



FACULDADE DE DIREITO

LICENCIATURA EM DIREITO

**O CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NO DIREITO COMERCIAL
MOÇAMBICANO: A POSSIBILIDADE DE ACTUAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS**

Nome do estudante: Alex Gustavo Duave

Nº de estudante: 20201507

Supervisora: Me. Orquídea Massaronga-Jona

Maputo, Julho de 2025



FACULDADE DE DIREITO

LICENCIATURA EM DIREITO

**O CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NO DIREITO COMERCIAL
MOÇAMBICANO: A POSSIBILIDADE DE ACTUAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS**

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

Nome do estudante: Alex Gustavo Duave

Nº de estudante: 20201507

Supervisora: Me. Orquídea Massarongo-Jona

Maputo, Julho de 2025



FACULDADE DE DIREITO

**O CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NO DIREITO COMERCIAL
MOÇAMBICANO: A POSSIBILIDADE DE ACTUAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS**

MEMBROS DO JÚRI

MONOGRAFIA PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIATURA EM DIREITO

Presidente: _____

Supervisora: _____

Arguente: _____

DUAVE, Alex Gustavo

Maputo, ____/____/____

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Eu, Alex Gustavo Duave, portador do BI nº 110105248994N e Estudante nº 20201507, declaro que este Trabalho de Fim de Curso, subordinado ao tema: **O Contrato de Prestação de Serviço no Direito Comercial moçambicano: A Possibilidade de Actuação sem Fins Lucrativos**, 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 de investigação por mim realizada. 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

O Autor

(DUAVE, Alex Gustavo)

Maputo, _____ de 2025

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, **Gustavo Pedro Duave** e **Avelina Pascoal Munguambe**, por todo apoio e sacrifício, para que esse sonho se realizasse.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, quero agradecer a DEUS, por cada dia derramar sobre mim sua misericórdia e sua plena graça, para que eu continue firme e consistente, rumo a realização dos meus sonhos.

Expresso meus agradecimentos aos meus pais, Gustavo Pedro Duave e Avelina Pascoal Munguambe, pelos ensinamentos da vida, incentivos sucessivos e firmes para que nunca desistisse de alcançar meus sonhos.

Aos meus irmãos, Sheila Gustavo Duave, Leonildo Gustavo Duave e Shainazy Gustavo Duave pelo apoio incondicional, por terem estado sempre presente em todos momentos que me sentia incapaz, e as vossas preces tiveram efeitos positivos.

À minha querida prima Judith Mascarenhas e ao tio Paunde pelo apoio imaterial e material para que a distância ou percurso fosse curto.

À Mestre Orquídea Massarongo-Jona, minha supervisora nesta monografia, endereço meus agradecimentos pela rica orientação, disponibilidade e disposição que me prestou, para que eu alcançasse os objectivos da missão que me propus.

Aos meus colegas e amigos que muito me apoiaram, especificamente: Janet Manica, Manuel Nomboro - meu amigo de trincheiras, Marília Novela, Julião Pajó, Sheron Dava, Rachide Assane, Frank Banze, Caetano Francisco, Euclides Vilanculo, Laura Constantino, Kleyde Lissa, Carlos Marivatane e a todos que de forma directa ou indirecta contribuíram para realização da minha formação.

RESUMO

O presente trabalho tem por missão a análise do Contrato de Prestação de Serviço no Direito Comercial moçambicano; a possibilidade de actuação sem fins lucrativos. Far-se-á uma conjugação e interpretação com os princípios e características que norteiam a contratação mercantil, para aferir a adequação dessa possibilidade. Pretende-se com a presente pesquisa analisar a abordagem geral do regime jurídico do contratos comerciais em Moçambique, de modo a aferir seus elementos característicos que ilustram a qualidade dos sujeitos enquanto empresários comerciais, na actuação do exercício de actividade económica, oferecendo bens ou serviços e, conseqüentemente, obter proveitos ou lucro, em virtude desse exercício mercantil. Neste sentido, a opção de legislador, ter importado conteúdo da noção legal de prestação de serviços civil para contratação mercantil, sem devida adaptação à realidade mercantil, faz com que haja, no RJCCom, uma incongruência no sistema jurídico mercantil, na medida em que, neste campo de direito privado especial, os empresários são movidos pelo lucro, e a característica da onerosidade, que justifica a contraprestação entre os intervenientes da relação contratual, foi colocada em igualdade com gratuidade, para efeitos da contratação no contrato de prestação de serviços mercantil e esta realidade distancia-se das regras do C.Com moçambicano, pois aquela exige sempre a finalidade lucrativa. Assim, analisaremos os impactos que podem resultar dessa gratuidade no contrato de prestação de serviço mercantil, como também demonstrar a inadmissibilidade de gratuidade operar nas relações comerciais.

Palavra-chave: contrato de prestação de serviço mercantil, onerosidade, gratuidade e incongruência.

ABSTRACT

The present work has as its mission the analysis of the service contract in Mozambican commercial law; the possibility of no-profit performance. A combination and interpretation will be made with the principles and characteristics that guide commercial contracting, to assess the adequacy of this possibility, it is intended with this research to analyze the general approach of the legal regime of commercial Contracts in Mozambique, in order to assess its characteristic elements that subjects as commercial entrepreneurs, in the performance of the financial year, offering goods and services and consequently, obtaining profit, due to this mercantile exercise. In this sense, the option of the legislator to have imported content of the legal notion of the provision of civil service for mercantile contracting without due adaptation to the mercantile reality, causes there to be, in RJCom, an incongruity in the mercantile legal system, insofar as, in this field of special private law, entrepreneurs are moved for the profit and the characteristic of the onerousness between the parties to the contractual relationship, it was placed on an equal footing with gratuitousness, for the purposes of contracting in the commercial services contract and this reality distances itself from the rules of the Mozambican C. Civil, as that always requires the profitable purpose. Thus, we analyze the impacts that can result from this gratuity in the commercial service contract as well as demonstrate the inadmissibility of gratuity to operate in commercial relations.

Keyword: commercial service contract, onerousness, gratuity and incongruity.

EPÍGRAFE

*“Bem-aventurado o homem que acha sabedoria, e o
homem que adquire o conhecimento”*

(Prov. 3; 13)

ABREVIATURA

Al. alínea

Art.- Artigo

Apud. – Citado por

C. C- Código Civil

C.Com- Código Comercial

Cfr.- Confira

CRM – Constituição da República de Moçambique

DL – Decreto-Lei

Ed. – edição

Idem ou Id. - do mesmo autor

Ibidem ou Ibid. – na mesma obra

IRPC. – Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas (IRPC)

IRPS. - Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares (IRPS)

Op. Cit.- (*Opere Citato*) - obra citada

RJCCom- Regime Jurídico dos Contratos Comerciais

Pág (s) – Página (s)

Prof.(s) – Professor (s)

STJ – Supremo Tribunal de Justiça

Ss. – Seguintes

Vol- Volume

Índice

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE	i
DEDICATÓRIA	ii
AGRADECIMENTOS	iv
RESUMO	v
ABSTRACT	vi
EPÍGRAFE	vii
ABREVIATURA	viii
INTRODUÇÃO	1
CONTEXTUALIZAÇÃO	1
PROBLEMÁTICA	3
JUSTIFICATIVA	3
DELIMITAÇÃO DO TEMA	4
1.1.Delimitação temporal:	4
1.2.Delimitação espacial	4
OBJECTIVOS	5
METODOLOGIA	5
CAPÍTULO I: REGIME JURÍDICO DO CONTRATO COMERCIAL EM MOÇAMBIQUE	7
1. Generalidades do contrato comercial.	7
2. Noção de contrato comercial	8
3. Pressupostos do contrato comercial	9
3.1.1. Exercício de actividade profissional.	9
3.1.2. Exercício profissional	10
3.1.3. Habitualidade	10
3.1.4. Capacidade empresarial	11

3.2. O contrato deve ser celebrado no exercício da actividade empresarial	11
4. Contrato comercial como um contrato acessório	12
5. Características dos contratos comerciais	13
5.1. “Egoísmo” ou “individualismo” do empresário comercial	14
5.2. Onerosidade	14
5.3. Os Custos de transacção	16
CAPÍTULO II: CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO MERCANTIL	17
6. Generalidades	17
7. Noção de contrato de prestação de serviço mercantil	17
8. Breve história do acolhimento do contrato de prestação de serviço mercantil	19
9. Sujeitos do contrato de prestação de serviço mercantil	20
10. Características de contrato de prestação de serviços	21
11. Diferenças entre prestação de serviço comercial e civil	23
CAPÍTULO III: (IN) ADMISSIBILIDADE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO GRATUITO A CONTRATO MERCANTIL	26
12. (Im) procedência da “gratuidade” na contratação mercantil	26
13. Natureza jurídica do contrato de prestação de serviço mercantil	29
13.1. Princípio da liberdade de estipulação	31
13.1.1. Tendencial nacionalidade económica-comercial	31
13.1.2. Mercadorização	32
13.1.3. Relevância acrescida da <i>culpa in contrahendo</i>	32
14. Efeitos ou impactos da gratuidade no contrato de prestação de serviços comercial	34
CONCLUSÃO	36
RECOMENDAÇÕES	37

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende analisar a possibilidade de um contrato de prestação de serviço ser celebrado a título gratuito no âmbito das actividades comerciais, à luz do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 3/2022 de 25 de Maio.

CONTEXTUALIZAÇÃO

O Direito Comercial é um ramo jurídico privado especial que tem no comércio a matéria regulada e, em virtude disso, o comércio nasce através de actos praticados por empresário comercial¹ e, portanto, esses actos são comportamentos exteriores a que a lei liga a consequências jurídicas², que é, mormente, o contrato comercial.

Ora, segundo Paulo Cunha, os contratos comerciais representam, actualmente, o mais relevante instrumento jurídico de constituição, organização e exercício da actividade empresarial. Na verdade, é, frequentemente, através do recurso a figura contratual, que os empresários constituem e organizam as suas empresas³, significando isso que a forma como se deve regular, tem de ter em conta um critério detalhadamente cuidadoso, devido a sua relevância prática.

O contrato de prestação de serviço mercantil é um dos mais importantes na economia, procura atender à demanda do mercado que não envolve necessariamente mercadoria. Ao mesmo tempo em que desempenha um papel básico e primordial no bom funcionamento do sistema económico, está baseado numa rede física que apresenta fortes interdependências tecnológicas internas e externas, sendo portadores de características técnicas, económicas e sistêmicas⁴. Com base nisso, foi se desenvolvendo ao longo do tempo, tanto que demonstrou sua importância na actividade mercantil, devido ao seu papel no seio da sociedade.

É nesta perspectiva que no ordenamento jurídico moçambicano este contrato tem sido objecto de regulamentação, desde a aprovação do Decreto-Lei n.º 2/2005, de 27 de Dezembro

¹ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), *Manual de Direito comercial moçambicano*. Vol. 1. 2 Ed. Maputo, Moçambique. 49 Pág.- 27

² ASCENSÃO, José de Oliveira (2003). *Direito Civil e Teoria Geral, Ações e Factos Jurídicos*. Vol. II. 2 Ed. Coimbra Editora. Pág.- 14

³ CUNHA, Paulo Olavo (2010), *Lições de Direito Comercial*, Editora Almedina, AS. Coimbra. Pág. 166

⁴ MEIRELLES, Dimária Silva e. (2003) *O setor de serviços e os serviços de infra-estrutura económica*. Tese de Doutoramento, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Pág-3

(Código Comercial de 2005), que trouxe a grande novidade ao acolher o Contrato de Prestação de Serviços Mercantil, dentro do Capítulo V a partir dos artigos 509 e seguintes (ss).

Ademais, devido a sua robustez, o Código acima referido regulava maior parte das actividades comerciais, desde livro primeiro (onde tratava sobre matéria relativa ao Exercício da Empresa Comercial), até ao livro quarto (que tratava sobre Títulos de Crédito) e, em relação a matéria relativa aos contratos comerciais, estava prevista no livro terceiro, onde encontrava-se regulado o contrato de prestação de serviços comercial.

Contudo, o legislador em 2022, com vista a responder às necessidades do dinamismo socioeconómico, tendo em conta o desenvolvimento do sector privado, procedeu à revisão da Lei Comercial, revogando o Decreto-Lei n.º 2/2005, de 27 de Dezembro, por três novos Decretos-Lei em partes correspondentes com o novo Código Comercial⁵. E, actualmente, a matéria relativa aos contratos comerciais, em especial o contrato de prestação de serviços, não está regulada no Código Comercial e sim no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

Com isso, o legislador traz um leque de inovações no instituto de prestação de serviço, desde a *noção legal de contrato de prestação de serviço, as obrigações das partes e a cessação do contrato*. Entre as inovações, a que interessa para efeitos deste trabalho é a noção que o legislador nos apresenta, nos termos do artigo 268 do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, permitindo que *o prestador de serviço celebre um contrato comercial, comprometendo-se a prestar um ou mais serviços a outra parte com ou sem retribuição, sendo que, de per si, no âmbito jurídico comercial, os empresários desempenham essa actividade económica organizada para a produção e/ou prestação de serviços destinados ao mercado com **finalidade lucrativa***⁶ e o contrato comercial assenta nesta actividade.

Portanto, neste trabalho, pretende-se analisar juridicamente a adequação da “gratuidade” na prestação de serviço mercantil que o legislador nos apresenta.

⁵ Vide preâmbulos do Decreto-Lei n. 1/2022, de 25 de Maio e Decreto-Lei n.3/2022, de 25 de Maio.

⁶ Cfr. n.º1 do artigo 2 do Decreto-Lei n. 1/2022, de 25 de Maio

PROBLEMÁTICA

Nos termos do Artigo 268 do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, “*o contrato de prestação de serviços consiste na convenção mediante a qual uma parte, o prestador de serviços, se compromete a prestar um ou mais serviços a outra parte, o cliente ou receptor de serviços, com ou sem retribuição*”.

Entretanto, o legislador, como forma de definir o contrato de prestação de serviço mercantil, importou o conteúdo da definição do contrato de prestação de serviço de natureza civil para realidade mercantil sem ao menos fazer a sua devida adaptação para o contexto mercantil, verificando-se dessa forma uma dicotomia (gratuito e oneroso), para efeitos de contratação mercantil e, isso, atenta contra a finalidade lucrativa da actividade empresarial, pois o contrato comercial é celebrado no seio da actividade empresarial. Por consequência, poder-se-á estar a empobrecer o regime jurídico de prestação de serviço mercantil ao admitir a sua contratação à margem onerosa. Como é demonstrado pelo professor Manuel Guilherme Júnior, o intuito do desenvolvimento da actividade empresarial é a obtenção do lucro, pois é importante na busca da noção de comércio⁷. Com isso, esta admissão constitui uma razão importante para questionar no cerne do comércio:

- Será que a gratuidade no contrato de prestação de serviços mercantil adequa-se materialmente a realidade mercantil, que exige a finalidade lucrativa?

JUSTIFICATIVA

O contrato de prestação de serviço mercantil não é novo no ordenamento jurídico moçambicano, tanto que da revisão da Lei Comercial de 2005 para actual Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 3/2022, de 25 de Maio, verificou-se uma possibilidade de gratuidade no contrato de prestação de serviço como uma nova forma de contratação.

Contudo, essa nova forma de contratação mercantil revela-se digno de apreço devido à problemática que apresenta no seu novo conteúdo, a gratuidade, o qual contradiz a finalidade da actividade mercantil. E, portanto, mostra-se necessário analisar a sua sustentabilidade à luz

⁷ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), *Op. Cit.* Pág.- 31

do que prescreve a sistematização no ordenamento jurídico moçambicano, pois parece haver certa descaracterização e imprecisão entre a inovação e a tradicional forma de contrato mercantil, pelo que entende-se que esse fenómeno merece um estudo aprofundado e juridicamente rigoroso para devolver a clareza nesse assunto.

Por esta razão, no decorrer das aulas de Direito Comercial⁸, verificou-se existência desse problema jurídico e foi-nos apresentado como uma situação que apoquenta aos cultores de Direito, o que demonstra uma razão importante para estudar este tema, pelo facto de lidar com questão fundamental acerca do sentido da sua existência no ceio da actividade empresarial.

Com isso, o presente estudo demonstra-se importante, porquanto, no contexto moçambicano, a gratuidade, na prestação de serviço mercantil como uma nova forma de contratação, mostra-se difícil senão impossível de se materializar. O estudo também poderá influenciar ao legislador a ter o devido cuidado ao regulamentar regime de contratação mercantil, aquando das inovações por introduzir.

Ademais, o estudo que se pretende levar acabo poderá contribuir para eventual percepção e materialização da finalidade lucrativa na contratação de prestação de serviço mercantil. .

DELIMITAÇÃO DO TEMA

1.1. Delimitação temporal: o trabalho tem como alvo a actualidade introduzida, atendendo ao Decreto-Lei n.º 1/2022, de 25 de Maio, que aprova o Código Comercial e, particularmente, ao Regime Jurídico Contratos Comercias, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 3/2022, de 25 de Maio, entretanto não dispensa o recurso à história dos institutos jurídicos analisados para aprofundar a compreensão dos mesmos

1.2. Delimitação espacial: o presente tema será analisado no contexto da Ordem Jurídica Moçambicana, sem, no entanto, descartar a análise comparativa com os demais ordenamentos jurídico.

⁸ No ano de 2023, esta problemática muito se debateu nas lições de Direito Comercial II, e a inspiração para uma análise mais aprofundada emergiu.

OBJECTIVOS

6.1. Objectivo Geral

- Analisar os impactos legais e económicos da prestação de serviços gratuito por empresários comerciais no direito comercial moçambicano.

6.2. Objectivos específicos

- Definir o âmbito da contratação de prestação de serviço comercial e descrever suas principais características.
- Identificar diferenças entre o contrato de prestação de serviço mercantil com contrato de prestação de serviço civil.
- Verificar a possibilidade de prestação de serviço gratuito subsistir na natureza mercantil.

METODOLOGIA.

Para a realização do presente trabalho, recorreu-se aos seguintes métodos:

- **Método analítico-sintético** que consistiu num processo de análise, que permitiu a partir de um texto global, nesse caso, análise da doutrina, legislação, procedendo a um exame minudente de seu conteúdo.
- **Método Comparativo** que consistiu no estudo comparado de ordenamentos jurídicos; das leis ou códigos anteriores com os mais recentes, Código Comercial e Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, dentro de um mesmo ordenamento jurídico, verificando a evolução, permanência, mudanças ou inovações do regime Jurídico do Contrato de Prestação de Serviço mercantil, e a imprecisão do legislador em relação a sua técnica legislativa.
- **Método dialéctico:** entendido como um método de interpretação da realidade. Este método ocasionou o fornecimento das bases para uma interpretação dinâmica e totalizante da realidade, uma vez que estabelece que os factos sociais não podem ser entendidos quando considerados isoladamente, abstraídos de suas influências políticas, económicas, culturais, dentre outras. Com este método analisou-se o texto da norma

jurídica do artigo 286 do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais conjugando com o contexto e a sistematização mercantil e sua influência social e económico.

CAPÍTULO I: REGIME JURÍDICO DO CONTRATO COMERCIAL EM MOÇAMBIQUE

1. Generalidades do contrato comercial.

O contrato, no geral, sempre teve um papel preponderante nas relações que se desenvolvem na sociedade, onde a sua mecânica assenta-se nas declarações negociais comuns das partes que o integram e além da obrigação de prestações, observando as normas cogentes, bem como os contextos situacionais em que a relação contratual se estabelece e se desenrola⁹.

No âmbito das relações comerciais, o contrato também tem um papel extremamente importante, pois é através dele que os empresários criam os direitos e obrigações, tornando-se, assim, num instrumento que norteia as relações jurídico-mercantis¹⁰. E, desde sempre, foi motivo de seu reconhecimento como instrumento jurídico, porquanto, segundo Antunes Engrácia “*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*”¹¹.

Deste modo, considerou o legislador consagrar sua regulação no Código Comercial de 1888 a partir do LIVRO II com sua designação “*Dos contratos especiais do comércio*”¹², embora não ter apresentado uma definição legal desse instrumento. Contudo, devido à dinâmica das relações comerciais, o instituto de contrato comercial, com mais tenacidade, continuou no C. Com. de 2005, com uma designação diferente da de 1888, denominada “*contratos e obrigações mercantis*” e, ainda por cima, com definição legal.

Em 2022, o legislador decidiu autonomizar as regras de contrato mercantil do Código Comercial, para um instrumento próprio que dedica-se somente à contratação mercantil, denominado Regime Jurídico dos Contratos Comerciais¹³.

⁹ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Teoria Geral dos Contratos*, Editora Expert, Belo Horizonte - Brasil, pág 28.

¹⁰ JÚNIOR, Waldo Fazzio (2012), *Manual de Direito Comercial*, 13ª Ed. São Paulo. Pág. 21.

¹¹ ANTUNES, José Engrácia (2009), *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Portugal, pág. 20.

¹² Cfr. Art. 96 e ss. do Código Comercial de 1888 aprovado pela Carta de Lei de 28 de Junho de 1888

¹³ Cfr. O preâmbulo do Decreto-Lei N.º 3/2022, de 25 de Maio que aprova o Regime Jurídico dos Contratos Comerciais e artigo 1 respetivamente do mesmo diploma legal.

2. Noção do contrato comercial

O contrato é visto como um pressuposto de nascimento de relações jurídicas, uma das principais, senão a mais importante, fonte ou causa geradora das obrigações, o título de criação de nova realidade jurídica, constituída por direitos, faculdades, pretensões, deveres e obrigações, ônus, encargos¹⁴ e, na sua generalidade, conforme advoga Paulo Cunha¹⁵, é originado por actos jurídicos de sujeitos de Direito Comercial que assumem, neste sector, especial relevância. Com isso, da aprovação do C. Com. de 2005, pela primeira vez, o legislador apresentou uma definição legal de contrato comercial, definindo-o como sendo “*aquele celebrado pelos empresários comerciais, entre si ou com terceiro, desde que no exercício da actividade empresarial*” de acordo com artigo 458 do C.Com de 2005. Assim, definia o contrato comercial tendo como ponto de partida a qualidade dos sujeitos e actividade por eles praticados.

O legislador, em 2022, define nos termos do art. 1 n.º 1 do RJCCom o contrato comercial como um “*acordo de vontades, celebrado entre duas ou mais partes, no exercício da sua actividade empresarial, visando criar alterar ou extinguir direitos e obrigações*”. Todavia, não quer dizer que abandonou o conteúdo do regime antigo, pois manteve essa filosofia no n.º 2, do mesmo artigo, enfatizando a qualidade dos sujeitos que podem celebrar o contrato comercial de que “*contrato é comercial sempre que for celebrado pelos empresários comerciais entre si ou com sujeito não empresário e no exercício da actividade empresarial*”.

Do mesmo modo, essa definição legal de contrato comercial evidencia diferenças entre contrato comercial com outros contratos existentes no ordenamento jurídico moçambicano, sobretudo o contrato de natureza civil, uma vez que neste contrato não releva a qualificação como empresário comercial de pelo menos uma das partes esteja no exercício da actividade mercantil, pois para o contrato civil basta que os sujeitos envolvidos sejam do direito privado ou público, desde que este último esteja despojado de seu poder de autoridade¹⁶.

¹⁴ GOMES, Orlando (2009). *Contratos*. 26ª Ed. Revista, actualizada e aumentada de acordo com Código Civil de 2002, Editora Forense, Rio de Janeiro, Pág. 15

¹⁵ CUNHA, Paulo Olavo (2010), *Op. Cit.*, Pág. 8

¹⁶ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Op. Cit.*, pág.309

3. Pressupostos do contrato comercial

Da análise do art. 1 n.º 2 do RJCCom, conclui-se que existe dois pressupostos primordiais, que fazem o contrato comercial ser constituído, designadamente: (i) *empresários comerciais entre si ou com um sujeito não empresário* e; (ii) *no exercício de actividade empresarial*.

3.1. Pelo menos um dos sujeitos deve ser empresário comercial na relação contratual.

Nos termos do art. 1 n.º 2 primeira parte do RJCCom, o legislador determina que o contrato comercial seja “*celebrado por empresários comerciais entre si, ou com sujeito não empresário...*”, evidenciando a ideia de que, no ordenamento jurídico moçambicano, somente a verificação de um dos sujeitos, acima descritos, é suficiente para celebrar o contrato mercantil.

Ora, em termos comparativos, no Código Comercial de 2005, o legislador era omissos em relação a esse aspecto, isto é, não tratava de apresentar um conceito de um empresário comercial e sim as categorias¹⁷.

Contudo, para efeitos de melhor percepção, o legislador, em 2022, definiu empresário comercial como sendo aquele que exerce, de forma *profissional* e *habitual*, a actividade empresarial e, em termos práticos, não só define, mas também fixa elementos categóricos¹⁸.

3.1.1. Exercício de actividade empresarial.

O legislador define o empresário comercial, nos termos do art. 2 n.º 1 do C.Com como aquele que exerce *actividade económica*¹⁹, de uma forma *organizada*²⁰, para que *a produção ou*

¹⁷ Cfr. art. 9 do Código Comercial de 2005

¹⁸ Cfr. art. 3 n.ºs 1 e 2 do C. Com.

¹⁹ **Actividade económica**- significa que actividade empresarial deve estar voltada à produção de riqueza, uma vez que os sujeitos empresários actuam neste campo de forma racional e egoística visando obter o lucro e ficam excluídos relações de consumos, *vid.* os Professores SCALZILLI, João Pedro. TELLECHEA, Rodrigo e SPINELLI, Luís Filipe (2020), *Introdução ao Direito Empresarial*. 1ª Ed. Buqui Comércio de Livros Eireli, São Paulo. Pág. 47

²⁰ **Organizada**- é necessário que o empresário comercial una os elementos principais de factor de produção, concretamente capital, mão-de-obra e terra ou tecnologia, *vide* DINIZ, Gustavo Saad (2022), *Curso de Direito Comercial*, 2ª Ed., Atlas, Barueri_ São Paulo, Pág. 65

*circulação de bens ou prestação de serviços*²¹, se destinem ao *mercado*²² e que a *finalidade seja lucrativa*²³.

3.1.2. Exercício profissional

O professor Pupo Correia advoga que a noção de *profissão* implica a ideia de que quem exerce o comércio visa essencialmente obter recursos que asseguram a sua subsistência ou para ela contribuem²⁴. Segundo o professor Pais Vasconcelos, o exercício de uma actividade empresarial deve ser competentemente profissional, porquanto se trata, verdadeiramente, de uma actividade que exige conhecimentos específicos, experiência, assunção de riscos e prudência. Ademais, o empresário comercial não pode ser um amador ou aquela pessoa movida pela ingenuidade, uma vez que vive dessa actividade e é dela que retira os seus meios de subsistência, de melhoria da sua condição económica e social²⁵. Com isso, é, assim, empresário comercial quem faz a actividade empresarial como o seu meio de vida (*modus vivendi*) e a exerce com o intuito de ganho²⁶.

3.1.3. Habitualidade

No que atine à habitualidade, é esperado que o empresário comercial exerça essa actividade de forma habitual, regular, reiterada e sistemática²⁷. Assim sendo, não se pode considerar um empresário comercial aquele que realiza a actividade empresarial de forma periódica ou isolada, até mesmo aquele que organiza episodicamente à produção de certa

²¹ **Produção ou circulação de bens ou prestação de serviços:** que consiste na fabricação de produtos ou mercadorias e na sua intermediação. Ademais, consiste numa obrigação de fazer algo que implique ou possa gerar lucros. Vide, COELHO, Fábio Ulhoa (2011), *Manual de Direito Comercial- Direito da Empresa*. 23^a Ed. Revista e ampliada. Editora Saraiva, São Paulo. Págs. 32 e 33

²² **Destina-se ao mercado-** significa que os bens produzidos ou os serviços prestados não devem ser para o consumo ou proveito próprio do empresário, mas sim devem ser colocados à disposição de potenciais destinatários ou clientes, ou ainda, de outros empresários situados na fase seguinte da cadeia de comercialização. Vide COELHO, Fábio Ulhoa (2011), *idem* pág. 34

²³ **Finalidade lucrativa** - significa que o fim ou escopo do empresário comercial é a obtenção de lucros, através do exercício da actividade empresarial, ou seja, desta actividade deve resultar uma certa vantagem económica ou lucro patrimonial para o empresário, por isso que é importante falar-se de *especulação* enquanto um elemento caracterizador de actividade empresarial, para mais desenvolvimento vide Professores SCALZILLI, João Pedro. TELLECHEA, Rodrigo e SPINELLI, Luís Filipe (2020), *idem* Pág. 48 e Cfr. Art. 2 n.º 1 e art. 3, ambos do C.Com.

²⁴ PUPO, Correia (2007), *Direito Comercial, Direito da Empresa*, 10^a Ed. revista e actualizada, Coimbra Editora, Lisboa pag. 104

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

mercadoria, mesmo que se destine à venda no mercado, se está apenas a fazer uma experimentação com o intuito de verificar se tem apreço ou desapeço pela vida empresarial ou para socorrer uma situação emergencial em suas finanças, pois não se verifica, nessas situações, o *exercício habitual* da actividade empresarial²⁸.

Todavia, não quer dizer isso que se exclui a habitualidade quando os empresários comerciais iniciam a sua profissão, que, precisamente por se encontrarem numa fase inicial da actividade, ainda não praticaram qualquer acto de comércio ou praticaram apenas um²⁹.

3.1.4. Capacidade empresarial

No Código Comercial de 2005, em relação à capacidade empresarial, o legislador ligava-a com aquela capacidade que acha-se prevista no C.C, ou seja, todos aqueles que tinham capacidade civil, tinham também capacidade empresarial³⁰. Porém, no regime em vigor, essa associação da capacidade comercial com a capacidade civil de exercício foi abandonada, pelo que nos termos do artigo 13 do Código Comercial, *tem capacidade empresarial toda a pessoa singular que tenha completado 18 anos de idade* e, portanto, é enfatizado o critério de 18 anos para um indivíduo ter a capacidade empresarial, por sua vez quando se refere a sociedade comercial constitui-se quando seguir as regras do C.Com, nos termos do art. 66 e ss.

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

Demos a conhecer que “*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*”³¹. Com base nesses elementos, para que o contrato seja qualificado como comercial é necessário que o empresário o celebre no exercício da sua actividade empresarial, tendo por fim último a obtenção de um proveito ou lucro. Os profs. João

²⁸ COELHO, Fábio Ulhoa (2011), *Op., Cit.* págs.25-30.

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

³⁰ Quando se falava da capacidade empresarial, ela devia ser aferida na perspectiva da capacidade civil de exercício e era a lógica que o legislador comercial de 2005 trazia, pois havia remissão para regime da capacidade jurídica de exercício que, nos termos civil está fixado que é de 21 anos de idade, no entanto o próprio legislador determinava situações excepcionais no sentido de que aqueles que não tinham capacidade civil de exercício poderiam ter capacidade comercial. Cfr. Artigos 9 e 10 e ss todos do C.Com de 2005.

³¹ Art. 2 n.º 1 do C.Com.

Pedro, Rodrigo e Luís Filipe advogam que o conceito lucro exerce um papel central no sistema e em todos o contexto da actividade empresarial³² (sublinhado nosso).

Ademais, o empresário consagra total ou parcialmente a sua actividade à exploração da indústria mercantil, em vista a obter lucro³³. Esses elementos constitutivos da actividade empresarial deixam claro que a finalidade lucrativa não é uma mera figura no ceio mercantil, mas sim é um elemento intrínseco à actividade empresarial, o que, de imediato, se exclui, no campo da comercialidade, todos contratos mercantis celebrados a título gratuito (sublinhado nosso), pois não é possível obter-se lucro através de práticas de actos gratuitos.

Portanto, da celebração do contrato, o empresário comercial, estando no exercício da actividade empresarial, deve procurar gerar lucro, pois ele não é motivado por intuítos altruístas, mas sim procura sempre o enriquecimento próprio³⁴. Para uma melhor compreensão do que acaba de ser referido, vejamos hipoteticamente o exemplo seguinte:

Shainazy Duave, activista social popularmente conhecida, acorda com **Janet Manica, Lda**, que exerce actividade empresarial, nos termos do art. 2 n.º1 do C.Com, e actua de forma profissional e habitual, conforme determina o art. 3 do C.Com, no ramo da música, de tipo violino, para prestar serviços de animação de festa tocando violino sem retribuição, no dia de seu aniversário, em gesto de promover mais actividade.

Ora, a nosso ver, do exemplo acima descrito, não se acha presente um interesse especulativo, porque falta o último elemento descrito no art. 2 n.º 1 *in fine* do C.Com (...*finalidade lucrativa*), por consequência não pode ser qualificado como uma relação jurídica de natureza mercantil.

4. Contrato comercial como um contrato acessório

O contrato acessório é um tipo de contrato que depende da existência de um contrato principal, para ter validade ou eficácia³⁵, ou seja, a função predominante é de complementar, garantir ou reforçar obrigações assumidas no contrato principal, por exemplo, o penhor (art. 539

³² SCALZILLI, João Pedro. TELLECHEA, Rodrigo e SPINELLI, Luís Filipe (2020). *Op. Cit.*, pág. 51

³³ PUPO, Correia (2007), *Op. Cit.*, pág. 76

³⁴ VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), *Op. Cit.*, pág.45

³⁵ *Ibidem*, pág. 286

do RJCCom)³⁶, embora não ter sido celebrado no exercício da actividade empresarial, ganha roupagem comercial para efeitos do cumprimento de obrigações do contrato principal.

Assim, depreende-se do disposto no art. 1 n.º 3 do RJCCom que “*o contrato acessório de um contrato principal é comercial, mesmo quando não celebrado no exercício de actividade empresarial*”. Resulta desta disposição que, para se atribuir a natureza comercial nesse tipo de contrato, é necessário a observância ou exigência de que ambos os contratantes ou um deles seja um empresário comercial e o elemento de que seja celebrado no âmbito da actividade empresarial não releva, pois assim será forçado por lei e é lógico assim se entender, uma vez que se encontra atrelado num contrato principal, que é comercial.

Na verdade essa posição do legislador resulta do facto de que a comercialidade do contrato acessório depende do facto de ter uma ligação ou conexão com o contrato comercial principal³⁷, ou seja, o contrato objectivamente comercial terá de ser um acto de comércio acessório ou por conexão, no sentido de que ele deverá estar instrumentalmente ligado a outro contrato principal que é comercial, estabelecendo-se uma relação de dependência e/ou complementaridade entre ambos³⁸.

5. Características dos contratos comerciais

Não queremos nesse tópico esgotar toda a caracterização do contrato comercial, como padronização crescente, tendencial nacionalidade económico-comercial, mercadorização, relevância acrescida da culpa *in contrahendo*, pois algumas dessas serão objectos de melhor análise e aprofundamento no último capítulo, aquando da análise da natureza jurídica do contrato de prestação de serviço comercial.

Ora, importa referir que a caracterização dos contratos mercantis ajuda a diferenciar contrato mercantil doutros tipos de contratos existente no ordenamento jurídico moçambicano, sobretudo, os contratos de natureza civil, pois determina aspectos que distinguem a contratação mercantil, das demais categorias contratuais.

³⁶ GOMES, Orlando (2009), *Op. Cit.*, pág.93

³⁷ JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), *Op., Cit.*, pág.50.

³⁸ 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, págs. 623 – 624

Com isso, advoga Antunes Engrácia 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*”³⁹. Dentre as características da contratação mercantil, iremos ocupar-nos, para este tópico das seguintes: “*egoísmo ou individualismo*” do empresário comercial, onerosidade, e custos da transação.

5.1. “Egoísmo” ou “individualismo” do empresário comercial⁴⁰

De acordo com esta característica, o empresário comercial age com interesse económico e no seu próprio interesse e não do outro contratante, porque a finalidade que intenciona obter, neste caso o lucro, está diretamente vinculado ao seu interesse individual⁴¹. Igualmente, o empresário comercial quando actua no exercício da sua actividade empresarial, não actua com pretensão de obter uma desvantagem económica, ou seja, com intuito economicamente desprendido, porque ele tem essência tipicamente egoísta⁴², procura sempre retirar daquele contrato as maiores vantagens patrimoniais possíveis, daí que se tem afirmado que os actos de liberalidades não se adequam ao contexto da contratação mercantil⁴³.

5.2. Onerosidade

A onerosidade, como uma característica do contrato comercial, funciona como um pilar que assegura a subsistência do tráfico do comércio no cerne de actividade empresarial. Com isso, significa dizer que não pode haver, na contratação mercantil, a gratuidade, pois a onerosidade envolve sacrifícios e vantagens patrimoniais para todos os envolvidos⁴⁴, ou melhor, as partes

³⁹ Engrácia, José A. (2009), *Op., Cit.*, pág. 76

⁴⁰ No Direito Comercial esta característica assenta nos contratos, na medida em que está relacionada ao princípio da busca do lucro e do interesse individual das partes e alguns autores preferem a terminologia “**egoísmo**” (exemplo: Pedro Vasconcelos e Gomes do Aquino) em relação a terminologia “**individualismo**” (exemplo; Ruben Requião). Isso significa que, diferentemente de outras áreas do Direito (Direito do Consumidor ou Direito do Trabalho, que protegem as partes vulneráveis), o Direito Comercial, tradicionalmente, presume que as partes envolvidas são economicamente fortes e actua em busca de seus próprios interesses. A nosso ver, as duas terminologias não têm conotação moral negativa no contexto jurídico ou preferir um termo em relação a outro. Tanto egoísmo como individualismo, trata-se de uma característica estrutural da lógica do mercado, onde cada agente actua por seu próprio interesse, mas contribui, indirectamente, para o funcionamento do sistema económico como um todo. Portanto, as duas denominações têm mesmo valor no contexto mercantil.

⁴¹ REQUIÃO, Rubens (2005), *Curso de Direito Comercial*, Vol. I, 1ª Ed, São Paulo: Saraiva, pág. 29

⁴² VASCONCELOS, Pedro Pais (2017), *Op., Cit.* pág. 24

⁴³ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Op., Cit.*, pág.315.

⁴⁴ Leonardo Gomes (2021), *Op., Cit.*, pág. 259

transferem certos direitos uma à outra, mediante determinada compensação⁴⁵. A existência dessa característica é justificável no ceio da actividade empresarial, precisamente porque o objectivo do empresário comercial é a obtenção de lucro.

Por conseguinte, não se pode conceber na actividade empresarial a variabilidade de onerosidade e gratuidade respectivamente. A onerosidade é a regra e ela não se presume e é invariável⁴⁶. A esse respeito, posiciona-se prof. M. Guilherme Júnior afirmando que dentro da actividade empresarial, em regra, não se envolve actos gratuitos, por outras palavras, a gratuidade não é norma em Direito Comercial⁴⁷.

Do mesmo modo, sem a característica da onerosidade na contratação mercantil, não pode se falar da eficácia da finalidade lucrativa na actividade empresarial. Nesse sentido, advoga Manuel Pita que a onerosidade é o que origina um enriquecimento e um empobrecimento simultâneo de ambas as partes, exemplificando com o contrato de compra e venda comercial que o vendedor diminui o seu património com entrada do preço e o comprador diminui o seu património com a saída do preço e aumenta-o com a entrada do bem⁴⁸. Em contraste a esta característica, está a da gratuidade que dá origem ao empobrecimento de uma das partes e ao enriquecimento doutra⁴⁹.

Ademais, de acordo com João Pedro, Rodrigo T., e Luís Filipe, nenhum empresário comercial opera no vácuo, mas sim actua no mercado impulsionado pelo comportamento ou motivos fundamentalmente económicos⁵⁰, e a liberalidade deve ser vista como um fenómeno estranho à natureza mercantil, porém a especulação é a engrenagem que operacionaliza a contratação mercantil⁵¹.

⁴⁵ RIZZARDO, Arnaldo (2010). *Contratos*. 11ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, pág.118

⁴⁶ REQUIÃO, Rubens (2005), *Op., Cit.* Pág. 29 e 30.

⁴⁷ JUNIOR, Manuel Guilherme (2013). *Op., Cit.*, pág. 43

⁴⁸ PITA, Manuel Antônio (1992), *Direito Comercial*. Edifisco, Lda, Lisboa, pág. 37

⁴⁹ *Ibidem*, pág. 36

⁵⁰ SCALZILLI, João Pedro. TELLECHEA, Rodrigo e SPINELLI, Luís Filipe (2020). *Op. Cit.*, pág. 155

⁵¹ MENDONÇA, José Xavier Carvalho de (1997), *Tratado de Direito Comercial Brasileiro: Dos Actos de Comércio*, Vol. I, 6ª Ed., Nº1517, Livraria Freitas Bastos, Rio de Janeiro, págs. 426-427.

Não obstante a gratuidade ser afastada pelos juristas na contratação mercantil, o legislador comercial moçambicano “admite a possibilidade de as partes celebrarem contratos comerciais gratuitos^{52,53,54}”, e questiona-se a partir daí; e a *finalidade lucrativa*?

5.3. Os Custos de transacção

A característica de custo de transacção refere-se aos custos envolvidos na realização de operações económicas entre agentes, especialmente fora do ambiente interno das empresas, pois a busca da eficiência contratual poderá criar mecanismos que reduzam os custos (tempo, dinheiro, risco, etc.), nas relações entre empresas e entre empresas e consumidores, o que significa que o empresário comercial, agindo com uma conduta racional económica, poderá reduzir custos de transacções, pois estabelece expectativas claras entre as partes⁵⁵.

Ora, na contratação mercantil esta característica preconiza a ideia de que o empresário comercial contrata porque compreende que o negócio dar-lhe-á mais vantagens do que desvantagens, em uma ponderação de custos, que tem de ser contabilizados no cálculo de utilidades⁵⁶. Caso não for apto para garantir ou aferir vantagens nas suas transacções comerciais, o empresário acaba, mais tarde ou mais cedo, por abandonar o mercado, ou por desistência ou por falência⁵⁷.

⁵² Cfr. Art. 213 do RJCCom, sobre Contrato de Doação Comercial. Para maior profundidade, vide ASSANE, Rachide Combo (2024), *Doação como um contrato comercial em Moçambique – Algumas questões*, Trabalho de Fim de Curso, Universidade Eduardo Mondlane, Maputo.

⁵³ Cfr. Artigo 292 n.º 2 do RJCCom, sobre contrato de mandato, mais desenvolvimento, vide MACHAI, Julião P. André (2025), *O Mandato Comercial gratuito no ordenamento jurídico em moçambicano – A repriminção de um problema*, Trabalho de Fim de Curso, Universidade Eduardo Mondlane, Maputo.

⁵⁴ Cfr. Art. 330 n.º 1 do RJCCom, Contrato de Fidúcia.

⁵⁵ Cfr. GOMES, Manuel Januário da Costa (2013), *Contratos Comerciais*, Edições Almedina, Coimbra. Fevereiro, pág. 76 e 77

⁵⁶ AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Op., Cit.* pág.315

⁵⁷ VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), *Op., Cit.*, págs.23-24.

CAPÍTULO II: CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO MERCANTIL

6. Generalidades

Actualmente, a prestação de serviços é considerada uma das mais importantes actividades no âmbito mercantil, pois intervém em quase todas as actividades humanas e acompanha todas as épocas de evolução económica social, demonstrando, portanto, um papel relevante e funcional para todos os outros campos de actividades da vida social e económica. Por isso, percebe-se que o legislador comercial moçambicano consagrou, de modo geral e típico, às actividades consistentes na prestação de serviços, pois seu objecto não envolve um carácter material, uma vez que seu consumo coincide no tempo com a respectiva circulação de prestação de serviços⁵⁸.

Em regra, entende-se que o contrato de prestação de serviços mercantil *strictu senso* não tem carácter pessoal⁵⁹, o que significa que está relacionada com a organização da actividade, não havendo relação de subordinação de prestador de serviços, pelo destinatário desses serviços. No entanto, há situações em que essa figura não é dissociável. Nestas circunstâncias, o carácter pessoal será elemento que estará ligado à própria qualidade ou exercício a ser prestado e, essa situação da personalidade, é excepção, pois a regra é de que não há carácter pessoal.

7. Noção de contrato de prestação de serviço mercantil

Resulta do disposto no artigo 268 do RJCCom, que “*contrato de prestação de serviço consiste na convenção mediante a qual uma parte, prestador de serviços, se compromete a prestar um ou mais serviços a outra parte, o cliente ou receptor de serviços, com ou sem retribuição*” (sublinhado nosso).

Em termos do seu conteúdo, a forma como o legislador define o contrato de prestação de serviço mercantil, não nos parece acertada e evidencia algumas implicações que decorrem do sistema jurídico mercantil, porque depois, em algum momento, quando é analisado no contexto em que é celebrado, cria uma confusão, ou seja, apresenta algumas incongruências.

⁵⁸ CORREIA, Miguel Pupo (2007), *Op., Cit.* pág. 219

⁵⁹ Significa que neste contrato o prestador não actua enquanto indivíduo que tal, actua, porém, no âmbito do exercício do serviço mercantil e, se está nesse exercício, pode autonomizar-se a sua actuação da figura da pessoa. Vide Orlando Gomes (2021) *Op., Cit.*, pág. 353 e VENOSA, Silvio de Salvo (2013), *Contratos em espécies*, V. 3, 13ª Ed., Atlas, São Paulo, págs. 220-221

Ademais, a definição legal que nos é apresentada pelo legislador, quando comparada com as definições avançadas pelos juristas do Direito Comercial, verifica-se nitidamente um contraste. Vejamos, o professor Sílvio Venosa define o “*contrato de prestação de serviço como um negócio jurídico pelo qual alguém (o prestador) compromete-se a realizar uma determinada actividade com conteúdo lícito no interesse de outrem (o tomador) mediante certa e determinada remuneração*”⁶⁰. Do mesmo modo, define o professor Orlando Gomes como um “*contrato mediante o qual uma pessoa se obriga a prestar um serviço a outra, eventualmente, em troca de determinada remuneração, executando-os com independência técnica e sem subordinação hierárquica*”⁶¹.

Compreende-se da análise desses dois conceitos apresentados pelos autores, acima citados, que não foram à margem da característica da onerosidade quando definem o contrato da prestação de serviço comercial. Foram categóricos na sua definição, ao referir-se à prestação de serviço comercial como um contrato oneroso por excelência, não apresentando uma disjunção que possibilite um contrato gratuito, ao passo que o legislador actual, para além de manter a tradicional característica da onerosidade, também “adoptou a característica da gratuidade”⁶², para definir o contrato de prestação de serviço comercial, comprometendo a sua finalidade.

Por consequência, esta definição legal mostra-se difícil senão impossível de ser diferenciada da noção do contrato de prestação de serviço civil, na medida em que ambos têm um conteúdo similar, pois evidenciam na essência que “*o contrato de prestação de serviço é um acordo mediante o qual uma parte se obriga a prestar serviço para com a outra com ou sem retribuição*”⁶³ (sublinhado nosso). Com isso, não há nenhuma diferença que se depreende dessas noções que o legislador apresenta, muito menos acha-se traços determinantes que evidenciam a natureza mercantil da prestação de serviço.

A respeito dessa problemática, posiciona-se o professor Almeida Machava com uma análise crítica ao afirmar que a construção do novo regime regulatório dos contratos comerciais ignorou a existência do Código Civil e, não só a relevância como direito subsidiário, também a relação de especialidade que se estabelece com Direito Comercial na sua acepção e constata que

⁶⁰ VENOSA, Sílvio (2013), *Op., Cit.* pág. 220

⁶¹ GOMES, Orlando (2021), *Op., Cit.*, pág. 354

⁶² Cfr, art. 268 e 289 *in fine*, ambos do RJCCom

⁶³ Art. 1154 do CC

essa definição de prestação de serviço foi imperfeitamente importada do Código Civil, ainda que com algumas terminologias diferentes⁶⁴.

Com base nisso, conclui-se que o legislador foi leviano quando definiu o contrato de prestação de serviços comercial: primeiro, por não ter evidenciado a qualidade dos contratantes; e, segundo, natureza comercial da actividade prestada. Ele pura e simplesmente se cingiu e se limitou na importação de um conceito de natureza civil, descartando a necessidade de lapidar conteúdo civil para que se adequasse à realidade mercantil.

8. Breve história do acolhimento do contrato de prestação de serviço mercantil

Em 2005, foi publicado o Código Comercial de Moçambique, que substituiu o prisco Código Comercial de 1888, aprovado pela Carta de Lei de 28 de Junho de 1888, estendido ao Ultramar e, por conseguinte, a Moçambique, pelo Decreto de 20 de Fevereiro de 1894⁶⁵. A entrada em vigor do C.Com de 2005, mostrou-se juridicamente apto para responder a dinâmica das relações *jusmercantis* e, pela primeira vez, o legislador adoptou o contrato de prestação de serviço mercantil, dando uma nova realidade na prateleira dos contratos mercantis existente no ordenamento jurídico moçambicano.

Contudo, pouco podia se dizer em relação ao conteúdo da noção do contrato de prestação de serviço comercial, pois não continha uma noção legal. Embora não ter fixado o legislador uma noção legal, vigorava a regra de direito subsidiário⁶⁶, para efeitos da compreensão da sua natureza jurídica mercantil e, analogicamente, definia-se contrato de prestação de serviço a partir da regra da contratação civil⁶⁷, adaptando, porém, à realidade mercantil⁶⁸.

Volvidos mais de 16 anos, após a aprovação do Código Comercial de 2005, foi aprovado o Regime Jurídico dos Contratos Comerciais em Moçambique, com um leque de novidades, desde a classificação geral do Contrato de Prestação de Serviço, até seu conteúdo. Actualmente, o legislador apresenta uma noção legal do contrato de prestação de serviço *stritu senso* e, assim,

⁶⁴ MACHAVA, Almeida, (2024), *Op. Cit.*, pág. 601

⁶⁵ JÚNIOR, Guilherme (2013) *Op. Cit.*, pág. 21

⁶⁶ Cfr. art. 7 do C.Com de 2005

⁶⁷ Cfr. Art. 1154 do CC

⁶⁸ Cfr., art. 464 do C.Com de 2005

não é mais necessário recorrer-se à regra de subsidiariedade (art.12 do C.Com e art. 1154 do CC), para efeitos de o definir.

9. Sujeitos do contrato de prestação de serviço mercantil

A noção legal do contrato de prestação de serviços nos auxilia a aferir dois sujeitos principais, respectivamente: (i) *o prestador de serviço que se compromete a prestar um ou mais serviços*; e (ii) *o cliente ou receptor de serviços*.

i. Prestador de serviços.

O prestador de serviço, da análise do que dispõe a noção legal do contrato de prestação de serviço comercial, seria aquele que presta os serviços a outra parte com ou sem retribuição (sublinhado nosso). A princípio, assim se entenderia.

Entretanto, é sabido que o prestador de serviços tem de exercer a sua actividade no exercício empresarial e esses serviços são colocados no mercado, com finalidade lucrativa, o que, a nosso ver, não atuará com uma finalidade distinta da que a lei impõe⁶⁹ (sublinhados nossos). Este é um consenso também dos especialistas⁷⁰. Significa isso que, se o prestador de serviços actuar sem esse último elemento, finalidade de lucrar, não podemos qualificar a actividade por si exercida como empresarial cabendo apenas, no âmbito civil⁷¹.

Logicamente, a rigor, devemos entender que é prestador de serviços aquela pessoa singular ou colectiva que actua no exercício de actividade empresarial e coloca seu trabalho intelectual ou manual a serviço de outra pessoa auferindo uma retribuição ou remuneração pelos serviços prestados.

ii. O cliente ou receptor de serviços.

Vimos que o prestador de serviços é aquele empresário que está no exercício da actividade empresarial e, por sua vez, há um destinatário que receberá tais serviços, que pode ser qualquer pessoa singular ou colectiva. A esse respeito, o legislador comercial chama esse indivíduo de **cliente ou receptor**, e estas figuras são novas, principalmente a figura de cliente,

⁶⁹ Cfr. Art. 2 n.º 1 do RJCCom

⁷⁰ Vide GOMES, Orlando (2021), *Op., Cit.*, pág. 352

⁷¹ Cfr. Art. 1154 do CC

porque no Código Comercial de 2005, o legislador chamava-os somente de **destinatário**⁷² e, a nosso ver, parece mais consentânea a terminologia do Código anterior, referindo-se àquele que receberá a prestação, porque nem todos são clientes, mas todos podemos assumir que são destinatários ou receptores de serviços.

Ora, a figura de cliente aparentemente nos leva a uma proximidade de actividade empresarial, porque se fala de cliente no contexto mercantil e o conceito de cliente, segundo Fábio Ulhoa, consiste num conjunto de pessoas que habitualmente consomem produtos ou serviços fornecidos por um empresário comercial⁷³, cuja tutela se faz por meio da repressão à concorrência desleal⁷⁴. Contudo, a figura de cliente é usada como índice de aferição do aviamento que corresponde à situação de melhor organização de estabelecimento e de melhor exercício da actividade.

Portanto, o conceito de cliente pressupõe uma relação reiterada com o empresário comercial, prestador de serviços, não existindo essa relação reiterada, não podemos falar da figura de clientela, porque seu pressuposto não está preenchido. Entretanto, isso não significa, a nosso ver, que descaracterizará a relação jurídica de natureza mercantil, pois de um lado temos o sujeito que está no exercício da actividade empresarial e isso é suficiente para qualificar a relação como mercantil⁷⁵.

10. Características de contrato de prestação de serviços comercial

Este contrato contém características próprias, a saber: (i) sinalagmático; (ii) oneroso; (iii) consensual; (iv) comutativo; (v) liberdade técnica; e (vi) contrato nominado e típico.

i). Prestação de serviços comercial como um contrato bilateral e sinalagmático

A prestação de serviços comercial é sinalagmática, porquanto dá lugar a obrigações recíprocas⁷⁶, ficando o prestador de serviços e o cliente ou o receptor simultaneamente na situação de credores e devedores, e coexistindo prestações com contraprestações⁷⁷. Ademais,

⁷² Cfr. Art. 511 do C.Com. de 2005

⁷³ COELHO, Fábio Ulhoa (2012), *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*, V. I, 16ª Ed., São Paulo: Saraiva, pág. 179

⁷⁴ Cfr. Art. 48 do C.Com.

⁷⁵ Cfr. art. 2 n.º 1 C.Com.

⁷⁶ Cfr. Art. 276 e 283 ambos do RJCCom

⁷⁷ CORDEIRO, António Menezes (2001), *Direito das Obrigações*, Vol. I. Lisboa, pág. 422.

significa isso que, o cliente ou receptor é simultaneamente credor do serviço e devedor da retribuição ou remuneração, ao passo que o prestador de serviços é credor do preço dos serviços prestados e devedor do serviço que deve prestar.

ii). Prestação de serviços comercial como um contrato oneroso

Os contratos onerosos, por excelência, são conhecidos como aqueles em que vigora o princípio de contrapartidas económicas⁷⁸, o que significa, segundo Carvalho Fernandes, a existência de uma reciprocidade de atribuições patrimoniais⁷⁹. A prestação de serviços comercial é onerosa, porque entre o prestador e o destinatário, ou seja, cliente ou receptor existe respectivamente prestação e contraprestação. Quer isso dizer que o prestador comercial presta serviços e o cliente ou receptor paga pelos serviços prestados.

Esta característica, no contrato de prestação de serviço comercial, é responsável por calcar a remuneração ou retribuição dos serviços prestados por empresário comercial, e é imprescindível para o direcionamento do alvo lucro. A partir daí, demonstra os interesses que divergem entre os empresários quando actuam habitual e profissionalmente e os que não actuam nesse exercício, mas prestam serviços que iremos qualificar como sendo de natureza civil (art. 1154 do CC). No entanto, a possibilidade de um contrato de prestação de serviço comercial ser gratuito “foi admitido” pelo legislador, o que definitivamente constitui, a nosso ver, uma abominação que necessita de ser expurgada das relações *jusmercantis*, pois a gratuidade não assenta nas relações económicas, nem podemos considerar que pode se alcançar lucro por meio dela.

iii). Prestação de serviço comercial como um contrato consensual

O consensualismo é uma característica geral dos contratos, consagrada nos termos do artigo 5 do RJCCom. Os contratos só requerem a forma especial quando *a lei a exigir*. Com isso, é consensual o contrato de prestação de serviços, porquanto a lei não exige forma especial, é

⁷⁸ VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), *Teoria Geral do Direito Civil*, 5ª edição, Almedina, Portugal, pág. 477

⁷⁹ VASCONCELOS, Pedro Pais de (2017), *Op., Cit.*, pág. 82

susceptível de conclusão por simples consenso, ou seja, se aperfeiçoa com simples vontade dos contratantes⁸⁰.

iv). Prestação de serviços comercial como um contrato comutativo

O contrato de prestação de serviço comercial é comutativo ou predeterminado, porque o prestador de serviços e o cliente ou receptor já conhecem suas prestações, qual é o objectivo do negócio⁸¹. A regra que vigora na relação segundo essa característica é a de “*faz e será pago, ou paga será dado*”. Só haverá prestação quando outra parte pagar pelos serviços, como também haverá serviços se outra parte retribuir por eles.

v). Prestação de serviços comercial como um contrato de liberdade técnica

A prestação de serviços é exercida mediante a liberdade técnica do prestador, pois o cliente ou receptor recebe os serviços especializados, de um empresário que actua de forma habitual e profissional e detém os conhecimentos específicos, experiência ou competência⁸², assunção de riscos e prudência, mediante certa retribuição ou remuneração e afasta-se a subordinação⁸³.

vi). Prestação de serviços comercial como um contrato nominado e típico

Os contratos dizem-se nominados quando tenham *nomen juris*⁸⁴, isto é, quando tenham um nome legal na lei. Com isso, o contrato de prestação de serviço comercial é nominado, pois tem sua designação jurídica reconhecida na lei e, efetivamente, tem seu regime jurídico consagrado tipicamente no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais⁸⁵.

11. Diferenças entre contrato de prestação de serviço comercial e civil

A regulação de contrato do prestação de serviço, nos termos do Código Civil, segue uma forma diferente da regulação patente do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

⁸⁰ CORDEIRO, António Menezes (2001), *Op., Cit.* pág. 416

⁸¹ VENOSA, Silvio (2021) *Op., Cit.*, pág. 220

⁸² Cfr. Art. 279 RJCCom

⁸³ VENOSA, Silvio *Idem.* pág. 223

⁸⁴ CORDEIRO, António (2001) *Op. Cit.*, pág. 419

⁸⁵ Cfr. Art. 268 a 290 do RJCCom

Ora vejamos, o contrato de prestação de serviço, nos termos do art. 1154 e ss. do Cód. Civil, como modalidades típicas, consagra o *mandato* o *depósito* e a *empreitada*⁸⁶, e não tem um contrato de prestação de serviços *stricto sensu* tipicamente regulado, o que significa que, a luz da contratação civil, é um contrato atípico⁸⁷, ao passo que o Contrato Prestação de Serviço Mercantil, conforme nos referimos, tem suas modalidades que são a *prestação serviço comercial stricto sensu*, cujo regime está tipicamente consagrado, *mandato comercial* e *fidúcia comercial* e este não consagra o contrato de depósito e empreitada como modalidades⁸⁸.

O contrato de prestação de serviços civil, conforme nos referimos, é definido como sendo aquele em que “*uma parte se obriga para com a outra a proporcionar certo resultado do seu trabalho intelectual ou manual, com ou sem retribuição*”⁸⁹. Nesta senda, seguiu mesma forma o legislador para definir o contrato de prestação de serviço comercial, pelo que, à vista, parece não existir diferenças entre o comercial e o civil.

Todavia, trata-se de realidades completamente diferentes, pois um cabe na contratação comum e é aceitável que adopte a **gratuidade** ou **onerosidade** alternativamente para a sua contratação. Por sua vez, outro tem um critério especial e, por maioria da razão, não é aceitável que se adopte uma dualidade para sua contratação, ou seja, gratuidade e onerosidade, alternativamente (sublinhado nosso).

Ora vejamos, de acordo com Ruben Requião, a gratuidade opera no direito civil e lá é constante, em muitos contratos, em especial atenção ao contrato de prestação de serviço, nos termos do art. 1154 do CC, e, por sua vez, a ideia de lucratividade como elemento essencial para a conceituação jurídica do comércio tem de ser posta como elemento central da definição das relações comerciais, pois é daqui que se denota um conjunto de operações que têm por fim realizar proveito ou lucro⁹⁰.

⁸⁷ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), *Direito das Obrigações*, Vol. III, 9ª edição, Almedina, Portugal pág. 387

⁸⁸ A secção I de prestação de serviços comerciais aplica-se ao contrato de empreitada, segundo o art. 270 n.º 1 do RJCCom. O que significa este contrato, na arena comercial, é atípico, pois não tem regime próprio como acontece nos termos do Código Civil. Cfr. arts 1207 e ss. do CC

⁸⁹ Cfr. Art. 1154 do C.C

⁹⁰ REQUIÃO, Ruben, (2005) *Op. Cit.*, pág. 40

Na mesma senda, os autores Orlando Gomes⁹¹ e Gomes de Aquino⁹² advogam que, tendo em conta a especialidade dos contratos comerciais, os contratos civis são aqueles celebrados entre sujeitos do Direito Privado, igualmente 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 exterioridade comercial quando é celebrado por empresários comerciais, entre si, ou com um sujeito não empresário, no exercício da actividade empresarial, visando obter lucro em favor do crescimento da economia.

Com base nisso, podemos concluir que o contrato de prestação de serviços comercial difere do civil na medida em que, do ponto de vista de seus sujeitos, o primeiro é celebrado por empresários que actuam no exercício da sua actividade empresarial e, segundo, por sujeitos de direito privado ou público, desde que estejam despido do seu poder de autoridade, e, por outra, pelo seu fim último que é de alcançar o lucro e estes elementos característicos diferenciam-no do contrato de prestação de serviços civil.

⁹¹ GOMES, Orlando (2022), *Op. Cit.*, págs. 84 - 85

⁹² AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Op. Cit.*, pág.286.

CAPÍTULO III: (IN) ADMISSIBILIDADE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO GRATUITO A CONTRATO MERCANTIL

12. A problemática da “gratuidade” na contratação mercantil

O termo “gratuidade” na contratação mercantil refere-se à ausência de cobranças de valores ou tarifas em uma relação contratual de natureza comercial, ou seja, afasta qualquer contrapartida⁹³. Falar de uma possível gratuidade na contratação mercantil levanta dúvidas de como será sua materialização neste campo de Direito Privado especial, porque, em regra, as relações mercantis envolvem obrigações e contraprestações, isto é, são contratos onerosos porque espera-se uma contrapartida económica.

Ademais, contratos mercantis “gratuitos” não são a regra, pois as partes, por via de regra, esperam obter lucro. Por outras palavras, a gratuidade normalmente não se pode proceder no contrato comercial, porque os contratos comerciais têm, por natureza, um cunho económico o que pressupõem prestações recíprocas entre as partes, pelo que a realização de liberalidades “comerciais”, consequentemente, levar-nos-ia a uma situação de ausência de contrapartida económica. Daí, pode-se questionar se o contrato ainda é verdadeiramente mercantil?

Por excelência, a contratação mercantil envolve acordos entre empresários comerciais, ou com um sujeito não empresário, que exercem actividade empresarial segundo o que dispõe o art. 1 n.º 2 do RJCCom, visando um fim lucrativo, segundo n.º 1 do art. 2 do C.Com, e significa isso que todos contratos celebrados no âmbito da actividade mercantil, por exemplo: i) Contratos que Gerem Transmissão da Propriedade; i) Contratos Para Gozo Comercial de Bens; ii) Contrato de Prestação de Serviço Comercial; Contratos de Distribuição Comercial, entre outros “*serão sempre onerosos, porque qualquer obrigação assumida no cerne de um contrato comercial deve ser tida por onerosa. Ainda que não se possa atribuir um preço aquela especial disposição de transação e concessão durante uma negociação comercial, faz com que todo o contrato seja tido por oneroso*”⁹⁴.

⁹³ Cfr VASCONCELOS, Pedro Pais (2008), *Op., Cit.* Pág. 447

⁹⁴Cfr, WAISBERG, Ivo, *Conceito e Interpretação dos Contratos Mercantis*, pelo sítio: <chrome.extension://efaidnbmnnnibpcajpcgltclefindmkej/https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc31.pdf>. visitado no dia 30/06/2025

Nessa senda, a lei comercial veda, por exemplo, a sociedade empresarial de efectuar liberalidades, somente admite quando as liberalidades beneficiam os seus empregados ou comunidade onde actua, deliberado em Assembleia Geral e sempre no âmbito da sua responsabilidade social, segundo os termos do n.º 2 do art. 72 do C.Com. Mais ainda, o Supremo Tribunal de Justiça (STJ), também alinha-se nessa proibição de liberalidades ao esclarecer que “os actos gratuitos estão excluídos da capacidade jurídica do empresário comercial”⁹⁵. Com base nisso, fica evidentemente claro que não é de se admitir uma possível contratação comercial gratuita, pois não se adequa ao contexto ou à realidade mercantil, muito menos pode materializar-se eficazmente na actividade empresarial.

Ora, por que razões o legislador fixa essas limitações? Porque uma das razões que afasta-se a gratuidade na contratação mercantil é o facto de esta atentar contra elementos fundamentais da actividade empresarial, como também compromete os princípios⁹⁶ e as características que norteiam a contratação mercantil. Com isso, apontam-se algumas razões:

a) Finalidade lucrativa

No Direito Comercial, os contratos são celebrados geralmente entre empresários ou com um sujeito não empresário e no exercício dessa actividade, segundo o n.º 2 do art. 1 do RJCCom, e sua principal função é a circulação de bens, serviços e riquezas, com fins lucrativos. Aqui nem se fala de liberalidades, para que esse objectivo não seja comprometido, pois a finalidade lucrativa, como um dos principais elementos que constitue a actividade empresarial, está expressamente prevista nos termos do n.º 1 *in fine* do art. 2 do C.Com, e reforça a ideia de que cada parte busca uma vantagem económica, o que significa que a ausência de contrapartida (gratuidade) irá contraditar com esta finalidade.⁹⁷

b) Risco e equilíbrio contratual⁹⁸

⁹⁵ Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça, Processo 2380/05.2TBOER.S1, N.º Convencional: 6.ª SECÇÃO, Relator: SOUSA LEITE, N.º do Documento: SJ, Data do Acórdão: 27-01-2010, disponível em [Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça \(dgsi.pt\)](https://dgsi.pt/Acordao.doSupremoTribunaldeJustica), visitado no dia 01/07/2025

⁹⁶ Cfr. JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), *Op. Cit.* Págs. 40 e 41

⁹⁷ COELHO, Fábio Ulhoa (2011) *Op., Cit.* pág. 32

⁹⁸ Equilíbrio contratual é um princípio segundo o qual as obrigações e vantagens entre as partes devem manter uma proporcionalidade justa durante a toda a vigência do contrato. Ele se liga à ideia de boa-fé objectiva e função social do contrato. Mais sobre equilíbrio contratual *Vide*, SITO, Wilson Moisés (2024), *O Princípio do Equilíbrio nos Contratos Comerciais em Moçambique: (in)existência do dever de renegociar*, Trabalho de Fim de

Negócios comerciais envolvem riscos económicos, e estes contratos precisam ter obrigações recíprocas para preservar: i) a equivalência entre prestações; e ii) a segurança jurídica do negócio. Nesse caso, a nosso ver, a gratuidade comprometeria esse equilíbrio, podendo até mesmo levar aos empresários desistirem dessa actividade

c) Natureza absolutamente económica

Diferentemente das relações civis em que pode haver liberalidades, pois envolvem relações entre sujeitos sem fins comerciais. Nas relações comerciais não é bem assim, porque o contrato comercial é regido por princípios e características empresariais⁹⁹, como:

- i) **Onerosidade**- pois a especulação está aliada a essa lógica da onerosidade, uma vez que o empresário comercial é movido ou actua apenas pelo lucro e isso orienta-lhe. Este sentido de prossecução de lucro é o que vai determinar que todo o contrato mercantil deve ser oneroso, e não existirá um que não seja oneroso, o que significa que tem de existir uma contrapartida económica no âmbito da contratação mercantil. De salientar que, no Código Comercial de 2005, nos termos do art. 464, o legislador evidenciava expressamente esta característica¹⁰⁰, e não era imperioso que no contrato estivesse indicado de forma expressa que o empresário comercial devesse cobrar o preço por ter celebrado o contrato, porque a sua positivação bastava para concluir que o contrato mercantil é oneroso. Portanto, é uma característica importante nos contratos comerciais, como também pode ser vista nos contratos civis. Porém no âmbito civil não é tida por excelência, pois a gratuidade também opera e ambas estão na mesma posição, por exemplo, contrato de prestação de serviços nos art. 1154 do CC. Já no domínio mercantil não se deve verificar a gratuidade, independentemente de o legislador não ter previsto expressamente no RJCCom;
- ii) **Função social do contrato** – é um princípio jurídico segundo o qual os contratos devem atender não apenas aos interesses dos contratantes, mas também aos

Curso, Faculdade de Direito, Universidade Eduardo Mondlane, e LÔBO, Paulo (2010), *Direito Civil: Contratos*, Saraiva, Brasil. Pág. 70

⁹⁹ Cfr. CUNHA, Paulo Olavo (2010), *Op. Cit.* Pág. 160

¹⁰⁰ No regime actual, já não é tratada de forma expressa a característica da onerosidade, não se sabe as razões jurídicas que levaram ao legislador deixar de consagrar no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

interesses da sociedade como um todo. Esse princípio busca equilibrar a liberdade contratual com a justiça social e o bem comum; e

- iii) **Função económica do contrato**¹⁰¹ - A função económica do contrato refere-se ao papel que os contratos desempenham na organização e coordenação de actividades económicas entre empresas, o que justifica o facto de ser juridicamente reconhecido e protegido esta função, nos termos dos arts. 97, 99 n.º 3, 101, e 107, todos da CRM.

d) **Implicações legais**

Em muitos casos, contratos gratuitos não são reconhecidos como válidos na esfera comercial, por exemplo, no direito comparado, como Portugal¹⁰², Macau¹⁰³. Nesses horizontes é evidenciada a onerosidade como característica que calca a remuneração e de modo nenhum consagram uma disposição que admita uma contratação mercantil gratuita, porque, logicamente, faltaria um elemento essencial – a finalidade lucrativa. Poderia, nesse caso, haver desvio de finalidades ou até simulações e, conseqüentemente, as implicações legais da gratuidade, em contratos mercantis, ou seja, envolveriam diversos aspectos jurídicos que afectam a natureza do contrato, obrigações das partes, responsabilidade civil e tributação, e isso foge da lógica típica do mercado¹⁰⁴, porque a parte beneficiária assumirá menos riscos e obrigações, e mais, isso pode limitar a possibilidade de exigir garantias, indemnizações ou responsabilizações futuras.

13. A problemática da natureza jurídica do contrato de prestação de serviço mercantil

Conforme nos referimos no capítulo anterior, a noção legal do contrato de prestação de serviço mercantil consta do art. 268 do RJCCom. Ora, a análise do texto dessa noção, revela que o legislador não seguiu as regras do mercado por completo, porque faltou a precisão necessária, para aquilo que se espera no âmbito da actividade empresarial, uma vez que a ideia de que as partes possam contratar *sem retribuição*, pode não estar alinhado com aquilo que são os princípios e características que orientam a contratação mercantil.

¹⁰¹. Mais sobre a função económica do contrato, Vide AQUINO, Leonardo Gomes (2021), *Op. Cit.* pág. 314 e GOMES, Orlando (2009) *Op. Cit* pags. 104 a 108

¹⁰² Cfr. Arts. 233, 274 e 394 do C.Com de Português

¹⁰³ Cfr. Art. 750 do C.Com de Macau

¹⁰⁴ Cfr. MACHAVA, Almeida (2024), *Op., Cit.*, págs. 628 e 629

Não obstante o legislador ter assim determinado (“...*sem retribuição*”), essa permissão é ilógica nas actividades do mercado, pois determina a ausência da contraprestação na contratação e, consequentemente, gera uma problemática no âmbito mercantil. Por essa razão, consideramos que a técnica que usou o legislador pátrio para elaborar o texto da norma não foi acertada, pois não está subjacente uma correlação precisa entre a noção do art. 268 do RJCCom e o conteúdo da norma do art. 2 n.º 1 *in fine* do C.Com, e a esse respeito posiciona-se criticamente o prof. Almeida Machada ao referir que:

Estes princípios básicos da técnica legislativa não terão sido observados pelo legislador do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais por ter trazido para o ordenamento jurídico soluções normativas que não se identificam com o mesmo, prejudicando assim a sua coesão e, por invariavelmente usar terminologia que não encontra paralelo no mesmo ordenamento jurídico, propiciando interpretações variadas e, por conseguinte, a insegurança jurídica.¹⁰⁵

Ademais, depreende-se nos termos do art. 269, *ab initio*, do RJCCom que a natureza jurídica da prestação de serviços comercial presume-se onerosa¹⁰⁶. Entretanto, na mesma disposição, *in fine*, o legislador excepcionalmente admite que, por estipulação em contrário, pode não ser onerosa e assim reforça o conteúdo do art. 268 *in fine* do mesmo instrumento acima citado e do art. 1154 do CC.

Da análise do texto do artigo 269 do RJCCom, conclui-se que está patente o princípio da autonomia da vontade, permitindo que as partes celebrem o contrato de prestação de serviços comercial quer a título oneroso, quer a título gratuito. Ora, segundo Luís de Carvalho o princípio da autonomia, quanto à relevância da vontade na formação do conteúdo do contrato, manifesta-se sob dois aspectos fundamentais: *princípio da liberdade de celebração* e *princípio da liberdade de estipulação*¹⁰⁷. Assim de forma precisa, o legislador admite que princípio da liberdade de estipulação afaste a onerosidade no contrato de prestação de serviço comercial. Com isso, questiona-se: será que devemos assim entender? A resposta é negativa, por razões que abaixo iremos explicar.

¹⁰⁵ MACHAVA, Almeida (2024), *Op., Cit.*, pag. 619

¹⁰⁶ Na mesma senda, o Código Comercial de 2005, nos termos dos arts. 512 e 513 evidenciava expressamente a natureza onerosa do contrato de prestação de serviços.

¹⁰⁷ FERNANDES, Luís de Carvalho (1996), *Teoria Geral do Direito Civil*, Vol. II, 2ª Ed. Editora LEX, Lisboa. Pág. 301

13.1. Princípio da liberdade de estipulação

Ora, um dos princípios que orienta as relações privadas é o da liberdade de estipulação em que as partes têm a possibilidade de fixar o conteúdo das suas relações e, mais do que isso, determinarem quais são as relações jurídicas de que querem participar¹⁰⁸. Esta realidade também se verifica no âmbito do Direito Comercial, em particular no domínio da contratação mercantil, nos termos do art. 42 do RJCCom.

O fundamento dos contratos mercantis, evidentemente, será o princípio da liberdade de estipulação que, porém, poderá ter suas limitações, quer do ponto de vista da fixação do seu conteúdo, quando se verificar uma situação de predisposição do conteúdo do contrato por parte de um dos sujeitos, em particular o sujeito empresário, quer do ponto de vista legal, no sentido de que o legislador vai impor determinada situação que tenha definido como de natureza mercantil¹⁰⁹.

Enquanto um negócio jurídico de natureza privada, os sujeitos contratantes não vão perder de vista as características e princípios gerais dos contratos de natureza privada. Porém, há determinados princípios e características que os temos no âmbito mercantil como específicos, tendo a peculiaridade de que quando nos referimos aos contratos tradicionais como, por exemplo, prestação de serviços mercantil, que assenta no facto de estar inserido dentro duma disciplina jurídica privada especial, que não devem ser perdidos de vista, e uma das características é tendencial nacionalidade económica-comercial, mercadorização e relevância acrescida da culpa *in contrahendo*.

13.1.1. Tendencial nacionalidade económico-comercial

Quando estamos diante duma relação jurídica mercantil, em concreto contrato mercantil, não devemos só olhar para aquilo que é o conteúdo do contrato, devemos também olhar o negócio jurídico sem ignorar o contexto comercial em que é celebrado¹¹⁰. Significa isso que a liberdade de estipulação fundamenta a existência do conteúdo no contrato comercial, porém o conteúdo que as partes determinarem, deve estar alinhado com o contexto mercantil que tem

¹⁰⁸ Cfr. PINTO, Carlos Alberto da Mota (2005), *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª Ed. por António Pinto Monteiro e Paulo Mota Pinto, Coimbra Editora, Maio. Págs. 102 e 103

¹⁰⁹ Cfr. a este respeito *vide* FERNANDES, Luís de Carvalho. *Ibidem* Págs. 305 e 306, CUNHA, Paulo (2010) *Op. Cit.*, págs. 155 e 156, e GOMES, Manuel Januário (2012) *Op., Cit.* Pág. 49 a 51

¹¹⁰ GOMES, Manuel Januário (2012), *Op., Cit.* Pag. 35

especificidades próprias, pois a letra do texto pode, em determinadas circunstâncias, alterar o funcionamento do próprio mercado e, conseqüentemente, afectar determinada obrigação ou direito.

13.1.2. Mercadorização

Claramente o conceito em si nos chama para a ideia de mercado, pois temos de remeter o contrato mercantil para aquilo que são as regras do funcionamento do mercado¹¹¹. O contrato de prestação de serviço mercantil não escapa aquilo que são as regras do mercado e não tem como escapar. Aliás, o próprio Direito Comercial tem sua génese na *lex mercatória*¹¹² e é isso que veio submeter a positivação das regras mercantis decorrente daquilo que foram às práticas que os empresários ou agentes comerciais iam desempenhando no âmbito do seu exercício mercantil. Portanto, concluímos que ainda que haja liberdade de estipulação, que é orientadora da formação da vontade das partes na relação contratual, as partes não estarão alheios aquilo que são os usos e costumes ou as práticas no exercício da actividade empresarial.

13.1.3. Relevância acrescida da culpa *in contrahendo*

Os princípios gerais que encontramos nos contratos no geral também são válidos nos contratos mercantis, igualmente o princípio da boa-fé, no sentido de que as partes devem intervir na relação contratual de tal sorte que não coloquem em causa aquilo que são interesses da contraparte¹¹³, devendo sempre pautar pela lealdade e transparência.

Ora, esta ideia da boa-fé que orienta a formação da vontade na contratação, no âmbito civil pode determinar aquilo que é responsabilidade pré-contratual¹¹⁴. No âmbito mercantil, tem uma dimensão enorme, ou seja, trata-se de uma relação obrigacional complexa com deveres como lealdade, segurança e informação¹¹⁵, e, eventualmente, de alguns deveres secundários que as partes venham a acordar¹¹⁶, por essa razão que chamamos a colação desta característica, com as seguintes razões:

¹¹¹ *Ibidem*, pág. 36

¹¹² Vide JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013) *Op. Cit.* Págs. 30 a 32 e CUNHA, Paulo (2010) *Op. Cit.* Págs. 41 e 42

¹¹³ Vide, FERNANDES, Luís Carvalho (1996), *Op., Cit.* Págs. 216 e 217

¹¹⁴ Cfr. art. 227 n.º1 do CC

¹¹⁵ Cfr. Arts. 3, 42, 46 e 47 todos do RJCCom

¹¹⁶ GOMES, Manuel Januário (2012) *Op., Cit.* 37

- a) **Interesses a proteger** – pois transcendem àquilo que é a vontade expressa das partes no memento da contratação ou formação do contrato, ou mesmo no próprio conteúdo do contrato;
- b) **Interesses do próprio empresário a produzir o lucro** – o empresário comercial cria expectativa de lucrar a partir do momento que inicia o processo da contratação comercial, ou seja, estará a dar o passo para a prossecução do seu objectivo de obter o lucro¹¹⁷. Há uma expectativa acrescida por parte do empresário, significando que qualquer falha pode dar lugar a responsabilização contratual.

Em suma, da análise da *noção*, como também do *princípio da presunção da onerosidade e retribuição* que o legislador apresenta, concluímos que padece de uma enfermidade técnica e precisão devida, por permitir que haja uma contratação excepcionalmente gratuita, e, segundo o prof. Oliveira Ascensão, nada exclui a existência de verdadeiras regras excepcionais no Direito Comercial. Mas, regular diversamente não quer dizer necessariamente excepcionar o direito especial, significando isso que quando a regra era antes subsidiária no direito comercial, no civil era ou é injuntiva, e quando deixa de ser subsidiária no comércio, já não é necessariamente direito excepcional, pois isso estará a produzir efeitos que nada tem a ver com excepcionalidade¹¹⁸, pois pode comprometer os princípios, as características e o objectivo da actividade mercantil.

O contrato de prestação de serviços mercantil, a nosso ver, deveria ser definido como **um acordo mediante o qual uma parte, o prestador de serviços, se compromete a prestar um ou mais serviços a outra parte, o cliente ou receptor de serviços, com retribuição ou remuneração**. Logo, conclui-se que o contrato de prestação de serviços comercial tem natureza predominantemente onerosa¹¹⁹, e não é de aceitar que tenha uma natureza excepcionalmente gratuita no âmbito mercantil, por razões acima descritas.

¹¹⁷ Cfr. Art. 2 n.º 1 *in fine* do C.Com

¹¹⁸ Cfr. ASCENSÃO, Oliveira (1986/87), *Direito Comercial, Parte Geral*. Vol. I, Lisboa. págs. 49 e 50

¹¹⁹ VENOSA, Silva (2013) *Op., Cit.* Pág. 223

14. Efeitos ou impactos da gratuidade no contrato de prestação de serviços comercial

A gratuidade em um contrato de prestação de serviços comercial pode gerar diversos efeitos jurídicos, pois pode comprometer regime aplicável a esse contrato, ou mesmo impactos como jurídicos, económicos e contratuais. Abaixo, estão os principais aspectos:

1. Natureza jurídica e descaracterização do contrato comercial.

O contrato de prestação de serviços mercantil pressupõe uma remuneração ou retribuição, ou seja, uma contrapartida económica em troca de serviços. Se o serviço é sem retribuição, pode haver questionamento quanto à natureza mercantil do contrato, podendo ser reclassificado com contrato civil nos termos do art. 1154 do CC.

2. Impacto económico e empresarial

- **Ausência de receita** - para o prestador realizar a prestação *sem retribuição* (gratuidade) pode representar prejuízo ou ausência de lucro, afectando sua sustentabilidade no mercado, especialmente se for prática recorrente. Por isso defende-se a ideia de que o contrato deve ser puramente oneroso na medida em que quanto mais lucro o empresário comercial fizer, mais imposto esse empresário terá de pagar e mais possibilidade para que o Estado possa satisfazer aquilo que são necessidades colectivas¹²⁰, pois o Estado aparece como cobrador de tributos, para garantir aquilo que é satisfação de interesses colectivos^{121/122/123}. Logo, a onerosidade no contrato de prestação de serviço comercial não deve ser afastado.
- **Concorrência desleal** – com a falta de retribuição dos serviços ou ofertas gratuitas pode gerar desequilíbrio no mercado, configurando uma possível concorrência desleal¹²⁴, caso prejudique os concorrentes da mesma actividade de maneira abusiva.

¹²⁰ Cfr. WATY, Teodoro Andrade (2013), *Direito Tributário*, W&W Editora, Limitada, Maputo-Moçambique. Pág. 15 e 16

¹²¹ Cfr. arts. 100 e 127 todos da CRM

¹²² Cfr. arts. 4 17 e 18 todos de IRPC

¹²³ Cfr. arts. 7 n.º 2, 8, 21 n.º 1 al. e) todos de IRPS

¹²⁴ Uma das características da concorrência perfeita no mercado é de **Mercado homogéneo**: que pressupõe produtos e serviços idênticos. A decisão do cliente ou receptor será definida somente pelo preço. Não há outros factores que os influenciam. A gratuidade geraria uma ruptura de preços no mercado, optando mais àquele que

3. “Possível rescisão contratual”

A prestação gratuita, ou seja, sem retribuição pode ser revogada mais facilmente, pois, em regra, não há expectativa legítima de continuidade (salvo se houver cláusula de permanência ou justa causa). A parte que oferece o serviço gratuitamente pode rescindir imotivadamente com aviso prévio razoável.

4. Efeitos contratuais e obrigacionais

Pode gerar menor exigência na prestação, pois a obrigação em contratos gratuitos tende a ser menos rigorosa, uma vez que se entende que o prestador não está auferindo vantagem económica¹²⁵.

5. Segurança jurídica

A gratuidade pode não exigir que o contrato detalhe claramente os limites da obrigação¹²⁶, prazos, comprometer responsabilidades¹²⁷ e eventual reversibilidade e pode, conseqüentemente, criar conflitos e interpretações ambíguas¹²⁸.

presta serviços gratuitamente em relação àquele que opta pela contraprestação. Mais sobre este debate, *vide* CONFRARIA, João (2011), *Regulação e Concorrência, Desafios do século XXI*, 2ª Ed. Revista e Atualizada, Universidade Católica Editora, Lisboa. Págs. 31 a 36 e COELHO, Fábio Ulhoa (2012) *Op., Cit*, págs. 178 e ss

¹²⁵ Cfr. FERNANDES, Luís Carvalho (1996) *Op. Cit.* Pág. 69

¹²⁶ Cfr. arts. 271, 272, 273, 274 todos do RJCCom

¹²⁷ Cfr art. 277 do RJCCom

¹²⁸ FERNANDES, Luís Carvalho (1996) *Op. Cit.* Pág. 69

CONCLUSÃO

O presente trabalho dedicou-se a análise do contrato de prestação de serviço no direito moçambicano: a possibilidade de actuação sem fins lucrativos. No primeiro capítulo estudou-se o regime do contrato comercial donde verificou-se que só é possível celebrar-se o contrato comercial por empresários entre si ou pelo menos um ser empresário e no exercício da atividade empresarial. O estudo demonstrou que estes actuam segundo as regras do mercado, que estão atreladas aos princípios e características que norteiam a comercialidade, e foi destacada a característica da onerosidade que serve para afastar gratuidade na contratação, uma vez que o prestador de serviços, actua com finalidade de lucrar, pois a razão da sua profissão está ligada à natureza económica da actividade empresarial.

O segundo e terceiro capítulo visaram analisar detalhadamente a problemática da gratuidade na contratação mercantil, a natureza comercial de prestação de serviços e, consequentemente, os impactos que resultariam das práticas gratuitas no contrato de prestação de serviços comercial, tendo, antes, ponto de partida a noção legal do contrato de prestação de serviços, onde foi demonstrado a sua problemática na contratação mercantil, por abrir uma possibilidade de os contratantes celebrarem o contrato sem retribuição. Porém, foi com base nos estudos feitos onde conclui-se que o contrato de prestação de serviços comercial está inserido dentro das relações jurídico-comerciais, onde reside por excelência a característica da onerosidade, que é, nesse caso, a regra, pois é justificada por diversas razões tanto jurídicas, como práticas, na medida em que o prestador de serviços exerce a actividade económica, organizada com intuito de lucro, o que pressupõe a remuneração ou retribuição. É um fundamento que encontra-se pautado: (i) no *princípio do equilíbrio contratual* que pressupõe a compensação do serviço, e a ausência de contraprestação, consequentemente, quebraria esse equilíbrio; (ii) no *risco e responsabilidade* uma vez que o prestador assume os riscos operacionais e tributários ao oferecer os serviços, o que não ocorreria se houvesse gratuidade e, portanto, é a razão pela qual o princípio da liberdade de estipulação encontra sua limitação no Direito Comercial. Sendo assim, a prestação de serviço comercial “...sem retribuição” (gratuita) é incompatível com a lógica mercantil, pois as partes esperam vantagens económicas e recíprocas.

De tudo apresentado, a conclusão demonstra, conforme juristas apontam, que a gratuidade é típica de contratos de natureza benéfica ou assistencial, não de relações comerciais. A onerosidade é regra natural nos contratos de prestação de serviços mercantis, por causa da natureza lucrativa da actividade, necessidade de equilíbrio entre as partes, riscos assumidos pelo prestador e finalidade económica do contrato; de modo nenhum é de se admitir a possibilidade nem excepcionalmente uma contratação de prestação de serviços comercial à margem onerosa.

RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se ao nosso legislador:

- a) Que sistematize com precisão e coesão as normas do contrato de prestação de serviços comercial, com as de actividade empresarial de forma a não se criar interpretações ambíguas e consequentemente comprometer os interesses dos sujeitos empresariais;
- b) Perante a natureza jurídica de prestação de serviços comercial a luz do ordenamento jurídico moçambicano que se devolva a clareza da sua especialidade que está integrada nas relações jurídico-comerciais e sua essência absolutamente onerosa, para diferenciar do contrato de prestação de serviço civil.

BIBLIOGRAFIA

Manuais

- ANTUNES, José Engrácia (2009), *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Portugal
- AQUINO, Leonardo Gomes de (2021), *Teoria Geral dos Contratos*, Editora Expert, Belo Horizonte – Brasil
- ASCENSÃO, Oliveira (1986/87), *Direito Comercial, Parte Geral*. Vol. I, Lisboa
- COELHO, Fábio Ulhoa (2011), *Manual de Direito Comercial- Direito da Empresa*. 23^a Ed. Revista e ampliada. Editora Saraiva, São Paulo
- COELHO, Fábio Ulhoa (2012), *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*, V. I, 16^a Ed., São Paulo: Saraiva
- CORDEIRO, António Menezes (2001), *Direito das Obrigações*, Vol. I. Lisboa
- CORREIA, A. Ferrer (1994), *Lições de Direito Comercial*, Vol. I, II e III, Lex, Lisboa: Coimbra
- CONFRARIA, João (2011), *Regulação e Concorrência, Desafios do século XXI*, 2^a Ed. Revista e Actualizada, Universidade Católica Editora, Lisboa.
- CUNHA, Paulo Olavo (2010), *Lições de Direito Comercial*, Editora Almedina, AS. Coimbra
- DINIZ, Gustavo Saad (2022), *Curso de Direito Comercial*, 2^a Ed., Atlas, Barueri_ São Paulo
- FERNANDES, Luís de Carvalho (1996), *Teoria Geral do Direito Civil*, Vol. II, 2^a Ed. Editora LEX, Lisboa
- GOMES, Manuel Januário da Costa (2013), *Contratos Comerciais*, Edições Almedina, Coimbra. Fevereiro
- GOMES, Orlando (2009). *Contratos*. 26^a Ed. Revista, actualizada e aumentada de acordo com Código Civil de 2002, Editora Forense, Rio de Janeiro
- JÚNIOR, Manuel Guilherme (2013), *Manual de Direito comercial moçambicano*. Vol. 1. 2 Ed. Maputo, Moçambique
- JÚNIOR, Waldo Fazzio (2012), *Manual de Direito Comercial*, 13^a Ed. São Paulo

- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2014), *Direito das Obrigações*, Vol. III, 9ª edição, Almedina, Portugal
- LÔBO, Paulo (2010), *Direito Civil: Contratos*, Saraiva, Brasil
- MENDONÇA, José Xavier Carvalho de (1997), *Tratado de Direito Comercial Brasileiro: Dos Actos de Comércio*, Vol. I, 6ª Ed., Nº1517, Livraria Freitas Bastos, Rio de Janeiro
- PINTO, Carlos Alberto da Mota (2005), *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª Ed. por António Pinto Monteiro e Paulo Mota Pinto, Coimbra Editora, Maio.
- PITA, Manuel Antônio (1992), *Direito Comercial*. Edifisco, Lda, Lisboa
- PUPO, Correia (2007), *Direito Comercial, Direito da Empresa*, 10ª Ed. revista e actualizada, Coimbra Editora, Lisboa
- REQUIÃO, Rubens (2005), *Curso de Direito Comercial*, Vol. I, 1ª Ed, São Paulo: Saraiva
- RIZZARDO, Arnaldo (2010). *Contratos*. 11ª Ed. Rio de Janeiro: Forense
- SCALZILLI, João Pedro. TELLECHEA, Rodrigo e SPINELLI, Luís Filipe (2020), *Introdução ao Direito Empresarial*. 1ª Ed. Buqui Comércio de Livros Eireli, São Paulo
- SOUSA, António Francisco de (1993), *Direito Comercial*, 4ª Ed., 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, Silvio de Salvo (2013), *Contratos em espécies*, V. 3, 13ª Ed., Atlas, São Paulo
- WATY, Teodoro Andrade (2013), *Direito Tributário*, W&W Editora, Limitada, Maputo-Moçambique.

Legislação

Nacional

- Constituição da República de Moçambique, revista pela Lei nº 1/2018, de 12 de Junho

- Código Civil de 1966, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 47 344, de 25 de Novembro de 1966.
- Código Comercial de 1888, aprovado por Carta de Lei de 28 de Junho de 1888
- Código Comercial de 2005, aprovado pelo DL n.º2/2005, de 27 de Dezembro
- Código Comercial de 2022, aprovado pelo DL n.º1/2022, de 25 de Maio
- Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas, Aprovado pela Lei n.º34/2007, de 31 de Dezembro, com alterações subsequentes introduzidas pelas Leis n.ºs20/2009, de 10 de setembro, 4/2012, de 23 de janeiro e 19/2013, de 23 de setembro
- Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares
- Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, aprovado pelo DL n.º3/2022, de 25 de Maio

Estrangeira

- Código Comercial de Macau, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 40/99/M de 3 de Agosto
- Código Comercial português, Actualizado até DL 76-A/2006, de 29/03

Artigos

- 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.
- WAISBERG, Ivo, *Conceito e Interpretação dos Contratos Mercantis*, pelo sítio: *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc31.pdf*, visitado no dia 30/06/2025

Acórdão

- Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça, Processo 2380/05.2TBOER.S1, N.º Convencional: 6.ª SECÇÃO, Relator: SOUSA ÂE, N.º do Documento: SJ, Data do

Acórdão: 27-01-2010, disponível em [Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça \(dgsi.pt\)](https://dgsi.pt), visitado no dia 01/07/2025

Monografias

- ASSANE, Rachide Combo (2024), *Doação como um contrato comercial em Moçambique – Algumas questões*, Trabalho de Fim de Curso, Universidade Eduardo Mondlane, Maputo.
- MACHAI, Julião P. André (2025), *O Mandato Comercial gratuito no ordenamento jurídico em moçambicano – A repristinação de um problema*, Trabalho de Fim de Curso, Universidade Eduardo Mondlane, Maputo.
- 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

Sítios de internet

- ✓ <https://professorjosehumberto.com.br/glossario/o-que-e-onero-onerosidade-nos-contratos/> visitado em 29/06/2025
- ✓ <https://trilhante.com.br/curso/teoria-geral-dos-contratos-empresariais/aula/vetores-de-funcionamento-dos-contratos-empresariais-1> visitado em 28/06/25
- ✓ <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/funcao-economica-e-coligacoes-contratuais/228075148> visitado em 03/07/25
- ✓ Chromeextension://efaidnbmnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc31.pdf visitado em 26/06/25