o nosso legislador, o CCom português¹³⁵, o CC brasileiro¹³⁶, o CCom argentino¹³⁷, entre outros, proíbem expressamente que o mandante presuma que o mandatário lhe preste o serviço de representação comercial gratuitamente, pois o pressuposto básico é de que o mandatário exerce essa actividade com intuito de ganho económico e essa sempre é que devia ser a *consideração razoável* do mandante.

Assim sendo, consideramos que essa norma é a *enfermidade legal* mais grave de todo o regime jurídico do mandato comercial, carecendo, por isso, de uma cura legislativa urgente.

E, até aqui chegados, nada mais nos falta senão concluir que o *mandato comercial gratuito*, não obstante a admissão do legislador no RJCC, não tem como assumir natureza mercantil, na medida em que é incapaz de contemplar em si o elemento finalístico da actividade empresarial, que é a produção de ganho económico. Este contrato desajusta-se ao Direito Comercial como o Direito da produção da riqueza, cabendo apenas no âmbito do Direito Civil.

Destarte, admitir um *mandato comercial gratuito* há-de sempre corresponder a esperar que *o mandatário comercial navegue no mar do comércio e não se molhe por suas águas*.

¹³⁵ Cfr. art. 232 do CCom português de 1888, *parte inicial*

¹³⁶ Cfr. art. 658 do CC brasileiro

¹³⁷ Cfr. art. 221 do CCom argentino, *in fine*

25. Conclusão

O presente trabalho teve a missão de analisar criticamente a admissão do legislador de um mandato comercial gratuito. Para tal, observamos que o contrato comercial, sendo aquele que é celebrado com o envolvimento de pelo menos um sujeito empresarial e no exercício da actividade empresarial, tem como um dos seus princípios elementares a onerosidade e essa é responsável por possibilitar que os empresários comerciais direccionem a sua actividade à produção de rendimentos económicos. Por conseguinte, a gratuitidade é uma característica que não se compagina com a natureza do empresário comercial e que não tem assento no Direito Comercial, em geral, e na contratação mercantil, em especial.

A noção legal de mandato denuncia um descuido do legislador, pois no acto da sua inspiração na noção do mandato civil, não tratou de evidenciar na definição a sua comercialidade.

O mandato comercial é um contrato nominado, típico, bilateral, principal, consensual e essencialmente oneroso, não obstante a admissão da sua gratuitidade.

Visto que o mandato comercial se insere na disciplina jurídica dos contratos comerciais, é necessário que ele se ajuste aos seus princípios fundamentais, atendendo aos seus fins. A onerosidade, o egoísmo do empresário e os custos das transações comerciais estão na sentinela na actividade empresarial. É por esta feita que o mandato comercial gratuito, em termos materiais, não tem como assumir a natureza de um contrato mercantil, que, por definição, é oneroso e compreende em si interesses especulativos dos seus intervenientes.

É ainda inadmissível que o mandato comercial gratuito possa aceder à qualificação comercial através do regime da acessoriedade, uma vez que em todas as suas perspectivas ele só poderá ser qualificado como um contrato principal. Assim, o único jeito de validar o mandato comercial gratuito é compreendendo-o como um acto objectivo de comércio.

E, por conseguinte, deixamos notado concluindo que: os contratos comerciais são sempre onerosos. O contrato de mandato do RJCC é um contrato comercial. Portanto, o mandato comercial é sempre oneroso.

26. Recomendações

1. Ao nosso legislador

- ✓ **Clareza na noção de mandato comercial:** restringir o âmbito do objecto do mandato comercial, no sentido de abandonar a expressão “*actos jurídicos*” para se reportar à actividade empresarial, evidenciando dessa forma a natureza comercial do contrato;
- ✓ **Natureza onerosa do mandato comercial:** restringir o mandato comercial à onerosidade em respeito aos princípios da contratação mercantil e aos fins visados pelo exercício da actividade empresarial;
- ✓ **Represtinação da consagração expressa do princípio da onerosidade dos contratos comerciais:** estabelecer expressamente que os contratos comerciais são de natureza onerosa;
- ✓ **Atenção à especialidade da contratação mercantil em relação à civil:** reconhecer o carácter especial da contratação mercantil em relação à contratação civil, aplicando a necessária comercialidade ao regime jurídico dos contratos comerciais, para que o exercício de aproximação entre o Direito Civil e o Direito Comercial não gere confusões;
- ✓ **Correcção do regime remuneratório do mandatário comercial:** retirar do mandante a possibilidade de, recorrendo ao seu bom senso, se desobrigar de pagar a devida remuneração ao mandatário pelo serviço prestado.

2. Aos nossos empresários

- ✓ **Previsão contratual da onerosidade do mandato:** prever expressamente que o mandato comercial é oneroso.

27. Recomendações para pesquisas futuras

A principal missão deste trabalho foi a de analisar tão-somente a consentaneidade do *mandato comercial gratuito* à contratação mercantil, tendo em conta a *finalidade lucrativa* concretamente visada pela prática da actividade empresarial. Ao longo do estudo e da discussão, fomos enfrentando questões de grande relevância discutidas em jeito de dar maior sustentação aos entendimentos por nós alcançados, que, apesar de abordadas com a maior profundidade possível, sentimos que não foram exauridas neste trabalho por não constituírem o núcleo central do mesmo, e que, por isso, merecem uma sede própria do seu estudo e um olhar muito mais escrutinado. Demos conta de outras questões jurídicas que se colocam em paralelo à questão por nós discutida, que, todavia, não tiveram palco na nossa discussão. Desta forma, deixaremos por aqui ficar, para estudos futuros, algumas recomendações dirigidas à comunidade académica:

- ✓ **A (im)procedência da gratuidade na contratação mercantil - um olhar à tendencial consagração do princípio da caridade empresarial no Direito dos Contratos Comerciais em Moçambique** – Assistimos no recente RJCC uma forte tendência do legislador de admitir que os contratos possam ser celebrados sob esteio da gratuidade, uma realidade que nos leva imediatamente a sentir um exalar de conflitualidade com o elemento finalístico da actividade comercial desenvolvida nos contratos mercantis. O legislador procede dessa forma admitindo contratos essencialmente gratuitos, como a doação comercial, e contratos comerciais que comportam em seu regime a possibilidade de serem celebrados a título gratuito, como a prestação de serviço. É pois relevante analisar os fundamentos, que ainda nos são nebulosos, os méritos, os fins e a útil adequação da gratuidade à contratação mercantil.
- ✓ **A comissão comercial no ordenamento jurídico moçambicano: uma ressurreição jurídica necessária** – A comissão comercial é originalmente uma modalidade do contrato de mandato comercial, ou por outras, é um mandato comercial sem representação, significando isso que o mandatário, ou então, comissionista, actua por conta do mandante e, entretanto, no seu próprio nome. Este tipo contratual infelizmente não teve a mesma sorte de ser represtinado do Código de Veiga Beirão e este cenário jurídico contrasta nitidamente a realidade mercantil actual, na medida em que é inequívoco o pódio ocupado pelos comissionistas (*nhonguistas*) nas relações comerciais hodiernas e era pois necessário

e profícuo atribuir, através da consagração de um regime próprio no catálogo dos contratos comerciais, uma tutela jurídica à relação entre o comissionista e o mandante.

- ✓ **O mandato comercial e a prestação de serviço comercial: uma flagrante beligerância de normas** – A prestação de serviço é, no Direito Civil, um contrato nominado e atípico, porém, o legislador comercial ao consagrá-lo na prateleira dos contratos comerciais em 2005 conferiu tipicidade a este contrato, pelo que, no Direito dos Contratos Comerciais moçambicano, ele possui um regime jurídico próprio. O mandato, por sua vez, é, no Direito Civil, uma modalidade da prestação de serviço. Actualmente, consagrados dentro da mesma prateleira no RJCC, sobre o âmbito de aplicação das disposições da prestação de serviço, o legislador prescreve, categoricamente, que *as normas do contrato comercial de prestação de serviço não são aplicáveis ao mandato comercial*¹³⁸, e, sobre o âmbito de aplicação das normas do mandato comercial, o legislador estabelece que, sempre que o mandato se faça acompanhar da prestação de serviço, *as normas do contrato comercial de prestação de serviço são secundariamente aplicáveis ao mandato comercial*¹³⁹. *Quid juris?*

¹³⁸ Cfr. nº 2 do art. 270 do RJCC

¹³⁹ Cfr. nº 4 do art. 292 do RJCC

Acórdão: 27-01-2010, disponível em Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça (dgsi.pt), visitado no dia 05/01/2025.

- ✓ Acórdão do Tribunal da Relação do Porto, Processo n.º 2903/20.7T8VFR.P1, Relator: FÁTIMA ANDRADE, Data do Acórdão: 12 de Setembro de 2022

4. Doutrina

- ✓ ABREU, Faizal (2022), *O Banquete Contratual*, Coimbra: Almedina, Portugal
- ✓ ABREU, Jorge M. Coutinho (2022), *Curso de Direito Comercial*, V. I – Introdução, actos de comércio, comerciantes, empresas e sinais distintivos, 13ª edição, Almedina, Coimbra – Portugal
- ✓ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Teoria Geral dos Contratos*, Editora Expert Belo Horizonte – Brasil
- ✓ ANTUNES, José Engrácia (2009), *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Portugal
- ✓ CAMBULE, Gil (2018), *Teoria Geral do Direito Civil I*, Vol. I., W Editora, Maputo
- ✓ COELHO, Fábio Ulhoa (2011), *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*, 23ª edição, Saraiva, São Paulo
- ✓ COELHO, Fábio Ulhoa (2012), *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*, 16ª edição, Saraiva, São Paulo
- ✓ CORDEIRO, António Menezes (2022), *Direito Comercial*, 5ª edição, Almedina, Portugal
- ✓ CORDEIRO, António Menezes (2012). *Manual de Direito Comercial*, 3ª Edição, revista, actualizada e aumentada, Almedina, Coimbra
- ✓ CORREIA, A. Ferrer (1994), *Lições de Direito Comercial*, Vol. I, II e III, Lex, Lisboa: Coimbra
- ✓ CORREIA, Luís Brito (1987), *Direito Comercial*, Vol. I, AAFDL, Portugal
- ✓ CORREIA, Miguel Pupo (2011), *Direito Comercial – Direito da Empresa*, 12ª edição, Almedina, Portugal
- ✓ CUNHA, Paulo Olavo (2010), *Lições de Direito Comercial*, Almedina, Portugal
- ✓ DINIZ, Gustavo Saad (2022), *Curso de Direito Comercial*, 2ª edição, Atlas, Barueri – São Paulo

- ✓ FERNANDES, Luis A. Carvalho (2017), *Teoria Geral do Direito Civil*, 5ª edição, Universidade Católica Editora, Lisboa
- ✓ GOMES, Orlando (2022), *Contratos*, 28ª edição, Revista e Actualizada por Edvaldo Brito e Reginaldo Paranhos de Brito, Forense, Rio de Janeiro
- ✓ GOODE, Roy (1998), *Commercial Law in Next Millennium*, Sweet and Maxwell, London
- ✓ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013). *Manual de Direito Comercial Moçambicano*, Vol.I, Escolar Editora, Maputo
- ✓ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2020), *Manual de Direito Comercial*, Vol. I, 2ª edição, Escolar Editora, Maputo
- ✓ JÚNIOR, Waldo Fazzio (2012), *Manual de Direito Comercial*, 13ª edição, Atlas, São Paulo – Brasil
- ✓ LEITÃO, Luís Manuel Telles De Menezes (2009), *Direito das Obrigações- Introdução: Da constituição das obrigações*, Vol.I, 8.ª edição, Almedina, Coimbra
- ✓ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), *Direito das Obrigações*, Vol. III, 9ª edição, Almedina, Portugal
- ✓ LEITÃO, Luís Manuel Teles Menezes (2021), *Direito das Obrigações*, V. I, 15ª edição, Almedina, Portugal
- ✓ LÔBO, Paulo (2010), *Direito Civil: Contratos*, Saraiva, Brasil
- ✓ MENDONÇA, José Xavier Carvalho de (1957), *Tratado de Direito Comercial Brasileiro: Dos Actos de Comércio*, Vol.I, 6ª edição, Nº1517, Livraria Freitas Bastos, Rio de Janeiro
- ✓ SCALZILLI, João Pedro, TELLECHEA Rodrigo, SPINELLI, Luis Felipe (2020), *Introdução ao Direito Empresarial*, 1ª edição, Buqui, Porto Alegre – Brasil
- ✓ SEALY, L. e HOOLEY, R. (2008), *Commercial Law*, 4th edition, Oxford University Press, Oxford
- ✓ SOUSA, António Francisco de (1993), *Direito Comercial*, 4ª edição, AIESCAL, Lisboa
- ✓ VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), *Teoria Geral do Direito Civil*, 5ª edição, Almedina, Portugal
- ✓ VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), *Direito Comercial: Parte Geral, Contratos Mercantis, Títulos de Créditos*, Vol.I, Almedina, Portugal
- ✓ VENOSA, Sílvio de Salvo (2013), *Direito Civil – Contratos em espécie*, Vol. III, 3ª edição, Atlas, São Paulo

- ✓ WILLIANSO, Oliver (1985). *The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting*. New York: Free Press

5. Artigos científicos

- ✓ MACHAVA, Almeida, A *(des)construção do Direito Comercial Moçambicano*, in VICENTE, Dário Moura *et all* (2021), *Estudos Comemorativos dos 30 Anos de Cooperação entre Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa e Faculdade de Direito da Universidade Eduardo Mondlane*, AAFDUL Editora, Lisboa.
- ✓ MACHAVA, Almeida , *Regime Jurídico dos Contratos Comerciais: Da autonomia à confusão jurídica* (2024), *Uma Viagem entre o Rio das Pérolas e a Pérola do Índico*, Faculdade de Direito - Universidade de Macau, pags. 623 – 624.
- ✓ WAISBERG, Ivo, *Conceito e Interpretação dos Contratos Mercantis*, pelo sítio: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc31.pdf>, acedido no dia 10/01/2025

6. Monografias

- ✓ ASSANE, Rachide Combo (2024), *Doação como um contrato comercial em Moçambique – Algumas questões*, Trabalho de Fim de Curso, Universidade Eduardo Mondlane
- ✓ SITOE, Wilson Moisés (2024), *O Princípio do Equilíbrio nos Contratos Comerciais em Moçambique: (in)existência do dever de renegociar*, Trabalho de Fim de Curso, Faculdade de Direito, Universidade Eduardo Mondlane
- ✓ RIVERA, Dina Elizabeth Alvarado (2007), *El Mandato Mercantil*, Monografia, Facultad de Ciencias Juridicas, Universidad de Gravidia

7. Sítios de internet

- ✓ <https://professorjosehumberto.com.br/glossario/o-que-e-onero-onerosidade-nos-contratos/> visitado em 03/01/2025
- ✓ <https://trilhante.com.br/curso/teoria-geral-dos-contratos-empresariais/aula/vetores-de-funcionamento-dos-contratos-empresariais-1> visitado em 04/01/25

- ✓ <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/funcao-economica-e-coligacoes-contratuais/228075148> visitado em 04/01/25
- ✓ Chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc31.pdf visitado em 15/01/25

8. Outros

- ✓ Anteprojecto do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais
- ✓ Proposta de Decreto-Lei que aprova o Código Comercial de 2022
- ✓ Proposta de Decreto-Lei que aprova o Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.