

ÍNDICE

NÓTULA À 9ª EDIÇÃO	5
ABRINDO/FECHANDO	21
ABREVIATURAS	25

INTRODUÇÃO

1. Concepções de direito comercial	29
1.1. Evolução histórica do direito mercantil	29
1.2. Noção de direito comercial português	39
1.3. O problema da autonomia do direito comercial (ou da unificação do direito privado)	45
2. Fontes do direito comercial português	52
2.1. Fontes externas e fontes internas	52
2.2. Aplicação da lei civil a matéria mercantil	56
3. Plano do curso (sequência)	57

PARTE I

CAPÍTULO I – DOS ACTOS DE COMÉRCIO EM GERAL

1. Introdução	65
2. Noção de acto(s) de comércio	71
3. Actos de comércio objectivos e subjectivos	76
3.1. Actos de comércio objectivos	76
3.1.1. Interpretação da 1ª parte do art. 2º do CCom.	76

3.1.2. Significado do art. 230º do CCom. no quadro dos actos de comércio	82
3.1.3. Qualificação de actos de comércio por analogia	87
3.2. Actos de comércio subjectivos	98
4. Actos de comércio autónomos e actos de comércio acessórios	104
5. Actos formalmente comerciais (e actos substancialmente comerciais)	106
6. Actos bilateralmente comerciais e actos unilateralmente comerciais	107

CAPÍTULO II – DOS COMERCIANTES

1. Introdução	109
2. Sujeitos qualificáveis como comerciantes	110
2.1. Pessoas singulares	110
2.2. Pessoas colectivas	118
2.2.1. Sociedades comerciais	118
2.2.2. Outras pessoas colectivas	119
3. Sujeitos não qualificáveis como comerciantes	123
4. Sujeitos legalmente inibidos da profissão de comércio	127
4.1. Entidades colectivas	127
4.2. Pessoas singulares	129
4.2.1. Alguns casos de incompatibilidades	129
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	149
5.5. Corretores	150
5.6. Agentes comerciais	151
5.7. Farmacêuticos	152
5.8. Sócios de responsabilidade ilimitada	153
5.9. Sociedades comerciais sem personalidade jurídica	155
5.10. Comunidades conjugais	157
5.11. Comunidades de herdeiros	158

6. Estatuto dos comerciantes	158
6.1. Firmas e denominações	158
6.1.1. Noção	158
6.1.2. Composição	160
6.1.2.1. Firmas dos comerciantes individuais	160
6.1.2.2. Firmas das sociedades comerciais	160
6.1.2.3. Firmas dos agrupamentos complementares de empresas	163
6.1.2.4. Denominações de outras entidades colectivas	163
6.1.3. Princípios informadores da composição das firmas e denominações	164
6.1.3.1. Princípio da verdade	164
6.1.3.2. Princípio da novidade ou exclusividade	165
6.1.3.3. Princípio da capacidade distintiva	171
6.1.3.4. Princípio da unidade	171
6.1.3.5. Princípio da licitude (residual)	173
6.1.4. Alteração de firmas e denominações	173
6.1.5. Transmissão	174
6.1.6. Tutela do direito à firma ou denominação	177
6.1.7. Extinção do direito à firma ou denominação	179
6.1.8. Natureza jurídica do direito à firma ou denominação	180
6.2. Escrituração e prestação de contas	182
6.2.1. Noção de escrituração mercantil	182
6.2.2. Organização da escrituração	183
6.2.3. O carácter (não) secreto da escrituração mercantil	186
6.2.4. Força probatória da escrituração comercial	189
6.2.5. Prestação de contas	189
6.2.6. Conservação dos documentos de escrituração	190
6.3. Inscrições no registo comercial	191
6.3.1. Considerações gerais	191
6.3.2. Efeitos do registo	193
6.4. Responsabilidade por dívidas comerciais contraídas por cônjuge comerciante	195

CAPÍTULO III – DAS EMPRESAS

1. Para uma abordagem despreconceituosa ou não conceptualista das empresas no direito	199
1.1. As concepções metajurídicas de empresa perante as concepções jurídicas	199

1.2. Noções metajurídicas de empresa (referência breve)	203
2. Concepções jurídicas de empresa	209
2.1. Terminologia	209
2.2. Principais acepções de empresa	214
3. As empresas em sentido objectivo	224
3.1. Espécies empresariais quanto ao objecto	224
3.1.1. Empresas comerciais	224
3.1.2. O e.i.r.l., estabelecimento comercial especial	249
3.1.3. Empresas não comerciais	251
3.2. As empresas e os seus sujeitos jurídicos	259
3.2.1. Empresas do sector público	259
3.2.2. Empresas do sector privado	275
3.2.3. Empresas do sector cooperativo e social	277
3.3. Conceito geral de empresa em sentido objectivo	281
3.4. Negócios sobre as empresas	283
3.4.1. Trespasse	283
3.4.1.1. Noção; forma	283
3.4.1.2. Âmbitos de entrega	287
3.4.1.3. Obrigação implícita de não concorrência	300
3.4.1.4. Trespasse de estabelecimento instalado em prédio arrendado	306
3.4.2. Locação de estabelecimento	312
3.4.2.1. Noção e (algum) regime	312
3.4.2.2. Âmbitos de entrega	315
3.4.2.3. Obrigações de não concorrência	319
3.4.2.4. Locação de estabelecimento e arrendamento	320
4. Recuperação de empresas por vias judiciais e extrajudiciais	322
4.1. Plano de insolvência	323
4.2. Processo especial de revitalização (PER)	337
4.3. Sistema de recuperação de empresas por via extrajudicial (SIREVE)	339
 CAPÍTULO IV – DOS SINAIS DISTINTIVOS DE EMPRESAS E DE PRODUTOS	
1. Introdução	343
2. Logótipos	345
2.1. Noção	345
2.2. Composição e princípios informadores	347

2.2.1. Elementos componentes	347
2.2.2. Princípio da capacidade distintiva	348
2.2.3. Princípio da verdade	348
2.2.4. Princípio da novidade	349
2.2.5. Princípio da licitude (residual)	350
2.3. Conteúdo e extensão do direito sobre logótipo	350
2.4. Transmissão dos logótipos	351
2.5. Extinção do direito sobre logótipo	352
3. Marcas	354
3.1. Noção, espécies, funções	354
3.2. Princípios informadores da constituição das marcas	368
3.2.1. Capacidade distintiva	368
3.2.2. Verdade	372
3.2.3. Licitude (residual)	373
3.2.4. Novidade e especialidade	373
3.3. Conteúdo e extensão do direito sobre marca	380
3.3.1. Registo	380
3.3.2. Direitos conferidos pelo registo	382
3.3.3. Limitações aos direitos conferidos pelo registo	383
3.3.4. Protecção das marcas de facto, livres ou não registadas	386
3.4. Transmissões e licenças	387
3.4.1. Transmissões	387
3.4.2. Licenças	388
3.5. Extinção do registo das marcas ou de direitos dele derivados	390
3.5.1. Nulidade	390
3.5.2. Anulação	390
3.5.3. Caducidade	391
3.5.4. Renúncia	394
4. Denominações de origem e indicações geográficas	394
4.1. Noção	394
4.2. Protecção	396
4.3. Extinção	398
5. Recompensas	399