

ÍNDICE

NÓTULA À 12ª EDIÇÃO	5
ABRINDO/FECHANDO	17
ABREVIATURAS	21

INTRODUÇÃO

1. Conceções de direito comercial	25
1.1. Evolução histórica do direito mercantil	25
1.2. Noção de direito comercial português	35
1.3. O problema da autonomia do direito comercial (ou da unificação do direito privado)	41
2. Fontes do direito comercial português	49
2.1. Fontes externas e fontes internas	49
2.2. Aplicação da lei civil a matéria mercantil	52
3. Plano do curso (sequência)	53

PARTE I – ATOS DE COMÉRCIO, COMERCIANTES, EMPRESAS, SINAIS DISTINTIVOS

CAPÍTULO I – DOS ATOS DE COMÉRCIO EM GERAL

1. Introdução	63
2. Noção de ato(s) de comércio	69
3. Atos de comércio objetivos e subjetivos	74
3.1. Atos de comércio objetivos	75

3.1.1. Interpretação da 1ª parte do art. 2º do CCom.	75
3.1.2. Significado do art. 230º do CCom. no quadro dos atos de comércio	80
3.1.3. Qualificação de atos de comércio por analogia	85
3.2. Atos de comércio subjetivos	87
4. Atos de comércio autónomos e atos de comércio acessórios	103
5. Atos formalmente comerciais (e atos substancialmente comerciais)	105
6. Atos bilateralmente comerciais e atos unilateralmente comerciais	106

CAPÍTULO II – DOS COMERCIANTES

1. Introdução	109
2. Sujeitos qualificáveis como comerciantes	110
2.1. Pessoas singulares	110
2.2. Pessoas coletivas	118
2.2.1. Sociedades comerciais	118
2.2.2. Outras pessoas coletivas	119
3. Sujeitos não qualificáveis como comerciantes	122
4. Sujeitos legalmente inibidos da profissão de comércio	126
4.1. Entidades coletivas	126
4.2. Pessoas singulares	128
4.2.1. Alguns casos de incompatibilidades	128
4.2.2. Insolvência e inibição para o exercício do comércio	131
4.2.2.1. Âmbito de aplicação do processo de insolvência	131
4.2.2.2. Alguns efeitos da declaração de insolvência; inibição para o exercício do comércio	141
5. Alguns (outros) sujeitos de qualificação duvidosa	145
5.1. Mandatários comerciais com representação	145
5.2. Gerentes de comércio, auxiliares e caixeiros de comerciantes	146
5.3. Comissários comerciais	148
5.4. Mediadores	150
5.5. Corretores	151
5.6. Agentes comerciais	152
5.7. Farmacêuticos	153
5.8. Sócios de responsabilidade ilimitada	154
5.9. Sociedades comerciais sem personalidade jurídica	155
5.10. Comunidades conjugais	158
5.11. Comunidades de herdeiros	159
6. Estatuto dos comerciantes	159

6.1. Firmas e denominações	159
6.1.1. Noção	159
6.1.2. Composição	161
6.1.2.1. Firmas dos comerciantes individuais	161
6.1.2.2. Firmas das sociedades comerciais	161
6.1.2.3. Firmas dos agrupamentos complementares de empresas	164
6.1.2.4. Denominações de outras entidades coletivas	164
6.1.3. Princípios informadores da composição das firmas e denominações	165
6.1.3.1. Princípio da verdade	165
6.1.3.2. Princípio da novidade ou exclusividade	166
6.1.3.3. Princípio da capacidade distintiva	172
6.1.3.4. Princípio da unidade	173
6.1.3.5. Princípio da licitude (residual)	174
6.1.4. Alteração de firmas e denominações	175
6.1.5. Transmissão	176
6.1.6. Tutela do direito à firma ou denominação	179
6.1.7. Extinção do direito à firma ou denominação	181
6.1.8. Natureza jurídica do direito à firma ou denominação	182
6.2. Escrituração e prestação de contas	184
6.2.1. Noção de escrituração mercantil	184
6.2.2. Organização da escrituração	185
6.2.3. O caráter (não) secreto da escrituração mercantil	188
6.2.4. Força probatória da escrituração comercial	191
6.2.5. Prestação de contas	191
6.2.6. Conservação dos documentos de escrituração	192
6.3. Inscrições no registo comercial	193
6.3.1. Considerações gerais	193
6.3.2. Efeitos do registo	195
6.4. Responsabilidade por dívidas comerciais contraídas por cônjuge comerciante	197

CAPÍTULO III – DAS EMPRESAS

1. Para uma abordagem despreconceituosa ou não conceptualista das empresas no direito	201
1.1. As conceções metajurídicas de empresa perante as conceções jurídicas	201
1.2. Noções metajurídicas de empresa (referência breve)	205
2. Conceções jurídicas de empresa	211

2.1. Terminologia	211
2.2. Principais aceções de empresa	216
3. As empresas em sentido objetivo	225
3.1. Espécies empresariais quanto ao objeto	225
3.1.1. Empresas comerciais	225
3.1.2. O e.i.r.l., estabelecimento comercial especial	251
3.1.3. Empresas não comerciais	253
3.2. As empresas e os seus sujeitos jurídicos	261
3.2.1. Empresas do setor público	261
3.2.1.1. Empresas públicas estaduais	261
3.2.1.2. Empresas locais	278
3.2.1.3. Serviços municipalizados	283
3.2.2. Empresas do setor privado	284
3.2.3. Empresas do setor cooperativo e social	286
3.3. Conceito geral de empresa em sentido objetivo	291
3.4. Negócios sobre as empresas	293
3.4.1. Trespasse	293
3.4.1.1. Noção; forma	293
3.4.1.2. Âmbitos de entrega	297
3.4.1.3. Obrigação implícita de não concorrência	310
3.4.1.4. Trespasse de estabelecimento instalado em prédio arrendado	316
3.4.2. Locação de estabelecimento	322
3.4.2.1. Noção e (algum) regime	322
3.4.2.2. Âmbitos de entrega	326
3.4.2.3. Obrigações de não concorrência	329
3.4.2.4. Locação de estabelecimento e arrendamento	330
4. Recuperação de empresas por vias judiciais e extrajudiciais	332
4.1. Plano de insolvência	333
4.2. Processo especial de revitalização (PER)	348
4.3. Regime extrajudicial de recuperação de empresas (RERE)	352

CAPÍTULO IV – DOS SINAIS DISTINTIVOS DE EMPRESAS E DE PRODUTOS

1. Introdução	357
2. Logótipos	359
2.1. Noção	359
2.2. Composição e princípios informadores	361
2.2.1. Elementos componentes	361

2.2.2. Princípio da capacidade distintiva	362
2.2.3. Princípio da verdade	363
2.2.4. Princípio da novidade	363
2.2.5. Princípio da licitude (residual)	364
2.3. Conteúdo e extensão do direito sobre logótipo	365
2.4. Transmissão dos logótipos	366
2.5. Extinção do direito sobre logótipo	367
3. Marcas	369
3.1. Noção, espécies, funções	369
3.2. Princípios informadores da constituição das marcas	383
3.2.1. Capacidade distintiva	383
3.2.2. Verdade	387
3.2.3. Licitude (residual)	388
3.2.4. Novidade e especialidade	391
3.3. Conteúdo e extensão do direito sobre marca	396
3.3.1. Registo	396
3.3.2. Direitos conferidos pelo registo	398
3.3.3. Limitações aos direitos conferidos pelo registo	400
3.3.4. Proteção das marcas de facto, livres ou não registadas	402
3.4. Transmissões e licenças	404
3.4.1. Transmissões	404
3.4.2. Licenças	405
3.5. Extinção do registo das marcas ou de direitos dele derivados	407
3.5.1. Nulidade	407
3.5.2. Anulação	407
3.5.3. Caducidade	408
3.5.4. Renúncia	410
4. Denominações de origem e indicações geográficas	411
4.1. Noção	411
4.2. Proteção	413
4.3. Extinção	415
5. Recompensas	415

