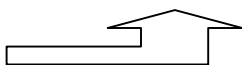




Foto



Breves Notas biográficas

.....
.....
.....

Ficha técnica:

Título: Noções Fundamentais de Comércio (Rascunho da 2ª Edição)

Autor: Salomão Munguambe

Produção, Edição e Impressão: Imprensa Universitária (UEM)

Capa: Jaime Comiche

Maquetização: Sérgio Tique

Nº de Registo:

Tiragem: 250 exemplares

Ano: 2003

Nota prévia

O presente texto assume a forma de "Manual-rascunho" e tem por finalidade essencial obviar os inconvenientes do tradicional processo de venda dos materiais de ensino em folhas soltas. O rascunho baseia-se na 1ª edição do livro de "Noções Fundamentais de Comércio", publicado em 1987 e que resultou das lições de Propedêutica Comercial e Financeira proferidas pelo autor no primeiro ano do curso de Economia em 1985.

Posteriormente, isto já em 2000/2001, fui convidado a reger a disciplina de Propedêutica Comercial no Instituto Superior Politécnico e Universitário (ISPU), o que despertou em mim um maior incentivo para iniciar o processo de revisão e actualização do referido livro.

Tendo sido desta feita indigitado para dirigir uma equipa de docentes da Faculdade de Economia da Universidade Eduardo Mondlane (UEM) que vai fazer a regência da disciplina de Propedêutica Comercial e Financeira (PCF), achei oportuno e importante aproveitar esta ocasião para não só buscar mais contribuições dos alunos e docentes da disciplina, como também finalizar e fazer o teste do rascunho que servirá de base para a publicação da 2ª edição do livro.

Prefácio da 2ª edição (Rascunho)

O número de exemplares do livro que serve de orientação á disciplina de Propedêutica Comercial, diponíveis na biblioteca, tem sido insuficiente para responder à grande procura dos estudantes da disciplina.

Por outro lado, a 1ª edição do livro foi publicada em 1987, ano do início do Programa de Reabilitação Económica, e muito antes dos Acordos de Paz de 1992; entretanto o ambiente económico e social de Moçambique sofreu muitas transformações de tal modo que uma leitura pouco atenta do livro original pode induzir a aplicar conceitos desactualizados e mesmo a erros de interpretação da realidade do País.

Com vista a reduzir os riscos de leituras desatentas, bem como possibilitar um maior acesso de material de estudo a alunos desta disciplina, o autor do livro e professor regente da disciplina faculta aos alunos o presente texto que reveste a forma de rascunho e é a primeira revisão e actualização do livro original, numa tentativa de produção e publicação da 2ª edição que há muito se impõe.

Para além deste material de estudo os alunos terão acesso a textos de apoio que consistem em notas soltas com base em transparentes projectados nas aulas ou em quaisquer outras observações úteis que forem sendo feitas durante o curso da disciplina.

Haverá aulas práticas onde os alunos terão que resolver muitos e variados exercícios de aplicação dos conceitos, instrumentos e contratos do mundo comercial enquadrando sempre o estudo na fenomenologia das instituições empresariais. Para o efeito será distribuída uma colectânea de enunciados com a devida antecedência.

O presente texto contém um capítulo final intitulado "Alguns Desenvolvimentos Recentes". Aqui incluem-se temas diversos que tem vindo a ser introduzidos em Moçambique quer como elementos e instrumentos importantes na actividade económica e comercial quer apenas a nível de debate. Como exemplos citam-se os assuntos sobre o comércio informal, os corredores de desenvolvimento, o imposto de valor acrescentado (IVA), a bolsa de valores, o processo de gestão das alfândegas, a ilegalidade e actividades subterrâneas (v.g. evasão fiscal, fraude, falsificação de notas e moedas, corrupção, crime organizado, protecção aos criminosos).

Alguns dos assuntos novos serão objecto de ensaios a elaborar pelos alunos o que constitui uma excelente oportunidade de exercício de ensino-aprendizagem, pesquisa e ligação à prática quotidiana.

Maputo, Fevereiro de 2003

Salomão Munguambe
Professor Auxiliar da UEM

ÍNDICE DAS MATÉRIAS

CAPÍTULO I INTRODUÇÃO

- 1.1. Âmbito do estudo, metodologia, avaliação e razão de ser da disciplina
 - 1.1.1. Âmbito do estudo
 - 1.1.2. Metodologia e avaliação
 - 1.1.3. A razão de ser da disciplina

CAPÍTULO II COMÉRCIO E MERCADOS

- 2.1. Comércio e Economia. Quais as fronteiras?
- 2.2. Considerações gerais sobre o comércio
- 2.3. Conceito de comércio. Actos de comércio
- 2.4. Função económica do comércio
- 2.5. O comércio internacional. Razões e vantagens comparativas
- 2.6. O comércio electrónico (*E-commerce*)
- 2.7. Divisões do comércio
- 2.8. Termos de troca. A tese de Prebisch-Singer
- 2.9. Mercados em geral e seus mecanismos. A lei da oferta e da procura
- 2.10. Mercados em sentido restrito. Economia de mercado e seus fundamentos
- 2.11. Formas de mercado. Exemplos

CAPÍTULO III A MÁQUINA COMERCIAL E PRINCIPAIS INTERVENIENTES

- 3.1. Considerações gerais
- 3.2. Comerciantes em nome individual e o seu papel na República de Moçambique
- 3.3. O empresário em geral. Empresariado emergente em Moçambique
- 3.4. As cooperativas. Diferentes tipos e o seu papel
- 3.5. As lojas do povo, as empresas estatais, as empresas públicas e o seu papel no Comércio
- 3.6. As sociedades comerciais clássicas
- 3.7. As modernas formas societárias: Estabelecimento individual de responsabilidade limitada, consórcios, *joint-ventures*, parcerias *holdings*, *trusts*, *pools* e outras
- 3.8. Formas ou modalidades de intervenção no comércio: Grossista, retalhista, armazenista, armador, transportador, segurador, despachante, agente, correspondente, adidos comerciais
- 3.9. Os *brokers* e *jobbers*; seu papel. A mediação de seguros
- 3.10. Obrigações legais dos intervenientes do comércio. Estabelecimento, escrituração, balanço, relatórios e prestação de contas
- 3.11. As bancarrota no comércio

CAPÍTULO IV LUGARES PARA A PRÁTICA DO COMÉRCIO

- 4.1. Estabelecimento comercial, loja, supermercado, centros comerciais, filiais e outras ramificações
- 4.2. Feiras nacionais e internacionais
- 4.3. Mercados de matérias primas, de géneros alimentícios e de valores. A comercialização agrícola
- 4.4. Bolsas e suas funções. Cotações e câmbios
- 4.5. Corretores de bolsas. O CERTO e o INCERTO Das arbitragens de câmbios
- 4.6. Terminologia e linguagem dos relatórios sobre a situação dos mercados (*stock market reports*)
- 4.7. Armazéns, entrepostos comerciais, portos e zonas francas

CAPITULO V
ORGANISMOS DINAMIZADORES DO COMÉRCIO

- 5.1. Câmaras de Comércio
- 5.2. Câmaras de Compensação (*Clearings*)
- 5.3. Alfândegas e o seu papel. Direitos aduaneiros. A Crown Agents e a reestruturação das Alfândegas
- 5.4. Os bancos e o seu papel
- 5.5. Os seguros e o seu papel

CAPITULO VI
MARKETING E DESLOCAÇÃO DOS PRODUTOS

- 6.1. Breves considerações sobre o *marketing*
- 6.2. O aspecto e o acondicionamento dos produtos
- 6.3. A distribuição dos produtos. Os canais de distribuição
- 6.4. A contentorização. Vantagens e uso crescente dos contentores
- 6.5. O problema do peso das mercadorias. Peso bruto, peso líquido e taras
- 6.6. Os transportes. O trânsito internacional das mercadorias
- 6.7. Métodos de comunicação: cartas comerciais, telefone, telex, telefax, *e-mail*, telegrama, relações públicas e ética em geral

CAPITULO VII
OS CONTRATOS

- 7.1. Os contratos em geral
 - 7.1.1. Noção de contrato comercial
 - 7.1.2. Princípios gerais a observar na celebração dos contratos
 - 7.1.3. Os contratos de adesão
 - 7.1.4. As convenções internacionais
 - 7.1.5. Os INCOTERMS
- 7.2. Os contratos mais usuais no comércio
 - 7.2.1. A compra e venda
 - 7.2.1.1. Generalidades
 - 7.2.1.2. Aspectos fundamentais a considerar
 - 7.2.1.3. O problema da escolha dos canais de distribuição mais adequados
 - 7.2.1.4. Etapas e documentação a utilizar na compra e venda
 - 7.2.1.5. Exemplo de um modelo de contrato de compra e venda
 - 7.2.2. O transporte (marítimo, aéreo e de caminhos de ferro)
 - 7.2.3. Conta corrente
 - 7.2.4. Empréstimo
 - 7.2.5. Depósito
 - 7.2.6. Locação. A locação financeira (*Leasing*), Operacional e ALD
 - 7.2.7. *Franchising*
 - 7.2.8. *Factoring*
 - 7.2.9. Seguro e Resseguro
 - 7.2.10. Comissões e consignações
 - 7.2.10. Contrato de sociedade
- 7.3. Cumprimento e garantias dos contratos
- 7.4. Do incumprimento dos contratos. Arbitragem de conflitos

CAPITULO VIII
BANCOS, MOEDA E OPERAÇÕES BANCÁRIAS

- 8.1. Considerações gerais
- 8.2. Bancos e o sistema financeiro de Moçambique
- 8.3. Moeda. Generalidades, funções e valor
 - 8.3.1. Generalidades
 - 8.3.2. Funções da moeda
 - 8.3.4. Valor e teoria quantitativa da moeda
- 8.4. Operações bancárias passivas
 - 8.4.1. O depósito e a conta. Saldos
 - 8.4.2. Modalidades de depósito
 - 8.4.3. O cheque. Espécies de cheque. O problema da cobertura
- 8.5. Operações bancárias activas
 - 8.5.1. Créditos por assinatura
 - 8.5.2. Créditos por empréstimo
 - 8.5.3. Abertura de créditos documentários
 - 8.5.4. Títulos descontáveis
 - 8.5.5. O redesconto
 - 8.5.6. Cartões de crédito. Objectivos e modalidades
- 8.6. Encargos bancários
- 8.7. As máquinas ATMs e a nova dinâmica dos bancos
- 8.8. Contabilidade bancária. Breves apontamentos

CAPITULO IX
SEGUROS E OPERAÇÕES DE SEGURO

- 9.1. Considerações sobre a importância do estudo dos seguros e do cálculo actuarial
- 9.2. Seguros. Sua importância e a evolução dos seguros em Moçambique
- 9.3. Seguros reais. Principais tipos
- 9.4. Seguros de vida. Principais tipos
- 9.5. Operações ou empréstimos Xi-Tiki
- 9.6. As Empresas de Seguros em Moçambique (EMOSE - Sarl., SIM e outras)
- 9.7. A Lloyd's e o seu papel
- 9.8. Contabilidade de Seguros. Breves apontamentos

CAPÍTULO X
ALGUNS DESENVOLVIMENTOS RECENTES

- 10.1. Considerações Gerais
- 10.2. Comércio informal, dumba-nengues e barracas
- 10.3. O processo de gestão das Alfândegas e a Crown Agents
- 10.4. O imposto de valor acrescentado (IVA) na actividade comercial
- 10.5. A Bolsa de Valores de Moçambique (BVM) e os novos instrumentos financeiros
- 10.6. Ajustamento estrutural, Programa de Reabilitação Económica e a actividade comercial
- 10.7. Os corredores de desenvolvimento
- 10.8. O processo de globalização e o comércio
- 10.9. Da ilegalidade e actividades subterrâneas (Evasão fiscal, fraude, falsificação de notas e moedas, corrupção, crime organizado, protecção aos criminosos)

ANEXO - Exemplos de abreviaturas úteis para a actividade comercial
BIBLIOGRAFIA

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1.1. Âmbito do estudo, metodologia, avaliação e razão de ser da disciplina

1.1.1. Âmbito do estudo

No Instituto Superior Politécnico e Universitário (ISPU) o conteúdo deste "manual-rascunho" é estudado na disciplina denominada Propedêutica Comercial. Existe uma disciplina específica de Cálculo Financeiro. Por isso nesta instituição fizemos primeiro uma breve introdução ao Cálculo Financeiro e à Contabilidade Geral e só depois é que nos cingimos ao conteúdo programático da disciplina. Na Faculdade de Economia as matérias de propedêutica comercial e financeira são englobadas numa única disciplina, chamada Propedêutica Comercial e Financeira.

Os objectivos gerais da Propedêutica Comercial e Financeira são os seguintes:

- Compreender o conceito, as funções e os principais intervenientes do comércio
- Adquirir conhecimentos de mercado e dos respectivos mecanismos de funcionamento
- Obter uma sensibilidade sobre os mecanismos de comércio e dos contratos mais usuais
- Dominar as principais operações bancárias e de seguros
- Compreender a importância e funções do juro e dos regimes de capitalização simples e composta
- Conhecer o que é património, inventário, balanço e demonstração de resultados

Depois de concluir esta disciplina, o estudante deverá estar apto a:

- Usar correctamente a linguagem e instrumentos da actividade comercial
- Identificar e descrever as várias formas de exercício da actividade comercial e seus principais intervenientes
- Realizar contratos básicos e preencher os documentos comerciais mais usuais
- Operar os principais instrumentos dos bancos e seguros
- Realizar cálculos financeiros elementares com o operador $(1 + i)$
- Fazer um inventário simples e ler um balanço elementar

Neste manual apenas nos circunscrevemos à propedêutica comercial. Os elementos de estudo da parte financeira, para além da bibliografia recomendada serão distribuídos em folhas soltas.

1.1.2 Metodologia e avaliação

Os temas a estudar serão apresentados através de uma exposição oral pelo professor, sendo depois discutidos e esclarecidos até que as noções, princípios, propriedades ou métodos estejam bem definidos e compreendidos por todos. Este trabalho corresponde à chamada aula teórica.

Haverá aulas práticas em que os alunos serão chamados a resolver exercícios de aplicação e consolidação dos conhecimentos introduzidos nas aulas teóricas. Estes exercícios são em geral resolvidos em grupo; o professor dará, por vezes, indicações de exercícios para estudo e resolução individual.

As aulas práticas são também o local e o meio excelentes para a discussão e o aprofundamento da matéria teórica. Recomenda-se por isso que os alunos utilizem esta possibilidade para discutir e tirar dúvidas porque o curso é de natureza semestral e duração muito reduzida e a matéria é relativamente extensa devendo, portanto,

fazer-se o melhor uso do tempo disponível para aulas teóricas para estudar o máximo de instrumentos e conceitos a fim de os alunos poderem estar capacitados não só a interpretar bem a linguagem do mundo do comércio como também a realizar operações comerciais básicas. Em relação a alguns capítulos (v.g. 5, 6 e 10) no presente semestre apenas se recomenda uma leitura.

Na biblioteca não existem livros de iniciação ao Comércio em quantidade e variedade suficientes para permitir o estudo e consulta regulares por parte de todos os alunos do 1º ano. Por isso os aspectos e pontos essenciais das aulas teóricas serão facultados a todos os alunos através de um texto de apoio. Os trabalhos das aulas práticas serão realizados com base em enunciados também a distribuir com a devida antecedência.

Quanto à avaliação académica, as instruções estão indicadas no programa da disciplina. Também se avalia formativamente o trabalho realizado pelo aluno na aula, quer por grupo, quer individualmente. O programa distribuído aos alunos contém os parâmetros de ponderação das notas de frequência bem como os requisitos de admissão a exame final e de aprovação da disciplina.

1.1.3 A razão de ser da disciplina

Antes de iniciar o estudo da disciplina, uma pergunta que se pode colocar é: "para quê e o que é isto de Propedêutica Comercial e Financeira?"

Se bem que tenhamos já resumido os objectivos gerais e indicado no índice os conteúdos principais da Propedêutica Comercial, talvez seja útil pegar na própria designação da disciplina e tentarmos compreender o seu significado. Começemos por responder à segunda parte da questão colocada - "o que é Propedêutica Comercial e Financeira?".

Propedêutica é um termo muito utilizado no estudo de muitas ciências, em especial na Medicina: significa preparação para aprendizagem de ensinamentos mais completos em qualquer domínio do conhecimento.

A palavra Comercial, como veremos mais desenvolvidamente mais adiante no presente Capítulo, deriva de comércio que, etimologicamente, significa troca de mercadorias.

Finalmente o termo Financeiro quer dizer relativo a finanças, palavra que, por sua vez, significa administração das receitas e despesas ou ciência que estuda a origem e aplicação dos recursos do Estado ou de qualquer universo económico e social. É neste sentido que são usadas as expressões "Finanças do Estado", "Finanças da Empresa", "Finanças do Clube", "Finanças do Hospital", etc.

Posto isto, podemos apresentar como ideia sintética de Propedêutica Comercial e Financeira dizendo que é a disciplina de introdução aos problemas comerciais e financeiros. Como durante a maior parte do curso dedicaremos

nossa atenção ao estudo dos instrumentos e linguagem mais utilizada no mundo comercial e financeiro, preferimos que os alunos compreendam desde já que se trata de noções fundamentais de prática comercial e financeira.

Agora resta-nos ver a primeira parte da questão atrás colocada isto é, "para quê Propedêutica Comercial e Financeira" e porquê introduzir noções de prática comercial e financeira no início de um bacharelato ou licenciatura nas áreas de Economia, Gestão, Contabilidade e Auditoria.

Perguntas deste tipo são sempre colocadas em qualquer disciplina sempre que se discute um plano curricular. No nosso caso em Moçambique, hoje já podemos dizer que a experiência indica que sem noções de prática e técnica comercial e financeira, um bacharel ou licenciado em Economia, em Gestão ou em Contabilidade e Auditoria, primeiro, sente muitas dificuldades no estudo de uma série de disciplinas como sejam Contabilidade, Organização de Empresas, Cálculo Financeiro, Cálculo Actuarial, Administração e Gestão de Projectos, Direito Comercial, Auditoria; em segundo lugar, na vida prática, sobretudo ao nível das empresas, bancos, seguros, comércio internacional, os bacharéis ou licenciados são chamados a discutir, propor ou resolver muitos e variados problemas que exigem o conhecimento de instrumentos de análise que normalmente são aprendidos na disciplina de Propedêutica Comercial e Financeira.

Onde quer que o licenciado em Economia, em Gestão, em Contabilidade e Auditoria venha a trabalhar, seja na cooperativa, na empresa estatal, num ministério, numa empresa de seguros, num banco, numa unidade comercial, num hospital ou numa escola, ele estará directa ou indirectamente envolvido em problemas de gestão do METICAL, começando pela questões elementares de custos, vencimentos do pessoal, impostos fiscais e cálculo de juros. Aí ele terá, por exemplo, que lidar com os bancos, com as finanças, com o comércio, com os transportes, com os seguros, com os mercados financeiros, etc..

Se o perfil profissional e a prática do trabalho do economista, do gestor, contabilista ou auditor tem essas exigências, justifica-se plenamente a disciplina de Propedêutica Comercial e Financeira.

Os alunos vão verificar que a área de conhecimento abrangida pela disciplina é relativamente vasta (noções de comércio, elementos de Matemática Financeira e introdução à Contabilidade Geral). Terão mais tarde, em anos posteriores muitas disciplinas de especialidade que abordam com maior desenvolvimento os conceitos que vão ser introduzidos na presente disciplina. Fica por isso a ressalva de que muito raramente nos empenharemos em explicações muito detalhadas (não é este, repetimos, o âmbito, objectivo e a metodologia da Propedêutica Comercial e Financeira).

Resumindo, o que dissémos no ponto 1.1.1 podemos concluir que o objectivo central da disciplina de Propedêutica Comercial e Financeira é o de facultar os conhecimentos básicos da actividade mercantil, desde o uso da terminologia corrente, passando pela compreensão e análise das principais e mais vulgares operações comerciais e financeiras.

Reveste o carácter de suporte à Contabilidade e Matemática Comercial e Financeira, à Contabilidade Geral e ao Direito Comercial. Por isso, haverá necessidade de enquadrar sempre o estudo desta disciplina na

fenomenologia da empresa; nas aulas práticas os alunos irão resolver muitos e variados exercícios extraídos da vida quotidiana de prática comercial e financeira.

CAPITULO II COMÉRCIO E MERCADOS

2.1. Comércio e Economia. Quais as fronteiras?

Ao iniciar o estudo de uma ciência é muito natural que as pessoas queiram desde logo saber qual é o seu objecto e em que é que ela se diferencia das ciências afins.

Embora no ponto 1.1.3 já tenhamos indicado as razões fundamentais que levaram a introduzir o estudo de algumas noções de comércio logo no início do curso de licenciatura, julgamos ser agora o momento oportuno de tecer breves considerações sobre as relações ou diferenças existentes entre o Comércio e a Economia.

No ponto 2.3 apresentamos uma definição de Comércio que em poucas palavras significa a troca e circulação de mercadorias. Hoje o comércio envolve um grande número de funções e pessoas em todas as actividades de produção de bens e serviços de tal maneira que se chega a pensar que o seu âmbito de estudo é o mesmo que o da Economia. Estatísticas de número de pessoas envolvidas nos vários sectores (primário, secundário e terciário) revelam que há muito mais gente trabalhando em actividades comerciais (sector terciário) do que em quaisquer outros ramos de actividade económica. Com efeito, pode dizer-se que não há praticamente nenhuma área da Economia onde não haja operações comerciais ou onde as teorias, as noções e os instrumentos do Comércio não desempenhem um papel de relevo e por vezes decisivo.

Em todo o caso, em termos de estudo de uma disciplina de Noções de Comércio e mesmo em termos de prática comercial, é aceite por muitos tratadistas que o Comércio é uma ciência essencialmente prática, no sentido de que trata de mecanismos operatórios (v.g. contratos) tendentes a realizar com rapidez e eficiência a troca e circulação de mercadorias.

A Economia é uma ciência muito mais vasta. O seu âmbito de estudo é, em geral, difícil de definir. Tal como sucede com a maioria das definições de uma ciência, é quase impossível encontrar dois autores com a mesma noção sobre o objecto de estudo da Economia. No entanto, cingindo-nos à maneira clássica de definir o conteúdo do estudo da Economia, podemos dizer simplesmente que esta ciência estuda problemas da produção, circulação, repartição e consumo, dando particular ênfase à explicação dos instrumentos e mecanismos de funcionamento das economias (procura oferta, mercadorias, preços, salários, moeda, etc.).

É muito conhecida a noção de que a Economia é o estudo da escassez e dos problemas dela decorrentes. Afirmando-se que, se não houvesse escassez nem a necessidade de repartir os bens entre os indivíduos, não existiriam tão pouco sistemas económicos nem Economia.

Do exposto, podemos concluir que o Comércio é um ramo da Economia. Quem quiser possuir conhecimentos mais aprofundados de Comércio deve estudar e dominar pelo menos os princípios fundamentais de Economia. É por esta razão que em alguns temas da disciplina embarcaremos em conceitos, justificações e modelos da teoria económica.

2.2. Considerações gerais sobre o Comércio

Começemos o nosso estudo por transcrever o artigo 1 da Lei do Comércio Privado:

"Na República de Moçambique, a actividade comercial tem como funções principais garantir o abastecimento das populações em bens essenciais de consumo e a compra dos excedentes da sua produção, bem como fornecer às unidades produtivas as matérias-primas e os instrumentos de trabalho de que necessitam, sendo seu objecto central a satisfação das crescentes necessidades de todo o Povo".

Uma análise detalhada e profunda deste artigo dá-nos desde logo uma ideia do grande alcance político, económico e social do comércio no nosso país. Aliás a dimensão que em Moçambique se dá à actividade comercial é também sentida em muitas partes do nosso planeta.

Com efeito, podemos dizer que em quase todo o mundo o comércio realiza a distribuição dos bens e serviços produzidos pela agricultura, pela indústria e por outros sectores económicos e sociais de acordo com um plano pré-estabelecido ou tendo em conta os mecanismos da oferta e procura em sistema de livre mercado.

A distribuição aqui referida tem as suas regras ou os seus condicionalismos. Trata-se de uma distribuição que se opera por via de transferência ou cedência dos bens ou serviços de umas pessoas ou entidades para outras. Em linguagem económica essa transferência tem o nome de troca. A troca, como veremos em seguida, foi e continua a ser o elemento dinamizador do comércio.

Como verão mais tarde em disciplinas da especialidade, em particular economia política e comércio externo, as formas de troca tem variado e evoluído conforme os períodos históricos.

Diz-se que o comércio existiu sempre ou pelo menos a origem da permuta está ligada à infância da Homem. No estudo das civilizações primitivas (período do neolítico) foram encontrados objectos e utensílios que os arqueólogos admitem terem servido para realizar trocas comerciais. Quer esta hipótese seja verdadeira ou não, o certo e comprovado é que a primeira forma de troca foi a directa, isto é, a permuta imediata de produtos por produtos.

Vê-se imediatamente que para alguém trocar uma galinha por um par de sapatos é necessário em primeiro lugar que as partes envolvidas na operação estejam interessadas exactamente na galinha e nos sapatos (princípio da identidade de interesses) e em segundo lugar que estes bens sejam equivalentes (princípio da equivalência).

Com o desenvolvimento das sociedades e consequente multiplicidade de interesses dos indivíduos estas duas condições nem sempre se verificavam no acto da troca. Então é o próprio processo objectivo do desenvolvimento que exige dos homens a utilização nas trocas de um bem de uso geral ao qual todos atribuíam a mesma importância social e o mesmo valor económico. Foi assim que produtos como os cereais, as peles, as conchas, o gado, o sal passaram a servir como instrumento geral de trocas. Uma aberração de instrumentos de troca foi o uso de escravos no feudalismo e nas sociedades sob dominação e colonização estrangeira.

Este tipo de troca passou a chamar-se troca indirecta na medida em que as coisas que uma pessoa produzia ou possuía não as cedia pura e simplesmente por outras quaisquer, mas sim por aqueles bens considerados de uso e aceitação generalizada; é com estes que por sua vez que iria adquirir (também por troca) os produtos de que efectivamente necessitava para seu uso.

Entretanto o comércio foi-se tornando cada vez mais dinâmico e complexo, ultrapassou regiões e fronteiras sobretudo a partir do grande surto de desenvolvimento industrial (Século XVII). Em muitos casos não era cómodo nem possível transportar as medidas comuns de valor que então eram representadas por bens físicos de aceitação geral entre as pessoas.

Então passou-se a utilizar como instrumento de troca e medida comum de valor das coisas pequenos utensílios metálicos de uso corrente (por exemplo faca, colher, taça, brincos, colares, etc.). Foi assim que começou na história das civilizações a utilização da moeda (chamada então moeda-utensílio).

Diga-se de passagem que, quando se abandona a troca directa, as mercadorias-tipo que passaram a utilizar-se como meio de troca são já uma moeda (chamada moeda-mercadoria), devendo notar-se por curiosidade que nas sociedades em que predomina a agricultura e pecuária, a riqueza das pessoas é muitas vezes medida pelo número de cabeças de gado; aí a moeda de troca foi o próprio gado que em latim se designa por "pecus", donde as conhecidas palavras derivadas "pecunia" (que significa dinheiro) e pecuniário (relativo a dinheiro).

Em muitas regiões utilizou-se bastante o sal como forma de pagamentos e diz-se que a palavra salário resultou daí.

Verão em estudo posteriores que muitas moedas antigas e mesmo as moedas e o dinheiro em geral de alguns países no nosso século possuem figuras representativas de cabeças de gado.

É fácil compreender que quer a moeda-mercadoria, quer a moeda-utensílio, tem muitos inconvenientes que dificultam o desenvolvimento do comércio interno e internacional. Basta notar a título de exemplo que o gado, os cereais, os utensílios vulgares têm vida muito curta, são facilmente deterioráveis ou gastam-se com muita rapidez com o uso frequente no comércio, além de que também levantam problemas muito sérios de transporte (imaginem quantos utensílios um indivíduo precisa de carregar para ir até uma simples distância de 10 km comprar algumas peças de vestuário).

É assim que surge na história a necessidade de substituir a moeda-mercadoria e a própria moeda-utensílio por moeda-metálica, feita em particular de metais preciosos (ouro, prata e ligas especiais). Este tipo de moeda conserva-se por muito tempo, ocupa muito menor espaço e é facilmente transportável. O uso de moedas metálicas coincide com o surto e desenvolvimento da metalurgia.

Ainda para maior comodidade e porque o crescente desenvolvimento do comércio exigia o fabrico e cunhagem de grandes quantidades de moedas metálicas (o que se tornava difícil, os metais rareavam) foi inventada a moeda de papel e posteriormente o cheque bancário, a letra e outros instrumentos de crédito e de pagamento de que daremos breves noções nesta disciplina.

Modernamente a tendência é utilizar-se cada vez menos a moeda como intermediário de trocas. Com efeito verifica-se um predomínio crescente de formas de pagamento através de encontro de contas (operações de *clearing*) em que até os saldos finais resultantes são simplesmente escriturados a favor do credor, sem qualquer necessidade de movimentação física de dinheiro. O próprio mecanismo contabilístico de debitar e creditar já de si constitui uma notável contribuição para o desenvolvimento de novos instrumentos de intermediação de trocas.

É assim que surge e se desenvolve a chamada moeda bancária, também conhecida por moeda escritural que como o advento de computadores se tornou conhecida por moeda electrónica. Este processo de desenvolvimento tem o nome de desmonetização da economia e do comércio sendo os cartões de crédito o seu mais activo instrumento dinamizador.

Para nos introduzirmos melhor nesta área do comércio é bom ficarmos desde já com algumas ideias sobre como aparece na história o comércio internacional que liga pelas trocas, diferentes povos, diferentes países e diferentes culturas.

O comércio internacional não surgiu da mesma maneira e na mesma época em todos os países. Cada país, cada continente tem a sua história de comércio com as suas especificidades.

Em África podemos dizer que o aparecimento e desenvolvimento do comércio internacional estão muito associados a processos de ocupação e à formação dos impérios coloniais (século XVI).

Da História de Moçambique (Agosto de 1971), edição do Departamento de Educação e Cultura da FRELIMO retiramos o seguinte:

"Os historiadores árabes da antiguidade que visitaram a costa da África Oriental e do Sul durante os primeiros mil anos da era cristã, falam-nos de um grande entreposto comercial, Sofala, onde os mercadores árabes iam comerciar o ferro. Esse mesmo porto do mar, Sofala, serviu mais tarde, a partir do século XIV, aos reis do Monomotapa para exportar os seus produtos minerais, o ouro, o ferro e o cobre e também o marfim. Esta cidade de Sofala encontrava-se dentro do reino de Sofala, um dos vassallos do Monomotapa, embora dominassem lá os mercadores árabes e tivessem um sultão que no entanto pagava tributos de vassalagem ao Monomotapa.

A economia do Monomotapa baseava-se no comércio com o exterior. As várias minas de ouro e outros metais eram directamente controladas pelo Monomotapa ou pelos seus funcionários que ele enviava para as diversas regiões do Império. Todos os mercadores que vinham comerciar nas diversas feiras que se realizavam no Império tinham que pedir guias de passagem pelo território do Monomotapa. Todos os mercadores do Império que levavam ouro para comerciar na costa tinham que pagar pesados impostos sobre as mercadorias que traziam, que eram geralmente tecidos de algodão e outros produtos de luxo, tais como missangas, colares e outros adornos.

Por volta dos séculos XVII e XVIII houve um comércio de escravos. No entanto foi um comércio que não atingiu as proporções da costa ocidental de África".

Antes de apresentarmos uma síntese do que correntemente se entende por comércio, os alunos já estão em condições de compreender facilmente que afinal de contas o comércio é um ramo da economia nacional, tão importante e decisivo como a Agricultura, a Indústria, a Pecuária, as Florestas, etc.

Em estudos relacionados com a Economia Política do socialismo há autores que destacam um capítulo especial denominado circulação das mercadorias. Nele é usual apresentar-se a circulação de mercadorias como

sendo a troca de mercadorias por intermédio do dinheiro. Portanto o comércio tem por base uma permuta de valores e uma transferência de direitos e obrigações entre os intervenientes na troca.

Acabámos de fazer considerações sobre a origem, função e evolução das trocas e seus instrumentos fundamentais.

Apresentamos em seguida, e em jeito de síntese, uma definição de comércio.

2.3 Conceito de Comércio. Actos de comércio

Em qualquer disciplina é sempre útil apresentar um conceito que permita fazer compreender em síntese o que os alunos vão estudar.

A análise da origem das palavras muitas vezes pode não querer dizer nada em relação ao significado exacto dos termos, eventualmente porque entretanto verificaram-se grandes transformações do seu conteúdo; mas do ponto de vista pedagógico consideramos que compreender o significado etimológico das palavras ajuda-nos em muitos casos a reter conceitos pela vida fora.

No nosso caso a palavra comércio deriva do latim "commercium" que é um composto de cum (com) e de mercis (mercadorias) e que significa troca de mercadorias.

Depois do que foi explicado no ponto anterior verificamos que até hoje a palavra comércio é mais ou menos usada no sentido originário.

Se nos reportamos de novo à nossa lei do comércio privado encontramos as seguintes definições (Artigo 5).

"Comércio a grosso é a actividade comercial dos grossistas, que consiste na aquisição de bens directamente aos importadores ou às unidades de produção e na sua venda aos retalhistas;

Comércio a retalho é a actividade comercial dos retalhistas, que consiste na aquisição de bens e na sua venda ao público".

O estudo destas definições apresentadas pela nossa lei conduz-nos à conclusão de que o comércio em geral (quer grossista quer retalhista) é uma actividade sócio-económica que consiste na aquisição de bens e serviços tendo em vista a sua venda a terceiros.

O comércio entre nós é feito pelas empresas estatais ou privadas, pelas cooperativas e pelas pessoas individualmente consideradas. Até finais dos anos 80 as empresas estatais e as cooperativas realizavam o maior volume de transacções comerciais; a partir de inícios da década de 90, com o processo de privatização, a situação tem vindo a reverter-se a favor das empresas privadas.

O comércio estatal, o comércio cooperativo e o comércio privado realizam os chamados actos de comércio, assegurando a distribuição dos produtos pela população e contribuindo para o escoamento dos excedentes da produção dos diferentes sectores.

Desde a proclamação da Independência até à instituição da economia de mercado, o comércio em Moçambique tinha que estar de acordo com as orientações do Plano e, conforme reza o artigo 1 do comércio privado já citado, servir fundamentalmente os interesses do Povo. A nova filosofia de organização económica e de resolução dos problemas básicos da economia implicou, ao nível do comércio, a necessidade de encontrar novos mecanismos de defesa e garantia dos interesses das populações. Um exemplo interessante foi a actual instituição de

iniciativa privada destinada a defender os interesses dos consumidores, chamada Associação para a Defesa dos Interesses dos Consumidores.

Portanto logo à partida verificamos que para garantir o bem estar das populações não basta produzir e aumentar a produção. É preciso que os bens e serviços sejam colocados ao alcance das pessoas, não só no espaço e no tempo adequados, como também em condições que satisfaçam correctamente as suas necessidades. Esta função de encaminhamento dos bens dos locais de produção para os de consumo é realizada pelo comércio. Convém fazer algumas observações à volta dos termos "Bens" e "Consumo".

Quando falamos em bens devemos entender não só os produtos acabados prontos para serem utilizados pelo consumidor final-consumo directo (exemplos, pão, a laranja, o vestido, o automóvel, a caneta, etc.) como também os produtos acabados ou não acabados fornecidos a outras unidades económicas a fim de serem ainda transformados em produtos finais (exemplos a farinha que é vendida às indústrias de panificação e confeitaria, a laranja que é fornecida às indústrias de refrigerantes e sumo)- consumo indirecto.

A segunda observação refere-se ao cuidado que devemos ter ao identificar o objecto de comércio. Com efeito, a tendência é de dizer que as operações comerciais incidem sobre bens materiais ou mercadorias; devemos ter sempre presente que os serviços (bens imateriais) como sejam os transportes, os bancos, os seguros, o aluguer e outros do mesmo tipo também são objecto da actividade comercial. Por isso utilizaremos com frequência a expressão "bens e serviços".

Definimos comércio e acabámos de ver as entidades que se envolvem no comércio fazem-no através da prática de actos de comércio. Interessa agora saber o que são actos de comércio.

Se consultarmos o Código Comercial vigente¹ entre nós encontraremos a seguinte definição (Artigo 2º):

"Serão considerados actos de comércio todos aqueles que se acharem especialmente regulados no Código Comercial, e, além deles, todos os contratos e obrigações dos comerciantes, que não forem de natureza exclusivamente civil, se o contrário do próprio acto não resultar".

Esta definição não é de interpretação fácil; muitos especialistas de Direito fizeram e têm feito longas dissertações à volta daquele conceito e em certos casos não há unanimidade entre os autores. Não cabe numa disciplina de Propedêutica Comercial e Financeira analisar pormenorizadamente a definição apresentada. Vamos reter o essencial para o nosso estudo.

São actos de comércio:

1. Os que estão expressamente indicados e regulamentados nos Código Comercial. Exemplos: a compra e venda, as operações de banco, a conta corrente, a fiança, o mandato, o depósito, o aluguer, a conta em participação, etc. (actos de comércio objectivos).

2. As operações realizadas especificamente por entidades ou pessoas autorizadas a fazer o comércio desde que delas resultem obrigações (actos de comércio subjectivos).

Exemplo genérico: um negócio ou uma actividade qualquer não prevista no código comercial mas que produz efeitos em termos de comércio.

¹ Convém notar que o Código Comercial de Moçambique ainda está em processo de criação e aprovação pela Assembleia da República

2.4 Função económica do comércio

Nos pontos 2.2 e 2.3 foram feitas considerações gerais sobre o comércio e foi apresentada uma definição. Do exposto aprendemos que o comércio é uma actividade que serve de medianeira entre a produção e o consumo.

Vamo-nos deter um pouco neste ponto procurando analisar a função económica do comércio, isto é, salientar alguns aspectos particulares da actividade comercial no quadro da economia em geral.

No ponto 2.2 transcrevemos o Artigo 1 da Lei do Comércio Privado. Convém relembrar e destacar de novo que esse artigo resume as funções essenciais da actividade comercial. E embora a lei seja do comércio privado, estamos já em condições de dizer que aquelas funções são extensivas a qualquer instituição, empresa ou pessoa autorizada a praticar actos de comércio. Na verdade, dada vastidão do papel e das tarefas que recaem sobre o comércio em geral, a actividade comercial desempenha uma função económica e social vital para o bem-estar do Povo e para o desenvolvimento da economia nacional.

É útil compreender e saber distinguir as funções económicas nos dois regimes de organização económica e social mais importantes.

Numa economia centralmente planificada e numa economia de mercado o comércio tem funções e aspectos que são comuns mas também tem objectivos e características que as diferenciam profundamente. Assim, comecemos por notar que no socialismo e no capitalismo o comércio tem a função geral de medianeiro entre a produção e o consumo.

No sistema de economia de mercado puro encontramos as seguintes funções económicas que lhe são próprias: (vide Manual de Noções de Comércio de A. Filomeno Lourenço):

"1. O comércio abastece os mercados de todos os produtos que os consumidores necessitam, promovendo para isso o seu transporte dos locais de produção para os locais de consumo, e aí, retalhando-os nas quantidades que cada um deseja ou necessita.

2. O comércio instiga e desenvolve a produção e o consumo das riquezas, porque põe ao alcance dos indivíduos muitas delas que eles não conhecem e que, portanto não comprariam.

3. O comércio nivela o valor das mercadorias da mesma espécie, pois adquire-as nos locais onde elas abundam ou onde o seu preço é baixo e lança-as nos centros onde não se produzem ou onde se produzem insuficientemente.

4. O comércio contribui para o desenvolvimento das vias de comunicação e para o aperfeiçoamento dos meios de transporte.

5. O comércio favorece a aproximação dos povos e o intercâmbio da sua cultura e do seu progresso material, tornando-se portanto, um dos mais importantes factores da civilização".

Apresentamos estas 5 funções como sendo típicas do comércio numa economia de mercado. Os alunos poderão colocar a questão de saber se algumas ou mesmo todas aquelas funções não existem em economia socialista onde a planificação é a base de organização da sociedade.

Podemos responder que existem de facto. A única função que pode suscitar algumas dúvidas de interpretação é a que afirma que "o comércio nivela o valor das mercadorias de mesma espécie, pois adquire-as nos locais onde elas abundam ou onde o seu preço é baixo e lança-as nos centros onde não se produzem ou se produzem insuficientemente".

Nos países socialistas este papel de fixação e nivelamento dos preços das mercadorias é exercido e coordenado pelo Plano Central.

Mas sabemos e vivemos a experiência entre nós, de 1975 até finais dos anos 80, que nem todos os produtos tinham os preços determinados pelos órgãos centrais. Assim, logo no início da década 80, foram introduzidas as primeiras medidas de liberalização dos preços de algumas mercadorias e como consequência começou-se a assistir a variações constantes dos preços, ao sabor dos mecanismos de mercado, de produtos como tomate, couves, alface, cenoura, laranja, etc; neste sentido podemos dizer também que em alguns casos, nos países socialistas, o comércio em si, desempenha o tal papel nivelador dos preços.

Por outro lado, quando o autor daquela série de funções diz que "o comércio contribui para o desenvolvimento das vias de comunicação e para o aperfeiçoamento dos meios de transporte" está ele a fazer uma simplificação querendo com isso destacar apenas o importante papel que o comércio desempenha como instrumento que leva (transporta) os bens de um lado para o outro, e para que essa função se realize com maior eficiência e rapidez, as autoridades competentes (em geral do Estado) são instigadas a deenvolver e melhorar as vias de comunicação e os transportadores por sua vez os meios de transporte.

O comércio numa economia socialista é uma componente integrada do Plano Estatal Central; na essência é a actividade comercial que põe em movimento (i.e. em circulação) os resultados do trabalho do homem, pois leva os bens e serviços até ao consumidor final.

Neste sentido, ao analisar as funções de comércio no socialismo devemos ter o cuidado de ver a questão de uma maneira integrada, dizendo que o comércio contribui para o desenvolvimento não só dos meios de transporte como também cataliza e dinamiza o desenvolvimento de todos os sectores da actividade económica e social com os quais mantém estreitos contactos (agricultura, indústria, construção, pecuária, florestas, educação, saúde, etc.).

Todos estes sectores têm uma ligação lógica e compatibilizada com a componente de comércio. No entanto, tal como dissemos em relação ao problema da fixação dos preços, em países como o nosso (em que a planificação não chegou a abarcar toda a realidade económica) os efeitos do comércio não tiveram a amplitude que acabámos de sublinhar.

Vejamos agora os principais aspectos que caracterizam as funções do comércio no socialismo.

Já vimos que em estudos de Economia Política existe uma concepção que defende que a circulação de mercadorias é a troca de mercadorias por intermédio do dinheiro. A circulação consiste em dois aspectos distintos: a compra e a venda, donde a função principal da circulação de mercadorias consiste na mudança das formas de valor a saber: do valor-mercadoria no valor-dinheiro, do valor-dinheiro no valor-mercadoria.

Como vemos, a troca aqui referida é o fulcro e toda a actividade comercial. Então a circulação tem também a função de intermediária em todo o processo de reprodução social, estabelecendo a ligação entre a produção e o consumo.

No socialismo encontramos dois aspectos específicos que caracterizam e influenciam a circulação das mercadorias: primeiro o predomínio da propriedade colectiva dos meios de produção (estatal e cooperativa) e segundo a regulação planificada do mercado. Podemos então dizer em síntese que a essência da circulação das mercadorias, ou dito doutro modo, as funções essenciais do comércio numa sociedade socialista têm as seguintes manifestações:

1. As empresas do Estado e as cooperativas são os principais agentes de circulação das mercadorias.
2. A circulação de mercadorias está subordinada e condicionada à satisfação das necessidades materiais e culturais da sociedade²
3. A circulação de mercadorias, tendo um carácter social, regula-se fundamentalmente por um plano central que predetermina as quantidades e variedades necessárias no mercado. A procura e a oferta são portanto determinadas pelos órgãos directores do plano. Simplesmente por uma questão de princípio de participação popular na feitura dos planos e para prevenir eventuais desequilíbrios entre a procura e a oferta, as empresas estatais, as cooperativas e as pessoas que estão envolvidas e interessadas nos bens e serviços que vão ser objecto de comércio, são normalmente convidados a participar activamente nas estruturas competentes na preparação e organização dos planos de produção para o mercado.
4. A circulação de mercadorias complementa o processo de reprodução social, ligando a produção e o consumo e garantindo a continuidade e o funcionamento normal da economia.

Em síntese diremos que comércio, em economia de puro mercado, é uma actividade que se rege bastante pela lei da oferta e da procura segundo a qual o sistema de preços e mecanismo das suas variações têm o papel de regulador da produção, distribuição e consumo.

Por outro lado nas economias socialistas é o Plano Estatal Central que, em primeira linha, determina a orientação do comércio; mas como na prática a planificação, por razões várias, não abrange toda a realidade nacional, os mecanismos de puro mercado têm um papel importante não só no funcionamento geral de sectores não estratégicos da economia como também na orientação da actividade comercial não sujeita a planos de cumprimento obrigatório.

2.5 O comércio internacional. Razões e vantagens comparativas

Quando se fala em comércio a ideia que temos no imediato é a troca de mercadorias entre duas pessoas singulares ou colectivas. Assume-se que o comércio está apenas circunscrito à troca de mercadorias entre habitantes de um determinado país. No entanto é mais que sabido que são poucos os países que não dependem do exterior; as trocas comerciais com outros países entram no domínio do comércio internacional que desempenha um papel importantíssimo (muitas vezes vital) para certos países, e não poucos no mundo.

Mesmo países com recursos naturais variados e uma indústria nacional bastante desenvolvida (v.g. Inglaterra, Rússia, Estados Unidos, China, França, República Federal da Alemanha) dificilmente poderiam sobreviver se fechassem as suas fronteiras ao comércio interpaíses. Tomando casos extremos como o dos Países Menos Desenvolvidos, dos quais faz parte a República de Moçambique, podemos afirmar que as relações económicas internacionais são o sustentáculo dessas economias. Moçambique por exemplo depende muito (e de forma determinante) das importações, subsídios, donativos e empréstimos em divisas para abastecer as populações em bens duradouros e de consumo corrente e para adquirir "inputs" (v.g. matérias primas, matérias subsidiárias,

² Recordemos que no capitalismo o comércio tem intuítos meramente lucrativos e rege-se automaticamente pelo mecanismo de preços.

peças sobressalentes, "Kits" e outras componentes mais ou menos acabadas) para pôr em funcionamento as nossas empresas e fábricas instaladas pelo país fora.

É sabido também que grande parte dos produtos que fabricamos ou colhemos em bruto destinam-se aos mercados estrangeiros onde obtemos os recursos financeiros (em divisas) para pagar as nossas importações e as dívidas que contraimos. Por outro lado a situação geográfica privilegiada do nosso país, a proximidade do mar e a existência de naturais e bons portos fazem com que tenhamos uma economia naturalmente aberta à prestação de serviços (transporte, carga e descarga) em benefício dos países do "hinterland", casos do Zimbabwe, Malawi, Swazilandia, Lesotho, Zâmbia e a própria África do Sul. Em condições normais (inexistência de guerra e infraestruturas portuárias reabilitadas) as receitas provenientes da prestação de serviços deste tipo são as que permitem um certo desafio na situação cambial de Moçambique.

Independentemente de razões objectivas de sobrevivência que conduzem naturalmente a que os países realizem trocas internacionais existem argumentos que a teoria e prática de relações económicas internacionais tem vindo a aduzir. Os argumentos de fundo resumem-se da necessidade e conveniência que há em cada país se especializar na produção daqueles bens para os quais detém maiores possibilidades e facilidades de obtê-los a custos mais baixos, quer porque as condições e os recursos naturais relativos a esses bens são abundantes e bons, quer porque possui uma mão de obra altamente especializada e barata. É o que em economia se chama especialização e divisão internacional de trabalho.

Vejamos em seguida os importantes princípios das vantagens absolutas e vantagens comparativas que justificam o comércio internacional dos nossos dias.

Em economia fechada já se tornou natural considerarmos a especialização como uma vantagem da organização do processo de produção. Hoje em dia as economias vão se tornando cada vez mais abertas de tal maneira que a chamada mundialização (que consiste na globalização das economias) está-se tornando um desafio que se pretende ver realizado num futuro muito próximo.

Assumindo que os países tem custos de produção diferentes, então há toda a vantagem em os países dedicarem-se à produção de bens e serviços para os quais tem vantagens absolutas (preços absolutos mais baratos) - este é o princípio das vantagens absolutas.

Por outro lado os países tem vantagens em abrir as suas economias (comércio internacional) não apenas nas situações em que têm vantagens absolutas, como também quando têm vantagens comparativas, isto é, têm custos relativos de produção mais baixos. Dito doutro modo, os países têm vantagem em dedicar-se à produção de bens em relação aos quais têm custos de oportunidades mais baixos.

Entende-se por custo de oportunidade de um bem X o valor da melhor alternativa sacrificada (seja produzir Y) para produzir esse bem. Como exemplo o custo de oportunidade de tirar um curso superior são os salários que o estudante não ganha durante os anos em que está a estudar. Outro exemplo, o custo de oportunidade de produzir armas e munições é o valor e tempo que um país perde em não produzir arroz e vestuário.

Para melhor compreensão tome-se o exemplo de dois países (Moçambique e África do Sul) que produzem dois bens (açúcar e cerveja respectivamente). É o que se designa por modelo explicativo 2 x 2 (dois por dois).

NOÇÕES FUNDAMENTAIS DE COMÉRCIO - 2ª Edição (Rascunho)

Outras hipóteses deste modelo simplificado são as seguintes:

- a) O trabalho é o único factor de produção e assume-se que o preço das mercadorias mede-se pela quantidade física de trabalho nelas incorporada (teoria clássica do valor trabalho)
- b) Os produtos gozam de perfeita mobilidade entre os 2 países (não há barreiras)
- c) Os países estão em situação de pleno emprego (não há recursos ociosos)
- d) Os governos não interferem em termos de política fiscal e monetária
- e) Os custos de transporte são nulos
- f) O mercado de concorrência é perfeito (puro)

A seguir estão indicadas as quantidades produzidas de açúcar e cerveja medidas em homem/hora por unidade de produto (tempo que se leva a produzir uma unidade de produto):

Produto	Moçambique	África do Sul
Açúcar	25	100
Cerveja	50	67

Olhando para o mapa vemos que Moçambique tem vantagens absolutas nos dois produtos, pois os custos são mais baixos (leva menos tempo a produzir uma unidade de açúcar e de cerveja). No entanto em termos de vantagens comparativas (preços relativos ou custos de oportunidade) a situação é diferente.

Construamos para o efeito uma outra tabela de preços relativos:

Produto	Moçambique	África do Sul
Açúcar (litros/quilos)	$(50/25) = 2$ litros por quilo	$(67/100) = 0,67$ litros por quilo
Cerveja (quilos/litros)	$(25/50) = 0,5$ quilos por litro	$(100/67) = 1,5$ quilos por litro

Este quadro mostra-nos os custos de oportunidade do açúcar e da cerveja em cada um dos países. Então, nota-se que o açúcar é mais barato na África do Sul (pois custa 0,67 litros por quilo enquanto que em Moçambique custa 2 litros por quilo, isto é, deve-se sacrificar 2 litros de cerveja para produzir 1 quilo de açúcar).

Por outro lado a cerveja é mais barata em Moçambique (custa 0,5 quilos por litro, enquanto que na África do Sul deve-se sacrificar 1,5 quilos de açúcar para produzir um litro de cerveja).

Donde em termos de comércio internacional, Moçambique deve especializar-se na produção de cerveja e importar açúcar enquanto que a África do Sul deve especializar-se no açúcar (onde tem vantagens comparativas) e importar a cerveja de Moçambique.

De notar que Adam Smith (1786) foi o criador da teoria das vantagens absolutas. A sua teoria dizia que o comércio seria vantajoso sempre que houvesse diferenças nos custos de produção de bens entre países.

No entanto foi David Ricardo (1817) que demonstrou o que aconteceria se um país tivesse custos de produção de todas as mercadorias que fossem maiores do que o resto do mundo.

Este modelo básico, conhecido por princípio das vantagens comparativas, era visto como uma clara explicação de como e porque é desejável encorajar um completo e livre comércio entre todas as nações. O modelo aplica-se para qualquer especialização no comércio que possa ter lugar, não necessariamente entre nações. Se toda a gente, ou mesmo todo um país inteiro, se especializar

naquilo que for "muito melhor" ou "menos mau", então todas pessoas envolvidas podem beneficiar da especialização e troca "comercial" de produtos.

Ricardo sugeriu que a fonte de diferenças entre países era devida a diferenças de produtividade do trabalho nos diferentes países (isto é uma extensão lógica da teoria de valor que sugeria que os custos de trabalho ditavam o valor de todos produtos).

A posição ricardiana sugere que o comércio livre vai maximizar o bem estar geral das pessoas. Mais especificamente, vai conduzir à posição da **otimização de Pareto** dado que o comércio vai apenas ter lugar se o mesmo for mutuamente vantajoso.

No entanto Ricardo não explicou porque é que os países tem custos relativos de produção diferentes. Assim, só a partir dos anos de 1980s é que começam a surgir teorias de comércio internacional (por P. Krugman e outros) que sugerem que não pode haver qualquer presunção automática em favor de livre comércio. A importância de identificação de mercados imperfeitos é vista como sendo central.

Com o desenvolvimento da teoria de preços neoclássica, nunca mais se defendeu como verdade que o trabalho era o único factor de produção que era responsável pela determinação do valor dos produtos: outros factores de produção podiam também ter uma influência.

Assim **Heckscher e Ohlin** (1933)³ sugeriram que diferentes custos de oportunidade entre diferentes países eram o resultado de diferente dotação inicial de factores em geral (não apenas trabalho). Assim se um país for bem dotado com um pobre e não treinado trabalho, enquanto outro país for bafejado com um grande e produtivo *stock* de capital, então o primeiro terá uma vantagem comparativa na produção de produtos que requerem trabalho intensivo, enquanto que o último terá uma vantagem comparativa em produtos que exigem capital intensivo.

Isto tudo irá assim ditar a especialização na economia mundial e a direcção do comércio internacional de diferentes produtos.

2.6. Comércio electrónico⁴

Desde o início da década 90, a economia mundial tem vindo a experimentar uma nova e bem destacada fase do seu ciclo que podemos designar por *boom* económico (prosperidade económica) devido fundamentalmente ao despontar de novas tecnologias de comunicação que culminaram com o aparecimento da Internet⁵; esse *boom* já deu origem, na ciência económica, a uma nova área ou actividade especializada que alguns autores chamam "neteconomia, uma economia fundada sobre as qualidades intrínsecas da rede⁶ e focada sobre uma nova raça de empreendimentos (Godeluck, S. *in* A explosão da economia na Internet).

Ainda segundo Godeluck, no dia 9 de Agosto de 1995 nasce uma nova empresa com características diferentes das habituais. Chama-se Netscape Communications, a nova estrela do Silicon Valley⁷ que vende o já bem conhecido Navigator que é um *software* de navegação (*browser*) que, com um simples "apontar e clique" do rato, permite que um indivíduo situado em qualquer parte do mundo, desde o oriente mais longínquo até a parte mais extrema do ocidente, do pólo norte ao pólo sul, se oriente facilmente na chamada Web, estabelecendo contacto com qualquer daqueles intervenientes do comércio já estudados, bastando para o efeito conhecer bem o endereço electrónico (*website*) da pessoa ou instituição que se pretende contactar.

³ Estes autores produziram um argumento que passou a ser chamado abreviadamente **modelo H-O**

⁴ Mais conhecido por *E-commerce*, do inglês *Electronic Commerce*

⁵ De origem americana, a Internet é um sistema de rede pública de comunicações que possibilita a troca de informações entre utilizadores de computadores de todo o Mundo

⁶ O anglicismo *online* já se integrou na linguagem das actividades que usam a Internet

⁷ Zona de Nova York de maior concentração de indústrias de muito alta tecnologia de ponta

É com a Netscape que surgem os primeiros passos de uma economia de rede que liga virtualmente todos os intervenientes e organismos dinamizadores da actividade económica que vimos nos capítulos III e V.

Como qualquer nova descoberta, no início apresenta algumas dificuldades e insuficiências do ponto de vista prático. Assim, entre outros inconvenientes, aponta-se à neteconomia o facto de ainda ser preciso conhecer bem o uso do *software* apropriado, embora na perspectiva do utilizador, sendo por vezes necessário solicitar a intervenção de especialistas ou entendidos de informática para usar ou desenvolver aplicações com grande eficiência e rapidez.

Tom Lambert, no seu livro "E-commerce answers, how to turn your website into a money machine", anota com certo amargor que "uma das maiores queixas a respeito de fazer negócios ou tentar fazer negócios em rede é que torna-se muitas vezes bastante difícil colocar uma encomenda. De acordo com uma investigação muito divulgada, mais de 80% de potenciais clientes abandonam o *site* (endereço), e nunca mais voltam, porque não conseguiram colocar a encomenda que pretendiam; e também acontece que mesmo depois dos bens terem sido pagos, os serviços de entrega ao domicílio falham por completo".

É comum na literatura da especialidade dizer-se que no futuro os computadores do tipo *lap top* ou *desk top*⁸ tem tendência a ser mais virtuais (o cliente visualizará os bens em três dimensões, com todo o formato e colorido, tal como se estivesse na loja real); os aparelhos vão ser muito mais baratos, mais rápidos, mais compactados em termos de volume e peso, e até poderão ser comandados pela voz humana.

Até agora estivemos a falar de neteconomia; mas vimos logo por alturas da introdução deste livro, e mesmo à medida que fomos introduzindo a neteconomia, notámos que é difícil estabelecer as fronteiras entre economia e comércio. Façamos agora as novas categorias de *E-business* e *E-commerce*, objectos desta secção.

Por negócio electrónico (*E-business*) designa-se a actividade de negócios que se realiza com uso de tecnologias de informação via multi-rede (computador-video-Internet). De passagem diremos que o termo negócio usa-se muitas vezes com o sinónimo de comércio. No entanto pode-se considerar a actividade de negócio como sendo mais abrangente que a comercial *strictu sensu* (troca de bens e serviços).

Com efeito quando se fala em "fazer negócios"⁹ significa estar-se envolvido num conjunto de ocupações que podem ir desde a produção (extração e/ou transformação), comercialização (compra, venda, *marketing* e distribuição) e prestação de serviços aos consumidores (v.g. serviços pós-venda do tipo garantia e manutenção).

Voltando a citar Lambert, "a razão de ser de se estar na web do comércio electrónico é aumentar os negócios mobilizando as pessoas a visitar o seu *site* (endereço); permanecer lá o tempo suficiente a contemplar o que realmente gostam; completar uma compra; ficar encantado e voltar a comprar vezes sem conta. Tudo o que for menos do que isto equivale a ter um elefante branco electrónico !í í í í ."

Vejamos agora o que se entende por comércio electrónico, tema central da presente secção. Do que foi dito em relação à neteconomia e negócio electrónico, verificamos que não é fácil apresentar uma definição que resista a críticas. Eis algumas:

⁸ Designações que significam respectivamente "computador portátil" e "computador de mesa de secretária"

⁹ Doing business

Kalakota, R. e Whinston, A. *in* Electronic commerce, a manager's Guide, apresenta diferentes perspectivas de análise: ponto de vista de comunicações; perspectiva de processo de negócios; ângulo de serviços e por último perspectiva de rede (*online*). Vamos reter apenas as definições nas perspectivas de negócios e de rede:

Do ponto de vista de negócios, o comércio electrónico é a aplicação da tecnologia através da automação das transacções de negócios e fluxos de trabalho.

Quanto à perspectiva de rede, o comércio electrónico proporciona a capacidade de comprar e vender produtos e informação na Internet e outros serviços *online*.

Por sua vez os autores Silva, M. *et al* (*in* Comércio Electrónico na Internet) caracterizam duas definições: uma fraca e outra fraca. Definição fraca: Qualquer sistema tecnológico e económico que potencie ou facilite a actividade comercial de um conjunto variado de participantes através de mecanismos electrónicos.

Definição forte: Qualquer sistema tecnológico e económico que potencie ou facilite a actividade comercial de um conjunto variado de participantes e que inclua o suporte à generalidade das próprias transacções comerciais.

Assim como o comércio clássico tem os seus elementos de força que foram estudados sob a rubrica "máquina comercial e principais intervenientes" (Capítulo III) assim também o comércio electrónico tem forças ou vectores que canalizam os fluxos de actividade. Kalakota e Whinston identificam essas forças as saber: as económicas (v.g. empresas que procuram neste tipo de comércio uma maior eficiência), as forças do *marketing* e de interacção dos clientes (são novos canais de *marketing* para abranger maiores segmentos de mercado, com destaque para as pequenas audiências) e a convergência do impulso da tecnologia digital (*technology-driven digital convergence*); esta última força significa que a revolução tecnológica está conseguir transformar o mundo real (sons, figuras, movimentos em video, caracteres escritos) em *bits* (unidades básicas de informação que se armazenam nos minúsculos *chips* do computadores), *bits* esses que podem ser manipulados, armazenados, transmitidos rápida e eficientemente em grandes massas de informação e sem perda de qualidade.

Para que o comércio electrónico atinja os seus fins é necessário que haja o que se chama segurança nas transacções que é a questão que mais preocupa os utilizadores de redes. Assim, Kalakota e Whinston assinalam os seguintes requisitos de segurança que constituem as principais barreiras à aceitação generalizada do comércio electrónico: Privacidade, confidencialidade, integridade. Destaquemos esta última, dado que as duas primeiras são fáceis de entender. A integridade significa que para este tipo de comércio ter êxito, é preciso que o conteúdo das transacções não se altere durante os fluxos cliente/servidor.

Vimos já que o comércio electrónico está a dar origem a um novo *boom* no ciclo económico mundial. Ao mesmo tempo está a desenvolver-se rapidamente um corpo de regulamentos dos quais se destacam as iniciativas regulamentares junto da Comissão Europeia, Estados Unidos e Portugal. Dado que as dos americanos são as mais avançadas, convém realçar os seguintes regulamentos: Framework for Global Electronic Commerce; The Internet Tax Freedom Act; The Digital Millennium Copyright; The Children's Online Privacy Protection Act of 1998.

Para que fiquemos com uma ideia da importância e alcance deste novo ordenamento jurídico em rápida ascensão, basta que destacar os objectos de duas legislações mencionadas:

The Internet Tax Freedom Act proíbe aos estados e governos locais impor impostos múltiplos e discriminatórios sobre as transacções electrónicas durante uma moratória de três anos; por sua vez The Children's Online Privacy Protection Act of 1998 obriga os *sites* Web de natureza comercial a obterem a prévia autorização dos pais para a recolha e tratamento de dados sobre crianças com idade inferior a treze anos.

Para mais pormenores os alunos podem consultar a Internet. Esta oferece uma vasta gama de informações sobre o comércio electrónico. Por exemplo, dá indicações práticas de "Como comprar"; a Comissão do Comércio Federal dos Estados Unidos fornece dicas para que o interessado se globalize no comércio electrónico; existem cursos rápidos para comprar e vender na Internet; etc.

Finalmente, e como dissémos que tudo se converte em fluxos de *bits* de informação, interessa destacar que o comércio electrónico criou uma nova maneira de fazer contabilidade com contas e documentos de prova próprios. O profissional de Gestão ou contabilista em particular não pode deixar de conhecer a essência do funcionamento da contabilidade electrónica via Internet.

Finalmente transcreve-se um aviso extraído do livro "Economia" de Samuelson e Nordhaus: Seja cuidadoso na determinação da fiabilidade das fontes e dados. A Internet e outros meios electrónicos de comunicação são públicos: fáceis de usar e igualmente fáceis de abusar. A Web fica-lhe de graça, e esse preço pode por vezes exagerar o seu valor. Mas existem muitos diamantes lapidados nas montanhas de *bits*.

2.7. Divisões do comércio

É comum considerar as seguintes divisões de comércio:

1. Comércio interno

É o que se realiza entre as pessoas singulares ou colectivas de um país com as mercadorias e serviços existentes nesse mesmo país.

2. Comércio externo

É o que se realiza entre pessoas singulares ou colectivas de um país e as de outros países utilizando as suas respectivas mercadorias ou serviços.

Ao nível do comércio externo é costume considerar as seguintes categorias:

a) Importação normal¹⁰

É a entrada num país de mercadorias provenientes de outros países que se destina ao consumo dos habitantes do país importador.

Se as mercadorias importadas se destinam por sua vez ao comércio com outros países, trata-se de importação temporária ou em trânsito.

b) Importação em Trânsito ou temporária

É a entrada de mercadorias provenientes de outros países que se destinam ao consumo de um terceiro país. A importação em trânsito é uma simples passagem de mercadorias por um país que normalmente dispõe de condições especiais quer naturais quer em termos de infraestruturas (porto natural, armazéns, equipamento de movimentação de carga); neste comércio, que como vimos se chama também importação temporária, não há

¹⁰ Também se diz importação definitiva ou importação propriamente dita.

transformação (draubaque)¹¹ por um determinado período estabelecido no contrato, findo o qual, e se não se fizer a reexportação, há lugar a pagamento dos direitos aduaneiros.

c) Exportação normal¹²

É a saída de mercadorias nacionais ou mesmo nacionalizadas para países estrangeiros.

Ao nível da exportação há a considerar a categoria de exportação triangular, pela qual um país importa mercadorias de um certo país para em seguida exportá-las para um terceiro país. Normalmente este comércio é feito quando o país exportador se encontra em dificuldades conjunturais de produção e necessita de mercadorias para satisfazer compromissos (quotas de exportação) que assumiu com terceiros países; então importa as mercadorias de que necessita e exporta-as em geral a um preço mais alto.

d) Exportação Temporária

Em certos casos as autoridades que controlam o comércio externo autorizam que certas mercadorias sejam exportadas com a condição de regressarem ao país de origem findo o prazo concedido. É normal essas mercadorias pagarem um depósito em dinheiro às autoridades alfandegárias o qual é restituído aos interessados logo que as mercadorias regressem ao país. Em vez de dinheiro pode-se apresentar uma garantia bancária ou autorização especial de alguma autoridade competente de controlo do comércio externo.

Exemplo de mercadorias sujeitas ao regime de exportação temporária: produtos para exposição em feiras internacionais, quadros, esculturas também para exposição no exterior.

e) Reimportação

É o retorno ao país de mercadorias exportadas temporariamente.

Nestas operações é normal haver fraudes (v.g. troca por mercadorias similares). Compete às autoridades alfandegárias criar mecanismos de controlo e verificação das quantidades, características e qualidades dos produtos envolvidos nas operações de exportação temporária.

f) Reexportação

A figura de reexportação dá-se quando há uma saída para o estrangeiro de produtos vindos de um outro país não para consumo interno do reexportador.

Esta figura verifica-se portanto quando um determinado país (Moçambique por exemplo) vende a um outro (seja o Zimbabwe) mercadorias que importou de um terceiro país (por exemplo a Swazilândia).

¹¹ Draubaque- do inglês "drawback", significa remissão do imposto. Trata-se do regime aduaneiro caracterizado pela devolução total ou parcial de direitos ou taxas de importação, quando as mercadorias importadas são depois reexportadas ou utilizadas no processo de fabrico de produtos de exportação.

¹² Ou exportação definitiva.

Em regra as mercadorias em regime de reexportação não pagam direitos aduaneiros; o país que faz a reexportação beneficia dos lucros resultantes da diferença de preços (exportação/importação) e de receitas de tráfego, armazenagem e manuseamento de cargas.

Veja-se a definição de exportação triangular que apresentamos na alínea c).

g) Baldeação

Dá-se o nome de baldeação ao transbordo de todo ou parte de carga de um navio para o outro dentro das águas territoriais do país.

Normalmente as alfândegas não cobram direitos aduaneiros em relação às mercadorias sujeitas a baldeação.

h) Comércio especial

É uma classificação meramente para efeitos estatísticos. Diz-se comércio especial a toda a importação para consumo ou em regime de draubaque ou ainda às mercadorias que estando em regime de armazém sofreram alguma transformação; também inclui-se no comércio especial toda a exportação de mercadorias nacionais ou nacionalizadas, quer por terem sido despachadas para o consumo, quer por terem sofrido transformação em regime de draubaque ou de armazém.

i) Comércio geral

O comércio geral inclui o comércio especial mais o comércio de trânsito indirecto.

Interessa destacar que o trânsito indirecto abrange todas as mercadorias que entram no país apenas para serem exportadas sem serem submetidas a operações de transformação física ou química (admite-se o mínimo de manipulações como sejam de embalagem, pequenas misturas, aposição de rótulos).

2.8. Termos de troca. A tese de Prebisch - Singer

Nota prévia: O texto desta secção ainda está na sua forma embrionária. Trata-se de apontamentos extraídos de várias fontes; daí a sua extensão, densidade e alguma falta de sequência temática. Durante as aulas será feito um resumo sobre o tema.

A expressão "termos de troca" (Winters, L.) designa o preço relativo de um bem com relação a um outro; é usualmente aplicada a casos em que os dois produtos provêm de diferentes países e representa-se simbolicamente por P_x / P_y , em que **P** simboliza os produtos e os índices **x** e **y** traduzem os respectivos preços.

Assim o ratio do preço médio das exportações com o preço médio das importações de um país é mais conhecido como termos de troca dos produtos ou, usando a terminologia originária inglesa, o *net barter terms of trade* (NBTT) do país em causa.

Diz-se que os termos de troca de um país melhoram quando o seu rácio aumenta e que pioram quando diminui, isto é, quando os preços das importações aumentam a uma velocidade relativamente mais rápida que os preços das exportações (isto parece ser a experiência da maioria dos LDCs nas décadas recentes até aos anos 60).

Dois autores importantes, Singer e Prebisch, em 1950, constataram que os termos de troca dos países em desenvolvimento tem tendência secular de diminuir, daí a nomenclatura "a **tese de Prebisch - Singer**"

O argumento baseia-se num simples modelo norte - sul 2 x 2 x 2 da economia mundial (dois países, dois bens e dois factores de produção). Os países em desenvolvimento do sul (economias

periféricas) são abundantes em mão de obra, os produtos primários fazem uso intensivo de mão de obra, então os países do sul especializam-se e exportam produtos primários.

Em contrapartida os países do norte (economias centrais poderosas) são relativamente abundantes em capital, pelo que as manufacturas incorporam capital de uma forma intensiva, segue-se então que o norte especializa-se e exporta produtos manufacturados.

Até aqui é uma simples descrição do modelo simples de Heckscher - Ohlin de que falámos no ponto 2.5.

A tendência para os termos de troca se deteriorarem é explicada pelas características estruturais dos mercados mundiais de produtos primários e as manufacturas. Diz-se que a procura de primários é inelástica em relação ao rendimento. Trata-se de simples aplicação da Lei de Engel¹³.

Então à medida que o rendimento cresce no norte, a procura de produtos primários cresce menos que proporcionalmente. Isto produz uma baixa nos preços que é agravada pelo facto de que os mercados mundiais destes produtos são altamente competitivos.

Em contraste, os mercados mundiais de manufacturas são dominados pelas firmas multinacionais e mercados não competitivos onde os preços são controlados por grupos económicos cartelizados. Por outro lado a procura de manufacturas é elástica¹⁴ em relação ao rendimento. Assim o crescimento do rendimento mantém uma pressão ascendente sobre os seus preços (trata-se de simples conjugação de elasticidades da procura e baixo rendimento).

De passagem convém notar que estamos em presença de princípios de economia estruturalista (Singer Prebisch) que se opõem, rejeitando mesmo, ao modelo acabado de economia clássica aberta.

Daí a grande preocupação que existe sobre os termos de troca entre o centro e a periferia que ainda são vistos como tendo movido contra as periferias dado que os preços dos produtos primários continuam a cair em relação aos preços das manufacturas.

Convém notar de passagem que também é usual utilizar um indicador com algumas semelhanças, que é o chamado coeficiente de cobertura das importações - rácio entre o valor das exportações e o das importações. Em geral nos países menos desenvolvidos e com forte endividamento, esse rácio é menor do que a unidade¹⁵ e tem tendência de diminuir ou quando muito mostra uma certa estabilização por longos períodos. A título de exemplo sugere-se a consulta das estatísticas de comércio externo de Moçambique.

O declínio secular dos termos de troca resultou numa transferência de longo prazo do rendimento de países pobres para ricos que (argumentam muitos autores) pode ser combatida sómente através de um processo que veio a ser conhecido por substituição de importações. É o famoso argumento da indústria nascente para protecção contra o comércio livre até que as novas e mais pequenas firmas cresçam e sejam suficientemente grandes para poderem competir em pé de igualdade no mercado internacional.

A nova teoria não é contra o comércio internacional. Argumenta-se apenas que deve existir caso para intervenção do governo no comércio internacional para produzir um melhor resultado do que permitir um comércio internacional totalmente livre.

Um ponto final óbvio que deve ser feito e que não favorece a restrição do comércio internacional é a possibilidade de retaliação por parte de outras nações.

Mesmo onde a protecção tem a potencialidade de não prejudicar outros países, tal como a promoção de vantagens externas que podiam beneficiar todos, o nível de **incerteza** hoje em dia é tal que outros governos podiam facilmente interpretar tal comportamento com estratégico e decidirem **retaliar**.

Tudo isto parece sugerir que o "**dilema do prisioneiro**" pode ser a melhor maneira de entender o mundo do comércio internacional. UM PAÍS PODE GANHAR se o seu governo intervir

¹³ Esta lei diz que as famílias pobres gastam proporcionalmente maior percentagem do rendimento em necessidades básicas (v.g. alimentação, vestuário, habitação); à medida que o rendimento aumenta, as despesas com outras rubricas complementares vai crescendo (v.g. carne, queijo, transporte privativo, viagens de férias, TV/Video, música). Logicamente as despesas em necessidades primárias vão diminuindo proporcionalmente mais com o crescimento do rendimento.

¹⁴ Diz-se que um bem X tem procura elástica em relação ao preço quando as quantidades procuradas desse bem sofrem uma variação mais do que proporcional em resposta a uma alteração do seu preço

¹⁵ Significa que as receitas de exportação não chegam para pagar as importações

sózinho, mas assim que todos os governos de outros países intervierem, então todos estão em piores condições.

2.9. Mercado em geral e seus mecanismos. Lei da oferta e da procura

De tudo quanto dissémos até agora podemos compreender a importância do mercado no comércio.

Todos temos uma ideia do que significa a palavra mercado. Em linguagem económica corrente, mercado é um local ou espaço geográfico onde se realizam operações comerciais e financeiras sobre bens e serviços. É assim que entendemos as expressões mercado da baixa, mercado da região x, mercado nacional, mercado regional, mercado internacional, mercado financeiro, etc.

Tal como em relação às funções económicas do comércio, os mercados formam-se de maneira diferente e tem características específicas consoante se trata de países capitalistas ou países socialistas.

Vimos o que é o comércio e o que são actos de comércio. Acabamos de constatar que os bens e serviços devem ser colocados a tempo e horas num espaço chamado mercado. O nosso problema agora é saber como é que estes bens chegam aos locais adequados para serem objecto de comércio nas condições requeridas. O mesmo é perguntar quais são os fundamentos lógicos que explicam que no mercado haja num certo momento tantas quantidades de produtos aos preços tais e tais.

Não vamos aqui dar uma resposta detalhada pois os alunos estudarão esta questão em disciplinas especializadas como sejam Economia Política e Planificação. Aliás nos pontos anteriores, em particular o ponto 2.4, fizemos alusão aos princípios fundamentais que explicam a lógica de economias socialistas e de economias do tipo capitalista.

Assim, observando a nossa própria experiência de organização da sociedade, diremos que em países socialistas existe um plano económico central que dá orientações de cumprimento na área de comércio em termos de acções, tarefas, e prazos. Então os bens e serviços que irão ser objecto de comércio nos mercados locais, regionais, provinciais estão perfeitamente determinados. O próprio plano realiza a coordenação e controlo por forma a introduzir ajustamentos e correcções onde se revelar necessário. A procura e a oferta não são categorias espontâneas cujo mecanismo garante a manutenção das relações e proporções do comércio.

Como também deixámos implícito, nem todos os bens comercializáveis estão planificados. Há os que estão sujeitos ao mecanismo dos preços e de mercado espontâneo.

Temos assim resumidos os fundamentos teóricos que determinam que no mercado socialista haja num dado momento X_1 quantidades do bem A, X_2 quantidades do bem B, etc. aos preços P_1, P_2, \dots respectivamente.

Nos países capitalistas, como também já dissémos, o sistema de preços e o mecanismo da lei da oferta e da procura, que funcionam como categorias autónomas e auto-reguladoras, determinam o nível das produções e de preços que devem entrar e vigorar no mercado.

Como isso se faz é teóricamente muito simples. O objectivo do comércio neste sistema é ganhar dinheiro. As empresas tem os seus planos individuais, mas não há um plano geral nacional que coordene todos os planos empresariais com carácter obrigatório; então cada uma procura meter-se no negócio que rende mais, ainda que isso possa prejudicar ou levar à falência outras empresas do ramo.

Suponhamos como hipótese que o negócio de bebidas não alcoólicas é num determinado período altamente lucrativo porque as pessoas começaram a gostar a bastante de refrescos face a uma eventual descoberta de uma marca de bebidas com um gosto mais apetitoso (a procura aumentou repentinamente).

Numa hipótese destas a reacção normal das empresas que funcionam numa economia de mercado é procurarem aumentar os preços do produto que está sendo mais procurado na mira de conseguirem aumentar ainda maiores lucros e também para deterem as exigências da procura porque a certa altura poderão deixar de ter capacidade de responder à pressão do mercado.

Com preços mais altos e lucros compensadores o sector dos sumos revela-se bastante atraente; então dois fenómenos podem ocorrer: as empresas existentes do ramo de bebidas, num espaço de 1 ou 2 anos, procurarão fazer novos investimentos, ampliando ou aumentando a capacidade das fábricas; por outro lado as empresas de sectores afins, mas menos rentáveis (exemplo: produção de licores, xaropes, compotas) podem muito bem fechar as portas ou reconverter as suas fábricas para passarem a produzir sumos da nova marca mais procurada no mercado.

Vemos assim que pelo simples jogo das forças e mecanismos de mercado a oferta agora aumentou de tal maneira que no decurso dos acontecimentos poder-se-á chegar a um momento em que há um excesso da oferta em relação à procura (isto é, a procura de sumos é menor do que a respectiva oferta).

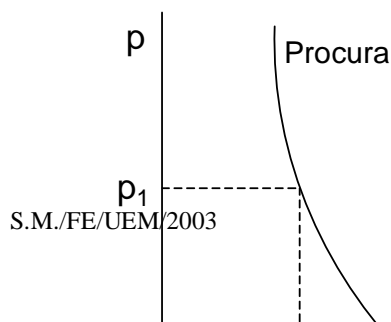
Neste caso a prática de mercado também ensina que os preços tem tendência a diminuir. Os empresários diminuem os preços para poderem vender maiores quantidades e garantir os lucros que tinham previsto nos seus planos.

E assim vemos que é o mercado, com sua lei espontânea da oferta e procura, que determina e orienta o que se deve produzir, onde se coloca a produção, em que quantidades e a que preços. É útil saber figurar num eixo de coordenadas cartesianas as curvas da oferta e da procura para podermos compreender melhor as respectivas leis.

Comecemos pela procura. Nós sabemos por experiência própria que a um determinado preço vigente, por exemplo no mercado de hortícolas, estamos dispostos a comprar X quantidades; quando os produtos ficam mais caros os compradores adquirem menores quantidades (a procura diminui); por outro lado quando há uma redução de preços, a reacção natural das pessoas é passarem a comprar mais hortícolas. Então em economia diz-se que a procura é uma função do preço (depende do preço); a maneira como ela se relaciona com o preço, ou dito doutro modo, o andamento da função procura é decrescente, no sentido de que para preços altos a procura diminui, e para preços baixos ela aumenta.

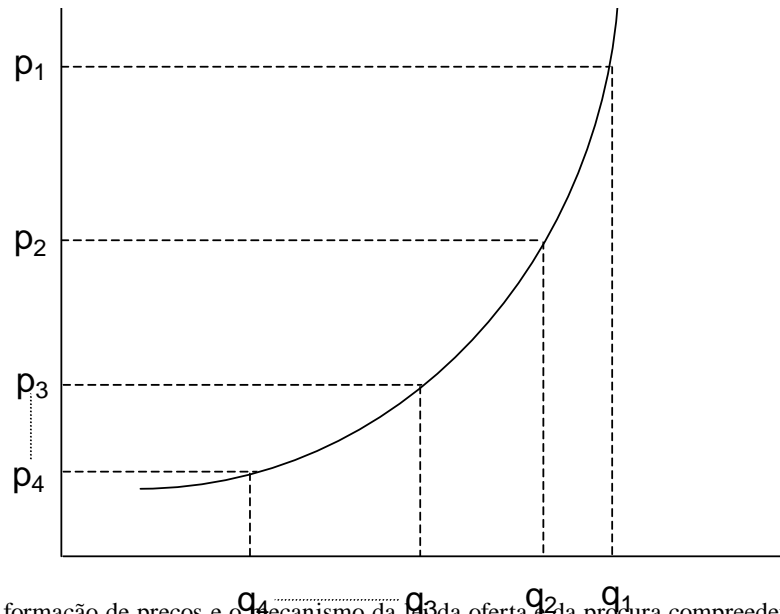
É assim a LEI DA PROCURA que tem as suas excepções que não vamos aqui analisar.

Representando as quantidades em abcissas e os preços em ordenadas tem-se o seguinte gráfico:



Vejamos em seguida alguma coisa sobre LEI DA OFERTA. Por definição, oferta é a quantidade de produtos que os vendedores colocam no mercado a um determinado preço. Portanto estamos agora na posição contrária (de vendedor). Também sabemos da prática que, no mercado, os vendedores reagem conforme os preços: a um preço alto colocam mais produtos; se os preços baixam eles estão dispostos a vender menores quantidades. Então diz-se em linguagem econômica que a curva da oferta ou a função oferta tem inclinação positiva (ou crescente) no sentido de que quanto mais altos forem os preços maiores são as quantidades oferecidas pelos vendedores.

Do mesmo modo que há bocado, figurando num eixo cartesiano as quantidades em abscissas e os preços em ordenadas tem-se a seguinte representação gráfica:



A formação de preços e o mecanismo da oferta e da procura compreendem-se melhor juntando as duas curvas num só eixo.

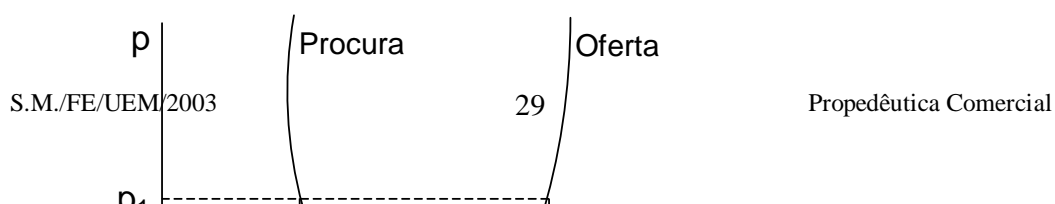


GRÁFICO Nº 3

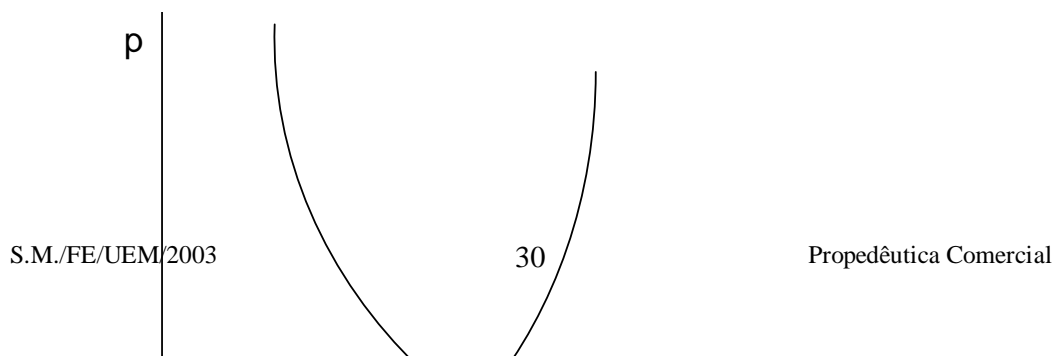
O ponto E, de cruzamento entre as funções da procura e da oferta, traduz o equilíbrio de mercado, isto é ao preço p_m tanto os compradores como os vendedores estão dispostos a negociar a quantidade q_m (significa que em princípio não há contradições de interesses).

Se os vendedores sobem o preço para p_1 há rotura de equilíbrio, isto é começa a haver contradições entre os vendedores e os compradores. Com efeito os vendedores logicamente predispõem-se a lançar no mercado quantidades maiores (q_1') mas os compradores só estão interessados em comprar muito menores quantidades (q_1). Como é que se resolve esta contradição de interesses?

Vamos fazer uma análise simples e empírica; análises mais detalhadas serão feitas noutras disciplinas.

Como ao preço p_1 há um excesso da oferta sobre a procura, que no caso se mede pela diferença $q_1' - q_1$, a prática ensina que alguns vendedores vão baixar o preço (sobretudo se os excedentes permanecerem muito tempo armazenados) para poderem vender mais quantidades; os restantes vendedores, para não ficarem atrás, acabarão por fazer o mesmo.

Entretanto acontece muitas vezes que alguns compradores passam a aceitar o novo preço ajustado ainda que um pouco maior que o do equilíbrio inicial p_m . No decorrer do processo todos os compradores que constituem a procura global passarão a comprar ao novo preço, suponhamos que seria p_m' (maior do que p_m). Então por aproximações sucessivas chegar-se-ia a uma nova situação de equilíbrio E' traduzida no esquema seguinte:



Algumas observações: no raciocínio indicado, em relação ao novo equilíbrio E', o preço situa-se acima do preço inicial p_m ; convém reter que os mecanismos de mercado são tão complexos que pode acontecer que o novo equilíbrio se situa a um nível de preços mais baixo do que o do ponto de partida.

Por outro lado se a ruptura de equilíbrio inicial fosse no sentido da baixa de preços por exemplo para p_2 (a procura seria maior que a oferta), os mecanismos de reequilíbrio seriam formalmente idênticos. Os alunos poderão estudar esta hipótese.

Como terceira observação notemos que a explicação apresentada está, como aliás já ressaltamos, muito simplificada porque há factores e elementos de análise que não foram tomados em conta e que muitas vezes contribuem para que o processo não se desencadeie exactamente como foi descrito. Um exemplo: na indústria de sumos, nos países capitalistas, a subida de preços não é unilateralmente decidida pelas empresas; há um processo mais ou menos complexo que é preciso seguir para conseguir que as autoridades competentes legalizem ou autorizem os preços exigidos pelas empresas. O facto importante a reter é que efectivamente são elas que impõem, solicitam ou têm poder para exigir que as autoridades confirmem os preços que pretendem fazer vigorar. E têm variadíssimos meios para conseguir os seus objectivos.

Para completar estas ideias à volta da noção de mercado diremos que originariamente, e ainda hoje em muitos países, mercado traz implícita a ideia de bazar, local onde convergem pessoas, umas para vender os seus produtos e serviços (trata-se da oferta) e outros para comprar (trata-se de procura); lugar onde há grande movimento comercial.

2.10. Mercados em sentido restrito. Economia de mercado e seus fundamentos

Mais estritamente, em muitos países, a ideia de mercado está associada ao lugar onde se vendem comestíveis e outros géneros. Nas escolas comerciais apresenta-se o seguinte conceito, extraído do livro de Noções de Comércio de A. Filomeno Lourenço:

"Os locais certos onde em dias e a horas fixas se vendem ao público géneros vindos de fora que se têm, em regra, de consumir frescos ou em bom estado de conservação são conhecidos por mercados ou praças.

Os mercados funcionam todos os dias, a horas regulamentares, nas cidades, e nas localidades menos populosas, três, duas ou uma vez por semana, consoante a importância de cada uma.

Os recintos em que se estabelece os mercados, os grandes centros populacionais são cobertos e possuem instalações adequadas; nas terras pequenas, são descobertos.

A organização dos mercados, a fixação do aluguer do lugar de cada vendedor, bem assim a fiscalização que neles se exercem cabem às câmaras municipais. Mas estas, por vezes, concedem às sociedades comerciais, mediante certas condições, o privilégio da exploração". Fim de citação.

É nestes mercados onde as leis da oferta e da procura realizam melhor o papel de auto-regulador dos preços. Daí que em linguagem económica os países capitalistas também sejam designados por países de economia de mercado.

Mas não fiquemos limitados, associando a noção de mercado com lugar de venda de frescos (v.g. mercado da Baixa, mercado de Xipamanine em Maputo, mercado de Maquinino na Beira e mercado de Brandão em Quelimane). Mercado para nós é um conceito muito mais amplo, conforme o definimos no início deste ponto. Repare-se por sinal que modernamente até o requisito "espaço geográfico" já não constitui requisito *sine qua non* (veja-se o mundo financeiro como funciona através de comunicações intercomputadores via INTERNET).

Dada a sua importância para nós moçambicanos, incluem-se a seguir, e como complemento, considerações adicionais sobre a economia de mercado, seus fundamentos e dificuldades.

Quanto ao modo de funcionamento e coordenação das actividades económicas já nos apercebemos que o mecanismo de preços e o individualismo das pessoas constituem o fundamento base do sistema. A soberania do consumidor exerce-se através dos preços os quais determinam a produção, a distribuição e o consumo.

Segundo Samuelson (*in* Economia) Adam Smith, cujo livro "A Riqueza da Nações" (1776) marca o início da economia moderna, ficou bastante entusiasmado ao reconhecer uma ordem no sistema económico.

Smith proclamou, então, o princípio da "mão invisível". Este princípio diz-nos que cada indivíduo, prosseguindo apenas, egoisticamente, o seu interesse pessoal, é levado, como que por uma mão invisível, a realizar o melhor para todos. Portanto não é necessária nenhuma intervenção do homem na organização e coordenação das actividades económicas e sociais.

Quanto à forma de propriedade deve prevalecer em exclusividade a privada. O Estado deve abster-se de possuir meios de produção.

Sobre as dificuldades e imperfeições do sistema de economia de mercado diz-nos ainda Samuelson (*in* Economia) que passados 2 séculos, reconhece-se algumas limitações realistas à doutrina de Smith. Sabe-se que o mercado, por vezes, nos deixa em situações complicadas devido às chamadas "FALHAS DE MERCADO" - falta de

conhecimento do mercado, falta de transparência, ausências de concorrência perfeita, falta de mobilidade dos factores e a existência de externalidades.

Dáí o papel económico do Estado através dos 3 "Es":

- a) **Eficiência** - pela qual se pretende corrigir as falhas como o monopólio
- b) **Equidade** - que procura fazer a redistribuição do rendimento
- c) **Estabilidade** - que visa reduzir as flutuações do ciclo económico, o desemprego, a inflação

Quanto às externalidades há a distinguir as economias externas (traduzem-se em benefícios) das deseconomias externas (custos). Verificam-se externalidades sempre que empresas ou pessoas impõem custos indirectos (v.g. poluição) ou benefícios indirectos (v.g. segurança privada feita por um vizinho) a outros, sem que estes recebam qualquer indemnização ou efectuem o devido pagamento.

De tudo quanto temos vindo a dizer sobre os dois mais importantes sistemas de organização económica e social, é fácil concluir que na prática o que existe são os modelos chamados de economias mistas. Estes têm as características dos dois que descrevemos, em termos de formas de coordenação e mecanismos de funcionamento e procuram juntar os aspectos positivos de ambos. Os modelos mistos correspondem às economias reais do tipo EUA, Brasil, Índia, Reino Unido, Países Nórdicos.

Com efeito, tem-se os seguintes sectores, segundo F. Pereira de Moura:

- 1. De subsistência (sem mecanismos formais de organização e funcionamento)
- 2. Informal (quase puro mercado, ou o que mais se aproxima do ideal) também sem os mecanismos aludidos em 1
- 3. Pequenas e médias empresas (sistema de mercado)
- 4. Grandes unidades concentradas (mistura de mercado e plano)
- 5. Sector público (sistema de planificação central)

2.11. Formas de mercado. Exemplos

No estudo sintético que acabámos de fazer àcerca de mercado vimos que há dois grandes sistemas de organização económica que andam íntimamente associados ao socialismo e capitalismo. Em cada um deles os mercados têm características específicas e os preços formam-se de acordo com leis que constituem o fundamento básico do funcionamento dos próprios sistemas políticos.

Nas economias capitalistas podemos distinguir os seguintes tipos de mercado: Concorrência perfeita (ou pura), monopólio bilateral, monopólio, monopsónio, oligopólio. Para maior facilidade de estudo, apresenta-se primeiro um mapa com as principais formas de mercado segundo o critério da dimensão das empresas; em segundo lugar mostra-se um mapa-resumo (com as diferentes situações de mercado segundo critérios de identificação mais alargados); segue-se depois um esquema que mostra a amplitude das formas de competição e finalmente termina-se com uma descrição sumária das situações de mercado mais correntes.

1. Formas de mercado (Ponto de vista do critério "DIMENSÃO")

Oferta 	Muitas Unidades PEQUENAS	Uma Unidade GRANDE	Algumas Unidades GRANDES
Procura 	CONCORRÊNCIA BILATERAL	MONOPÓLIO	OLIGOPÓLIO
Muitas Unidades PEQUENAS	CONCORRÊNCIA BILATERAL	MONOPÓLIO	OLIGOPÓLIO
Uma Unidade GRANDE	MONOPSÔNIO	MONOPÓLIO BILATERAL	MONOPSÔNIO LIMITADO
Algumas Unidades GRANDES	OLIGOPSÔNIO	MONOPÓLIO LIMITADO	OLIGOPÓLIO BILATERAL

Nota: Na Inglaterra, segundo J. Beardshaw *in* Economics, "Legalmente falando uma organização pode ser tratada como um monopólio de acordo com a Lei *Fair Trading* de 1973 se ela tem mais do que 25% do mercado"¹⁶.

2. Mapa resumo

Situações 	Concorrência Pura	Concorrência imperfeita		Monopólio
Crítérios 		Concorrência monopolística	Oligopólio	
Nº de empresas (1)	MUITAS	MUITAS	ALGUMAS	UMA
Dimensão	Pequenas	Pequenas	GRANDES	GRANDE
Produto	Similar	DIREFENCIAD O	-	-
Comportamento (2)	Ajustamentos de quantidades (3)	Polipolístico (4)	Oligopolístico (5)	Monopolístico (6)
Domínio sobre o preço	Nulo	Reduzido	Grande	Quase total
Possibilidade de entrada	Fácil	Relativa/ Fácil	Difícil	Difícilima

- (1) Trata-se de nº de empresas a VENDER
- (2) Ou métodos de marketing
- (3) As empresas tomam o preço como um dado
- (4) $q_i(p_i, p_j)$ em que $i = 2, 3, 4, \dots, n$
- (5) $q_i[p_i, p_i^*(p_i)]$
- (6) $q_i(p_i)$

3. Amplitude das formas (ou tipos) de competição

GRÁFICO nº 5

¹⁶ Entre nós ainda não há leis anti-monopolistas

a) Concorrência perfeita (ou pura)

Em mercado de concorrência perfeita há muitas empresas, em geral de dimensão reduzida, cada uma delas sem força ou capacidade suficiente para impor as suas regras de jogo. Cada uma luta por conseguir o máximo de lucro e sobreviver no mercado ainda que isso implique inviabilizar ou mesmo sufocar a actividade do parceiro.

A importância das unidades empresariais mede-se normalmente pelo volume de vendas anual em relação ao mercado total ou do sector; o número de trabalhadores também costuma ser um indicador bastante significativo da importância e poderio das empresas.

Exemplos: na área de vendas de hortícolas os alunos podem ter uma ideia do que é um mercado de concorrência perfeita; as lojas de venda a retalho constituem um ramo de actividade em que este tipo de mercado também se verifica.

Podemos afirmar que um mercado de concorrência perfeita só existe em teoria. Com efeito, este tipo de mercado por definição exige que os concorrentes possam fixar os preços à sua livre vontade, tenham a liberdade de negociar as quantidades que quizerem e que os produtos sejam homogéneos (isto é sejam iguais ou sendo diferentes satisfaçam exactamente as mesmas necessidades).

Se recordamos uma das definições de mercado, precisamente a originária, vemos que é o ponto de encontro de vendedores e compradores para a fixação de preços e troca de produtos. Este ponto começou por ser um certo lugar geográfico (feiras).

Hoje, mercado neste exacto sentido não existe em nenhuma parte do mundo; isto quer dizer há nos mercados muitos elementos e factores que influenciam a determinação das quantidades e preços do mercado.

b) Concorrência imperfeita

A chamada concorrência imperfeita corresponde a situações mais realistas. Há vários tipos dos quais destacamos os seguintes:

- **Monopólio bilateral**

Um só comprador e um só vendedor. Acontece muito poucas vezes e dá-se quando no mercado há um só vendedor a lançar um determinado produto e por outro lado um só comprador a "disputar" o referido produto. Suponhamos o caso mais simples de idealizar de um único construtor de uma cidade a fazer pontes aéreas sobre estradas para o Estado. Há um monopólio na procura (o Estado) e na oferta (o construtor).

- **Monopólio**

É o termo mais conhecido e designa aquelas situações em que uma única empresa vendedora domina o mercado que é constituído por um grande número de empresas e pessoas compradoras; portanto do lado da oferta, uma só unidade e do lado da procura, um sem número de unidades.

Na prática os monopólios puros são muito raros. Mais frequentes são os casos de fornecimentos de bens e serviços públicos por parte do Estado. Como exemplos em muitos países tem-se os casos de água, luz, telefones, correios, transportes públicos, prisões, parques e jardins públicos.

- **Monopsónio**

É uma situação inversa da do monopólio e que se traduz por existir um único comprador que se defronta no mercado com uma pluralidade de vendedores.

É o exemplo adaptado do construtor de pontes; no monopsónio há vários construtores (oferta) e um só utilizador, o Estado (procura).

- **Oligopólio**

A característica essencial é existir um pequeno grupo de vendedores a dominar o mercado onde há uma procura atomística, isto é, um grande número de compradores sem poder ou capacidade de exercer qualquer tipo de influência.

Vejamos agora como se processam as coisas nas economias de planificação central.

Já tivemos ocasião de constatar que nos países socialistas o mercado em si não desempenha o papel de regulador dos preços e quantidades. Portanto logo à partida não encontramos, como filosofia de funcionamento dos mercados, o princípio da concorrência pura.

No entanto o mercado, no sentido de lugar de encontro do comércio, lugar onde se compra e vende, esse existe de facto. Mas os bens são produzidos segundo um plano central, a produção circula também de uma maneira planificada e os preços estão centralmente fixados.

Dissémos lá atrás, e convém frisar de novo, que a direcção planificada do mercado é um dos requisitos essenciais para o funcionamento normal da produção e circulação de mercadorias; vimos também que as categorias da oferta e da procura não são espontâneas e têm no socialismo um conteúdo social, no sentido do que dissémos quando falámos da função política, económica e social do comércio no nosso país até finais dos anos 80: satisfazer as necessidades crescentes da população.

No entanto todos sabemos, por experiência já vivida no nosso país., que havia um número suficientemente grande de produtos que não constavam do plano ou que deliberadamente se deixava que o simples jogo das forças do mercado, no sentido da concorrência, determinasse a produção e os preços. E já explicamos o porquê desta orientação.

É assim também nos países que tem uma maior experiência de organização socialista da economia. Por ter interesse pedagógico passamos a transcrever a seguinte passagem do livro de Manuel de Economia Política de N.D.Kolesov:

"A regulação planificada do mercado efectua-se através do conjunto de instrumentos económicos que influenciam a procura e a oferta. O seu objectivo é a manutenção da correspondência planificada entre a procura e a oferta.

Todas as medidas económicas aplicadas pelo Estado para a regulação planificada do mercado dividem-se em dois grupos: as directas e as indirectas.

Às medidas directas de influência sobre a oferta, pertencem as tarefas planificadas dos fundos de mercado, a alteração dos preços fixados pelo Estado e as normas de existência de mercadorias.

As medidas indirectas, baseadas no aproveitamento da iniciativa das empresas, são a desvalorização dos bens de modelos antiquados e que perderam a sua qualidade primitiva, a revenda autónoma das mercadorias pelas empresas retalhistas e grossistas das regiões onde ela se manifesta, as compras de mercadorias por empresas grossistas e retalhistas às empresas, cooperativas, etc.

O êxito da regulação planificada do mercado depende também da análise da estrutura da procura, do sistema de informação dos produtores daquela estrutura e do sistema de informação dos produtores no lançamento das mercadorias que têm procura". Fim de citação.

CAPITULO III

A MÁQUINA COMERCIAL E PRINCIPAIS INTERVENIENTES

3.1. Considerações gerais

Destacamos o presente capítulo, "A Máquina Comercial e Principais Intervenientes", apenas para dar ênfase às formas básicas de organização comercial e aos principais agentes que mais intervêm nas actividades correntes de comércio.

Os capítulos seguintes, em particular o , IV, V, VIII e IX, tratam de estruturas e formas de intervenção de tal maneira *sui generis* no comércio (v.g. Bancos, Seguros, Alfândegas, Bolsas) que entendemos que merecem um destaque especial.

Por máquina comercial consideramos todos os organismos, estruturas e meios de que um sistema económico necessita para que o comércio realize a sua função económica fundamental.

Os intervenientes do comércio são os agentes que têm o papel de, no quadro da máquina comercial existente, agir e dinamizar a actividade mercantil quer a nível interno quer no âmbito das relações económicas internacionais.

Como veremos nos pontos seguintes, numa região ou território comercial formado por países que se interrelacionam no contexto de programas de cooperação bilateral ou multilateral ou ainda dentro de um esquema mais vasto de integração e globalização económica, uma máquina comercial é essencialmente constituída por dois grandes grupos de unidades:

- As empresas em geral e
- Os organismos de controlo, dinamização e e coordenação económica.

A importância da máquina comercial e dos métodos e mecanismos que imprimem um maior dinamismo à actividade comercial podem ser bem entendidos através da seguinte afirmação de Lenine:

"O desenvolvimento do comércio, posto ao serviço do socialismo, e o aperfeiçoamento dos seus métodos constituem uma das condições necessárias à construção do comunismo".

Encontraremos até ao final deste capítulo vários exemplos de unidades importantes que existem em qualquer sistema económico.

Nas secções seguintes trataremos sucessivamente da seguintes figuras:

- COMERCIANTE EM NOME INDIVIDUAL

- EMPRESÁRIO
- COOPERATIVAS
- LOJAS DO POVO, EMPRESAS ESTATAIS e EMPRESAS PÚBLICAS
- SOCIEDADES COMERCIAIS CLÁSSICAS
 - a) SOCIEDADES EM NOME COLECTIVO
 - b) SOCIEDADES EM COMANDITA
 - c) SOCIEDADES ANÓNIMAS
 - d) SOCIEDADES POR QUOTAS
- SOCIEDADES MODERNAS
 - a) PARTICIPAÇÕES FINANCEIRAS
 - b) CONSÓRCIOS
 - c) JOINT-VENTURES
 - d) TRUSTS
 - e) Empresas HOLDINGS
 - f) RINGER ou CORNER
 - g) POOLS
 - h) SINDICATOS

3.2. Comerciante em nome individual de responsabilidade ilimitada e o seu papel na República de Moçambique

A origem do comércio, como já vimos, perde-se na infância da Humanidade e está profundamente ligada à permuta de bens entre o agricultor, o caçador, o artífice, o pastor. O comerciante, como elemento que realiza a circulação de mercadorias, surge muitos séculos depois, no IV milénio A.C., mais concretamente no período em que se verifica a decadência da comuna primitiva e a divisão social do trabalho; é o comerciante que veio dar um conteúdo novo e decisivo a toda a actividade económica.

Iniciamos o estudo da Propedêutica Comercial e Financeira com a análise de um artigo importante da lei do comércio privado do nosso país. Significa que o agente do comércio que em Direito Comercial se chama "comerciante em nome individual" é um dos principais intervenientes da actividade comercial.

Em termos jurídicos uma unidade comercial pode assumir a forma de empresa individual ou de empresa colectiva. É do primeiro caso que nós estamos a tratar. Caracterizemos então, e muito sumariamente, a forma de comerciante em nome individual destacando aqueles aspectos que maior interesse prático podem ter para esta disciplina.

Comerciante em nome individual é todo aquele que possui e gere uma unidade comercial fazendo do comércio a sua profissão habitual em seu nome e por sua conta própria.

Normalmente a vida da empresa individual está intimamente ligada à vida do próprio comerciante no sentido de que o seu maior ou menor dinamismo, a sua disposição, a sua vontade, a sua idade, e em geral todos os aspectos e situações psicológicas da sua vida íntima afectam e repercutem-se na empresa. Daí que em regra a responsabilidade do comerciante em nome individual não tenha limites (i.e. é ilimitada) o que significa

simplesmente que em caso de litígio nos tribunais respondem pelas obrigações da empresa não só os bens directamente afectos à actividade comercial como também os seus bens pessoais.

Quem pode ser comerciante individual?

Vamos situar a resposta a esta pergunta, e a que depois se coloca mais à frente (quem não pode ser comerciante em nome individual?), ao período anterior à introdução do Programa de Reabilitação Económica e consequente formalização da adopção do sistema de economia de mercado. Terminaremos esta secção com breves notas sobre os desenvolvimentos recentes nesta matéria.

A lei do comércio privado, no seu artigo 13, dá a resposta directa à pergunta há pouco colocada. Assim,

"Podem ser comerciantes em nome individual as pessoas residentes nacionais ou estrangeiras, que:

- a) Tenham a maioridade legal;
- b) Não tenham sido condenados judicialmente pela prática de crimes dolosos em pena superior a 2 anos de prisão maior;
- c) Possuam a capacidade financeira necessária à prossecução da actividade comercial, a determinar pela entidade licenciadora".

Vejamos em seguida quem não pode ser comerciante em nome individual. Responde ainda a lei do comércio privado através do artigo 7 que trata das incapacidades.

"1. É interdito o exercício da actividade comercial, a título privado, a todo o indivíduo que exerce funções em regime de exclusividade, em qualquer organismo do Aparelho de Estado, unidades económicas e sociais subordinadas e empresas estatais;

2. Esta interdição abrange o cônjuge dos dirigentes e quadros de direcção do Aparelho de Estado, unidades económicas e sociais subordinadas e empresas estatais.

3. A interdição não se aplica aos trabalhadores que não exerçam funções de direcção no Aparelho de Estado, unidades económicas e sociais subordinadas e empresas estatais, no que respeita à venda de produção doméstica resultante de trabalho próprio e seus familiares directos".

Reparando bem, as interdições indicadas abrangem apenas:

- a) Trabalhadores do Aparelho do Estado
- b) Trabalhadores das empresas estatais
- c) Quadros dirigentes

A lei específica ainda que, com excepção dos quadros dirigentes, todos os outros trabalhadores podem vender a sua produção doméstica mas deve ficar claro que, por definição do comerciante, é necessário que essa venda não se transforme na profissão habitual e fundamental do trabalhador.

Estudando o Código Comercial vigente em Moçambique, podemos completar as interdições dizendo que a profissão do comércio é também proibida:

- a) A todas as associações ou unidades sociais que não tenham objectivos comerciais;
- b) Aos que tenham cometido crimes puníveis pela lei.

Para terminar este ponto vejamos qual o papel do comerciante em nome individual. Muito do que haveria a dizer já foi referido na parte introdutória destas lições.

No nosso país há muitos sectores da actividade económica em que a circulação de mercadorias pode ser garantida com eficiência pelos comerciantes em nome individual. Até ao abandono do sistema de direcção planificada da economia (primeiros 2 anos da década de 90) ainda não tinha sido publicado o regulamento que especifica quais os sectores e áreas em que o comércio privado devia orientar a sua actividade. No entanto a prática já existente na altura, permitia-nos concluir que em geral o comerciante em nome individual podia operar em todos os circuitos de comercialização de produtos não estratégicos.

Se assim é podemos compreender o grande papel desempenhado pelo comércio privado, em especial no abastecimento das populações em bens de consumo, na compra dos excedentes da sua produção e mesmo no fornecimento de matérias primas e instrumentos de trabalho de que necessita e até no desempenho de funções informais de natureza bancária e de correios (é o cantineiro clássico).

Simplemente para que o comerciante privado pudesse realizar este papel era necessário que a rede comercial em que se inseria estivesse de acordo com as orientações do Plano para evitar os desequilíbrios que já apontámos quando falámos dos circuitos de comercialização do tempo colonial.

Portanto o papel do comerciante em nome individual no nosso país foi e ainda é o de participar no desenvolvimento da Economia Nacional através do seu envolvimento na circulação de mercadorias nos sectores e regiões indicadas pelo Plano e autorizadas pelas estruturas licenciadoras, tendo hoje em dia os mecanismos de plano sido substituídos pelos de livre mercado.

Mais concretamente o comerciante em nome individual, que reveste normalmente a forma familiar, ou se ocupa do comércio de uma grande variedade de artigos de consumo (açúcar, canetas, sal, cânfora, petróleo) ou se especializa em determinados produtos homogéneos ou complementares (hortaliças e ovos); em ambos os casos o que no essencial o faz distinguir de outras formas de organização comercial a título privado (as sociedades comerciais como veremos mais adiante) é o seguinte:

- dimensão e complexidade muito reduzidas
- carácter muito pessoal da direcção (é dono que faz tudo)
- responsabilidade ilimitada e individual (os bens pessoais do dono também respondem pelas dívidas da unidade comercial).
- organização e gestão quase empíricas, isto é, sem recurso a técnicas avançadas (exemplo: organização científica do trabalho, gestão mecanizada ou computarizada de stocks).
- exercício informal de funções económicas e sociais essenciais às populações nos locais onde não existem organizações apropriadas para o efeito (v.g. crédito, depósito, recepção e distribuição de correio, etc.)

Como complemento para a melhor compreensão do conceito do comerciante em nome individual, que na essência é um modelo típico de países onde as formas mais avançadas de organização do comércio ainda não foram instituídas, socorremo-nos de uma passagem do relatório ao IV Congresso do comité central do Partido FRELIMO actualmente no poder que passamos a transcrever:

"O comércio estava nas mãos de milhares de cantineiros estrangeiros, espalhados pelo país, constituindo parte integrante da rede comercial e de armazenamento de produtos. Desde as bancas dos bazares aos maiores

supermercados, a quase totalidade do comércio era feita por estrangeiros. Eram os colonos que vendiam o saco de milho e a hortaliça, a agulha e lata de água, a charrua e a enxada, as chapas de zinco e o caniço, a lata de petróleo e o carvão vegetal, a capulana e o lenço de cabeça, o espelho e o brinco, o pente e a missanga".

Em relação aos desenvolvimentos recentes da figura de comerciante em nome individual, importa dar particular realce aos novos matizes de que se revestem o comerciante, o cantineiro e o empresário. Com efeito é importante notar que desde a Independência para cá, e muito particularmente depois do terminado o conflito armado interno de 16 anos, o comércio, em particular o chamado informal (dumba-nengue ou chungamoyo), tem estado a passar progressivamente para as mãos dos Moçambicanos. Assiste-se também ao regresso de estrangeiros (com destaque para Asiáticos e Portugueses) que tem assumido a direcção e gestão de pequenas unidades de produção de bens e serviços dos quais se destacam os restaurantes, cafés, pastelarias, quiosques, transportes, pensões, serviços de viagens e turismo, carros de praça e até pequenos negócios ambulantes disfarçados através do uso intensivo de menores Moçambicanos que calcorreiam as ruas das principais cidades.

Em segundo lugar urge referir que a Lei do Comércio Privado ainda não foi revogada e em relação ao Código Comercial só no presente ano é que se desencadeou publicamente o processo de estudo e revisão. Disto decorre que as condições de exercício e as interdições que estudámos mantêm-se na generalidade, embora na prática a rigidez em relação aos trabalhadores do Aparelho do Estado e aos quadros dirigentes esteja relaxada, pois com a entrada em vigor do Estatuto do Funcionário do Estado, apenas se diz duma maneira geral que são deveres dos funcionários do Estado "não exercer outra função ou actividade remunerada sem prévia autorização"(nº 32 do Artigo 99).

Em terceiro lugar, com intensidade crescente vai surgindo no ordenamento económico Moçambicano uma figura nova de empresário que pela sua tipicidade merece um destaque à parte na secção seguinte. Para concluir importa realçar que, observando atentamente os estatutos de constituição de empresas que se publicam no Boletim da República, nota-se que os alvarás abrangem uma multiplicidade de actividades económicas, pelo que já não se verificam as excepções que apontámos em relação aos sectores estratégicos da economia que não podiam ser da alçada do comércio privado, embora na prática haja fortes condicionamentos em determinadas áreas mesmo em países capitalistas como os Estados Unidos onde por exemplo a indústria de armamento estratégico não é deixada ao simples jogo das forças de livre mercado.

3.3. O empresário em geral. O empresariado emergente em Moçambique

Do livro "A Economia em vinte e quatro lições - Uma iniciação para gestores" de Mário Murteira, extraímos com a devida vénia o seguinte:

"Num livro escrito em 1911 - Teoria do Desenvolvimento Económico - o então jovem Schumpeter caracterizou o capitalismo como um sistema económico essencialmente dinâmico, auto-adaptativo, gerador do que chamou "processo de destruição criadora". Este processo é *endógeno*, vem de "dentro" do capitalismo e, assim, não resulta de factores exógenos, actuando de "fora" do próprio sistema, embora tais factores possam acelerar ou travar o processo (guerras, descobertas científicas, mudanças nos valores sociais, etc.). Nesse processo endógeno de

desenvolvimento do capitalismo, a grande personagem é o empresário (*entrepreneur* termo diferente de *manager*, que em português teria como melhor equivalente a palavra *empreendedor*) capaz de inovar; inovar, para Schumpeter, é lançar produtos novos ou novas técnicas para produzir bens já existentes, é conquistar novas fontes de matérias primas ou novos mercados ou, ainda, novas formas de organização desses mercados.

Compreende-se que, nesta perspectiva, o mercado só é factor de desenvolvimento (do capitalismo) porque fornece o contexto aberto à energia empresarial. Ou seja: o mercado é o meio ambiente que propicia o acto criador do empresário schumpeteriano, logo, a inovação.

Oitenta anos mais tarde, que valem estas intuições de Schumpeter?

Há aqui três categorias analíticas que, embora hoje assumidas em moldes algo diferentes, se revelam de grande actualidade:

- O *empresário* como agente inovador.
- A *inovação* como elemento essencial do desenvolvimento do capitalismo.
- A *concorrência* como processo incessante de competição e cooperação entre agentes económicos que se manifestam de várias formas, não apenas em termos de quantidades e preços de produtos dados, mas também de lançamento de novos produtos, processos, técnicas, formas de organização, etc.

[illegible]

"Convém notar que o empresário não é (necessariamente) nem o gestor (*manager*) nem o proprietário dos meios de produção. O empresário é a pessoa ou a entidade responsável pela estratégia da empresa, isto é, pela direcção do desenvolvimento da empresa. Considerando que a empresa se situa perante um contexto envolvente, o empresário estabelece a relação com esse contexto mais propícia ao desenvolvimento da sua actividade, do seu negócio. O gestor é o profissional tecnicamente habilitado para se ocupar de aspectos específicos do funcionamento da empresa: contabilidade e finanças, marketing, produção, pessoal, etc. O proprietário contrata, elege ou escolhe o empresário ou o gestor, mas não tem de ser uma ou outra coisa (embora, claro, possa acumular essas funções, sobretudo numa pequena ou média empresa - PME). Isto significa, por exemplo, que uma empresa pública - propriedade do Estado - pode contratar um empresário privado para gerir a actividade. Neste sentido, o empresário não tem de ser um técnico de gestão, embora seja conveniente conhecer algo dessas técnicas. O que além do mais significa que o bom empresário não resulta tanto do *estudo* da gestão como da sua prática bem sucedida, fruto de qualidades pessoais específicas", fim de citação.

Face à transcrição vejamos alguns aspectos do empresariado emergente em Moçambique, ou Moçambicano.

Constitue pensamento dominante ou pelo menos sonante na *intelligentsia* económica de Moçambique a ideia de que é o empresário Moçambicano que é capaz de impulsionar e gerar o desenvolvimento económico em Moçambique, praticamente em total substituição da concepção que prevaleceu até aos Acordos de Paz de 1992, em que eram a empresa estatal e a cooperativa as instituições capazes de criar acumulação necessária ao crescimento e desenvolvimento. É assim que se verifica uma òccorridã para a constituição de sociedades em que o Moçambicano é o elemento obrigatório como parte social.

Em regra, e quase se pode afirmar que na totalidade dos casos, o parceiro Moçambicano é como que uma espécie de *pivot* para que o real investidor estrangeiro tenha acesso aos centros de decisão. O nacional aparece com a parte menor do capital (é sócio minoritário); raras vezes ultrapassa os 5%; só o Estado Moçambicano é que atinge valores da ordem dos 50% ou mais pela simples razão de ter sido o proprietário exclusivo das empresas

estatais ou quando o Estado exige que 20% do capital se destine aos trabalhadores das empresas estatais em transformação.

Por outro lado, este empresário mete-se em mil uma coisas, actividades e empresas como sócio, quadro superior ou director, na mira de acumular fontes de rendimento para "sobreviver", ter uma vida estável ou beneficiar de alguns luxos, o que torna ainda mais difícil a realização da verdadeira função de empresário..

Algumas limitações e constrangimentos deste processo. O empresário Moçambicano é mais proprietário, sócio e/ou gestor do que aquele empreendedor e criativo concebido por Schumpeter. Ele não tem poder económico, quer porque é minoritário na ósuaõ empresa quer por ter reduzida credibilidade nos meios financeiros nacionais e internacionais.

Os custos de oportunidade do empresário típico Moçambicano (v.g. o seu salário, o seu carro pessoal, as despesas de representação, as viagens) não são devidamente contabilizados na empresa; são pelo contrário ainda mais agravados pela vida de ostentação que patenteia à custa da descapitalização da empresa, reduzindo ainda mais as potencialidades de crédito na banca.

Talvez se argumente que podemos criar um novo tipo de empresário polivalente com matizes moçambicanas (v.g. proprietário, gestor e quadro). Então como à partida não tem meios mínimos, é o Estado que deve intervir para criar o tal empresário óricoõ com poder económico e capacidade inovativa e capaz de induzir, de forma multiplicativa, o investimento sensível à escala nacional.

Para isso urge criar uma espécie de Lei do Empresário Moçambicano apoiada por um fundo *ad hoc* com regras e áreas de actuação bem determinadas, em que por exemplo a agro-indústria-pecuária teriam prioridade absoluta e os serviços de pura intermediação seriam secundarizados.

Um processo e mecanismo deste tipo, que até por sinal nem são originários, deveriam ser precidos de debate à escala nacional pois que, dado já ser bastante tarde a sua introdução, levantaria problemas éticos do tipo óserá que é tarefa do Estado produzir gente muito rica numa sociedade camponesa como a nossa?õ. Por outro lado já se interroga mesmo se a economia de mercado é a via mais correcta de resolver os problemas fundamentais dos Moçambicanos.

Enquanto isso há que fazer mais qualquer coisa que dê substância e fundamento ao modelo de desenvolvimento actualmente em voga.

3.4. As cooperativas. Diferentes tipos e o seu papel no comércio

Acabámos de ver alguns aspectos que definem e caracterizam o comerciante em nome individual e o empresário.

Entramos agora no estudo das cooperativas e vamos destacar os aspectos mais significativos que importa reter na nossa disciplina. Para isso devemos recorrer à lei 9/79 de 10 de Julho que define a constituição, tipo e formas de organização cooperativa na República de Moçambique. Logo nos artigos 1 e 2 encontramos claramente uma definição do conteúdo e objectivos das cooperativas. Assim:

Artigo 1. "As cooperativas são organizações de natureza colectiva que realizam uma actividade sócio-económica sem exploração do homem pelo homem e cujos membros são trabalhadores que em regime de livre associação contribuem com bens ou serviços para a concretização dos objectivos definidos na presente lei".

Artigo 2. "As cooperativas tem por objecto prosseguir uma actividade económica e desenvolver acções de ajuda mútua entre os respectivos membros, destinadas a promover o seu bem estar material, social e cultural.

As cooperativas contribuem para o fortalecimento da aliança operário-camponesa, para a construção do Socialismo e para a luta do Povo Moçambicano contra todas as formas de exploração do homem pelo homem".

Os tipos de cooperativas que podem constituir-se na República de Moçambique encontram-se indicados no artigo 5 da referida lei que passamos a transcrever:

"1. Poderão constituir-se os seguintes tipos de cooperativas.

- a) De produção agrária;
- b) De produção pesqueira;
- c) De produção industrial;
- d) De produção artesanal;
- e) De consumo;
- f) Habitacionais;
- g) De prestação de serviços.

2. O objecto económico dos diversos tipos de cooperativas será definido nos respectivos Estatutos-Tipo.

3. Poderão constituir-se cooperativas de tipos dos mencionados no número 1 deste artigo mediante a aprovação do respectivo Estatuto-Tipo".

Até finais dos anos 80 e inícios da década 90, as cooperativas desempenharam um papel vital na vida do povo Moçambicano porque elas e as empresas estatais constituíam a forma principal de organização da vida económica da nossa sociedade. A experiência de organização cooperativa surgiu e desenvolveu-se bastante durante a luta de libertação nacional, precisamente nas zonas libertadas, onde as formas de organização impostas pelo colonizador foram destruídas para dar lugar ao novo processo de vida económica que veio a constituir exemplo e alavanca impulsionadora do movimento cooperativo lançado após a proclamação da Independência Nacional.

Dentre os tipos de cooperativas previstos na nossa lei as cooperativas de prestação de serviço e muito particularmente as cooperativas de consumo foram a arma fundamental do povo que se acreditava iria introduzir uma dinâmica e conteúdo novo na circulação de mercadorias.

A explicação é simples. Com efeito a socialização do campo e organização da população das cidades em moldes cooperativos na área da distribuição dos produtos assegurava que os canais mais importantes da circulação da mercadorias estivessem nas mãos do povo, permitindo assim uma melhor defesa e consolidação dos interesses da maioria da população moçambicana.

Nós conhecemos bem da história de Moçambique e da história de muitas civilizações que o comércio está na origem de grandes saltos de desenvolvimento, de conflitos, de invasões, de fenómenos de colonização, de guerras e de profundas transformações políticas, económicas e sociais.

A actividade do comércio em qualquer sociedade deve por isso estar nas mãos de quem exerce o poder. No caso de Moçambique entendia-se que o comércio devia ser conduzido por operários e camponeses.

Desde o primeiros anos da década de 90 tem-se verificado uma diminuição da importância da forma cooperativa de organização económica em que a tónica dos jargões õpropriedade colectivaõ, õtrabalhadoresõ,

õcamponesesö, õsem exploração do homemö, "ajuda mútua", "povo", "sem intuitos lucrativos" tende a desaparecer a favor do "empresário ricoö, õpropriedade individualö, õlucrativoö, "competição", "indivíduo".

De notar que S. Exa. O Presidente da República na cerimónia de graduação de bacharéis do Instituto Superior Politécnico Universitário, no dia 16 de Setembro de 2000, lançou um desafio às universidades para investigarem se a inversão de marcha que fizemos para o regime de economia de mercado é a que melhor corresponde aos anseios dos Moçambicanos tendo em vista a solução dos seus problemas fundamentais. Significa que estamos no limiar de um novo ciclo que terá efeitos práticos e teóricos.

Finalmente deve notar-se que a forma de organização económica em moldes cooperativos não é exclusiva dos sistemas de planificação central (socialista) e nem têm a paternidade da sua criação. Em muitos países de economia de mercado (capitalistas), donde aliás as cooperativas são originárias, adopta-se este modelo organizacional por um lado sempre que os associados têm como preocupação a simples mútua ajuda ou a protecção mútua dos seus interesses e por outro lado quando os objectivos últimos da organização não são de puro lucro pelo lucro. No Moçambique colonizado existiram muitas cooperativas, v.g. a muito conhecida COOP - cooperativa da construção habitacional que até tinha uma ramificação bancária e uma livraria. Por outro lado, há pouco mais de 5 anos, foi instituída e existe a funcionar em pleno um banco cooperativo.

3.5. As Lojas do Povo, as empresas estatais, as empresas públicas e seu papel no comércio

As Lojas do Povo surgem e desenvolvem-se rapidamente numa fase bem determinada e específica do processo de transformação revolucionária em Moçambique. Primeiro diremos que elas conhecem o seu alvorecer durante o Governo de Transição como a melhor forma de organização do comércio que na altura experimentava um processo de desagregação progressiva.

As Lojas do Povo, como o próprio nome elucida, são propriedades do Povo; elas em alguns casos foram criadas pelo Governo para resolver problemas de circulação de produtos em geral e de géneros alimentícios em especial, em zonas de grandes aglomerados populacionais onde não havia agentes distribuidores. Mas em muitos casos as Lojas do Povo surgiram como exigência do próprio processo de transformação política e económica, particularmente nos casos de unidades comerciais já existentes e que estavam a ser objecto de abandono e sabotagem dos seus proprietários, agentes ou representantes.

É difícil quantificar os prejuízos que a economia teria ao longo dos primeiros 10 anos de Independência se não tivessem sido criadas as Lojas do Povo - instrumento que foi capaz de resolver os problemas de circulação das mercadorias num período bastante conturbado da nossa história económica. Naquela altura havia um sem número de tarefas e prioridades ao nível da defesa, da saúde, da educação, da indústria, etc. e ao mesmo tempo era preciso fazer o comércio. Mas quem sabia comerciar comprando e vendendo correctamente? Ninguém, a não ser o cantineiro clássico, os colonos e detentores do grande capital cuja maioria se preparava para sugar o máximo de riquezas e abandonar o país. Por outro lado não foi possível enveredar por formas avançadas de organização como as cooperativas e empresas estatais. As Lojas do Povo, e mais tarde o intervencionamento estatal imediato em algumas unidades económicas, constituíram a via mais correcta de evitar a deterioração da grave situação económica e financeira que herdámos e a completa desagregação das já muito deficientes estruturas de comercialização criadas no período colonial.

Quanto às empresas estatais e cooperativas, já dissemos que constituem a forma principal e dominante da organização económica dos países socialistas; frisámos também que elas existem nos países capitalistas embora não constituam a filosofia determinante.

A lei nº 2/81 que define as regras de organização e funcionamento por que se regem as empresas estatais diz no seu preâmbulo que:

"As empresas estatais constituem um dos elementos principais na construção da base material, política e ideológica para a edificação da sociedade socialista e para o desenvolvimento económico planificado com vista à satisfação das necessidades fundamentais do Povo".

As empresas estatais são unidades económicas e sociais propriedades do Estado. Elas são criadas em diferentes sectores da actividade económica e social, em particular nos considerados estratégicos, com o fim de materializarem com maior eficácia os objectivos fixados pelo plano, consolidar e desenvolver o nível político, científico e cultural dos trabalhadores.

O Estado afecta recursos materiais, financeiros e humanos para as empresas estatais realizarem os objectivos previstos nos estatutos. No entanto no exercício das suas funções gozam de autonomia administrativa e financeira devendo a sua gestão guiar-se sempre pelos são princípios do cálculo económico.

Esta é uma característica geral das empresas socialistas mas, numa situação como a que vivemos então, serve para chamar a atenção para luta que devemos fazer contra algumas tendências de considerar as empresas estatais como estruturas do Aparelho do Estado, que se gerem tal como estas, não têm objectivos lucrativos e em caso de dificuldades vão simplesmente às finanças do Estado ou ao banco central buscar dinheiro para pagar dívidas e resolver muitos outros problemas financeiros.

As empresas estatais de comércio, em termos de nível e intensidade de intervenção na circulação de mercadorias, detinham o maior volume de transacções nos países socialistas. Entre nós havia muitos sectores em que o Estado dirigia e controlava já um volume considerável do comércio. Assim no relatório do Comité Central ao IV Congresso (Abril de 1983) constatou-se que o Estado controlava a circulação de 40 produtos do plano e que através da rede comercial estatal realiza-se cerca de 40% do volume de vendas do comércio grossista.

No referido relatório se preconiza o seguinte: "a orientação principal nas acções de abastecimento deve garantir a prioridade aos trabalhadores. O Estado deverá organizar os mecanismos para tal. Desta forma combateremos o parasitismo e privilegiaremos aqueles que trabalham. O Estado deverá também assegurar o controlo eficaz do comércio grossista e dar prioridade à rede de cooperativas de consumo".

Temos assim sintetizado o papel das empresas do Estado na actividade comercial.

Falemos agora um pouco sobre as empresas públicas que em Moçambique constituem uma novidade, mas que em muitos países já existem há muitos anos.

A lei nº 17/91, de 3 de Agosto define e regulamenta uma nova figura de unidade económica ó a empresa pública. No seu artigo 1º (objectivos) diz:

õAs empresas públicas criadas pelo Estado, com capitais próprios ou fornecidos por outras entidades públicas, realizam a sua actividade no quadro dos objectivos sócio-económicos do mesmoõ.

Confrontando empresas estatais com empresas públicas nota-se o seguinte:

- Alteração de jargões cujos exemplos demos a propósito de cooperativas

- A figura de director geral da empresa estatal foi substituída na empresa pública pelo Conselho de Administração, um órgão colegial dirigido por um Presidente, mais conhecido pela sigla PCA (Presidente do Conselho de Administração)
- A subordinação directa e funcional ao órgão central do Estado que criou a empresa estatal também desaparece em favor da autonomia administrativa, financeira e patrimonial atribuída às empresas públicas
- A preocupação ideológica e política de natureza socialista (elevação do nível técnico, científico e cultural dos trabalhadores, participação destes na gestão da empresa, organização e gestão planificada e centralizada) são substituídos na empresa pública por motivações lucrativas e de mercado.

Por ter interesse formativo e pedagógico transcreve-se o preâmbulo da lei das empresas públicas.

«A Lei nº 2/81, de 30 de Setembro, estabeleceu as regras de organização e funcionamento das empresas estatais.

A filosofia subjacente aos princípios consignados na referida lei, por força de um circunstancialismo económico-financeiro recente, designadamente o Programa de Reabilitação Económica, demonstra que o regime jurídico aplicável às empresas estatais, se encontra sobremaneira ultrapassado.

Deste modo, necessário se mostra introduzir novos mecanismos jurídicos no sentido de garantir uma cada vez maior eficiência e rentabilidade do sector empresarial público.

Simultaneamente, é de aproveitar a oportunidade para a designação de empresa estatal para uma nova denominação que, para além do aspecto meramente formal, acarreta profunda alteração na gestão das empresas dotadas de capital do Estado.

Nestes termos, ao abrigo do disposto no nº 1 do artigo 135 da Constituição da República, a Assembleia da República determina: «Fim de citação.

De notar que a figura de empresa pública é a forma de organização económica empresarial de tipo estatal mais usada nos países ocidentais; só que entre nós a iniciativa de criação tem sido até agora do Estado; lá fora não o é necessariamente. Por exemplo na Inglaterra muitos bancos são empresas públicas de iniciativa e capitais privados. Um dos maiores bancos ingleses chama-se Barclays Bank, Plc; as iniciais vem de Public Limited Company que significa empresa pública limitada.

3.6. As sociedades comerciais clássicas

Como intervenientes do comércio apresentámos os comerciantes em nome individual, o empresário, as cooperativas, as Lojas do Povo, as empresas estatais e as empresas públicas.

Nos países de economia de mercado e em alguns países socialistas em que as formas de propriedade cooperativa e estatal não são dominantes, as sociedades comerciais desempenham um papel importante na vida económica e social.

Importa dizer que hoje, com o desenvolvimento e complexidade que a actividade comercial tem, as sociedades comerciais estão muito mais disseminadas do que a forma de organização individual conhecida por comerciante em nome individual. Por outro lado as sociedades comerciais são unidades com personalidade jurídica própria diferente da dos associados, o que implica desde logo que respondem pelas obrigações das sociedades apenas os bens afectos a estas e não os bens pessoais dos sócios.

Portanto quando a distribuição de certos produtos se reveste de uma certa complexidade e exige meios materiais e recursos financeiros avultados, as explorações comerciais do tipo familiar ou individual (cantineiro) são, em muitos casos e em muitos países, substituídas por grandes organizações societárias que tem um nome genérico de sociedades comerciais.

Estas distinguem-se completamente das cooperativas socialistas e das empresas do Estado não só pelo carácter da propriedade social destas como também e sobretudo pelo novo tipo de relações que se estabelecem no seio das cooperativas e empresas estatais e que se consubstanciam no desenvolvimento da personalidade e cultura de todos e na participação activa e consciente dos trabalhadores na organização, na direcção, na gestão e nos resultados.

Por sociedades comerciais clássicas entendemos aquelas formas de sociedades típicas e mais conhecidas entre nós, enumeradas no artigo 105 do Código Comercial e no artigo 1 da lei de 11 de Abril de 1901 ¹⁷, a saber:

- a)-Sociedades em nome colectivo
- b)-sociedades em comandita
- c)-Sociedades anónimas
- d)-Sociedades por quotas

Há ainda a destacar as sociedades cooperativas que estudámos no ponto 2.4.

A legislação que indicamos aqui é portuguesa mas permanece em vigor na República de Moçambique por ainda não ter sido emitida nenhuma lei, decreto ou resolução revogando ou alterando disposições dos referidos Código Comercial e Lei das Sociedades por Quotas.

Consideramos sociedades clássicas não só porque são as mais antigas (o código e a lei em causa datam dos finais do século XIX) como também porque foram as primeiras e mais importantes formas societárias implantadas e disseminadas por Moçambique fora pelos portugueses.

Como vemos, e os alunos podem constatar melhor por simples consulta dos balanços e mapas de demonstração de resultados anuais que as empresas publicam nos jornais, as formas de organização das sociedades comerciais em Moçambique têm uma forte influência portuguesa.

Caracterizemos então cada uma daquelas espécies de sociedades.

As sociedades em nome colectivo caracterizam-se:

- a)-Pela responsabilidade ilimitada dos seus sócios. Isto significa que o património particular dos sócios também responde por todos os compromissos assumidos pela sociedade.
- b)-Pela responsabilidade solidária dos seus sócios. Esta solidariedade significa que se o património social não for suficiente para o cumprimento integral das obrigações da sociedade, os credores desta tem o direito de exigir de qualquer dos sócios o reembolso do remanescente ou mesmo da totalidade dos créditos; em linguagem comum diz que os sócios das sociedades em nome colectivo respondem **um por todos e todos por um** (responsabilidade solidária e ilimitada).

¹⁷ Esta lei trata das sociedades por quotas.

As sociedades em comandita caracterizam-se:

- a) Pela responsabilidade ilimitada de alguns dos sócios, os chamados sócios comanditados.
- b) Pela responsabilidade solidária dos sócios comanditados.
- c) Pela responsabilidade limitada dos outros sócios até ao valor do capital com que entram para a sociedade; estes sócios têm o nome de comanditários.

Em resumo as sociedades em comandita são sociedades de responsabilidade mista: ilimitada e solidária em relação aos sócios comanditados e limitada e não solidária relativamente aos sócios comanditários.

Os sócios das sociedades em nome colectivo são também, e por definição, sócios comanditados.

As sociedades anónimas caracterizam-se pela responsabilidade dos seus sócios ser limitada ao valor das acções por que subscreveram o capital social.

As sociedades por quotas caracterizam-se:

- a) Pela responsabilidade limitada dos sócios ao valor das quotas por que subscreveram o capital social, se todas as quotas foram integralmente realizadas, ou então,
- b) Pela responsabilidade limitada dos sócios ao valor do capital social que faltar realizar, no caso das quotas subscritas não estarem totalmente realizadas.
- c) Pela responsabilidade limitada dos sócios ao valor das prestações suplementares que forem exigíveis nos termos dos estatutos da sociedade.

Deve notar-se que nos tempos que correm as sociedades em comandita são as formas menos usuais de constituição de sociedades comerciais. Em Moçambique não temos conhecimento da existência de sociedades em comandita. As formas mais dominantes são as sociedades anónimas, por quotas e em nome colectivo.

Tem grande interesse saber identificar rapidamente que tipo de sociedade se trata através de simples leitura do nome da firma ou denominação social. Assim:

1. Sociedades em nome colectivo

Quando são poucos os sócios, 2 ou 3, indicam-se os nomes ou apelidos deles todos. Exemplos,

- Manuel & Pedro
- Sociedade Marcos & Pondja
- Mateus, Pelembe & Pinducas
- João Quinhas & Irmão

Quando os sócios são numerosos, normalmente mais do que 3, indica-se o nome de alguns (um, dois ou três) e acrescenta-se a expressão "& Companhia" ou abreviadamente "& Cia". Esta expressão pode ser substituída por uma outra que dê a conhecer claramente que existem outros sócios. Exemplos,

- Edgar & Companhia
- Manuel, Jacob & Cia.
- João Gomes & Filhos
- Gito, Irmão & Filhos

2. Sociedades em comandita

A firma das sociedades em comandita deve ter pelo menos o nome de um dos sócios de responsabilidade ilimitada seguida de uma expressão ou palavra que indique claramente que se trata de sociedade em comandita.

Exemplos,

- Vasco, Fernandes & Barros, em comandita
- Hélder & Irmão, em Cta.¹⁸
- Fonsecas & Cta.⁵

3. Sociedades anónimas

A firma das sociedades anónimas deve consistir numa denominação social ou sigla qualquer que dê a conhecer sem equívocos o objecto da sociedade. Essa denominação ou sigla deve ser seguida da expressão "Sociedade Anónima de Responsabilidade Limitada" ou, o que é mais vulgar, da forma abreviada "S.A.R.L.".

Exemplos:

- Entrepasto Comercial de Moçambique, S.A.R.L.¹⁹
- Sociedade de Panificação, S.A.R.L.
- Peles e Curtumes, S.A.R.L.
- Companhia de Seguros ALFA, S.A.R.L.
- Empresa de Transportes Aéreos, S.A.R.L.
- Banco Standard Totta de Moçambique, S.A.R.L.⁶

4. Sociedades por quotas

A firma destas sociedades pode ser constituída por uma razão social, caso em que se deve indicar o nome de pelo menos um dos sócios ou por uma denominação ou sigla qualquer que dê a conhecer tanto quanto possível o objecto da sociedade. Em qualquer dos casos deve-se acrescentar a expressão "Responsabilidade Limitada" ou, o que é mais corrente, a forma abreviada "Lda.". Exemplos,

- Empresa Industrial de Tabacos, Lda.⁶
- Rank Xerox Overseas Limited⁶
- COMPUTEC, Computadores e Equipamento de Escritório, Lda.⁶
- Empresa de Encadernação, Lda.
- Vadinho, Francisco & Irmão Lda.

¹⁸ Abreviatura de comandita

⁵ Idem

¹⁹ Esta empresa existe em Moçambique. Os outros exemplos são fictícios

⁶ Idem

⁶ Idem

⁶ Idem

5. Empresas estatais

A denominação destas empresas deve ser constituída por um nome, expressão ou sigla que também dê a conhecer claramente o objecto da empresa.

Tal denominação tem que ser precedida ou seguida das letras "E.E.", abreviatura de "Empresa Estatal". Normalmente as letras "E.E." vêm imediatamente a seguir à denominação como sucede com os seguintes exemplos:

-IMBEC, E.E.- Importadora de bens de consumo²⁰

-PESCOM INTERNACIONAL- Empresa Moçambicana de Importação e Exportação de Produtos Pesqueiros, E.E.

-PETROMOC-Empresa Nacional de Petróleos de Moçambique, E.E.

-ELETROMOC, E.E.⁷

-INTERLECTRA, E.E.⁷

-ENACOMO, E.E. - Empresa Nacional de Exportação²¹

6. Empresas Públicas

O nome ou denominação das empresas públicas deve ser seguida das palavras "Empresa Pública" ou das iniciais "E.P.". Exemplos:

- Companhia Siderúrgica de Moçambique, Empresa Pública²²
- Transportes Aéreos de Meguzina, E.P.⁹

7. Cooperativas

Nos termos do nº 2 do artigo 3 da Lei das Cooperativas (Lei 9/79 de 10 de Julho),

"Cada cooperativa adoptará uma denominação particular, distinta das demais existentes da província da respectiva sede".

Do que dissémos sobre outras formas societárias é evidente que a denominação adoptada deve dar a conhecer, também claramente, o tipo de cooperativa. Exemplos²³

-Cooperativa de Consumo da Macaneta

²⁰ Esta empresa existiu, mas já foi extinta

⁷ Idem

⁷ Idem

²¹ Esta empresa resulta da biparticipação da 1ª empresa estatal do comércio externo de Moçambique - ENACOMO, Empresa Nacional de Comercialização que foi criada em 1975, dois anos antes do decreto-lei nº 17/77 que define o estatuto tipo das empresas estatais. Conhecida internacionalmente por ENACOMO decidiu-se manter a denominação original, designando-se a outra empresa por IMBEC, E.E. que apresentamos como primeiro exemplo e que já foi extinta.

²² Nome fictício

⁹ Idem

²³ Nomes fictícios

- Cooperativa Habitacional da Maxaquene
- Cooperativa Livreira de Mueda
- Cooperativa de Seguros da Malanga
- PESCOOGA, cooperativa de pesca da Manga
- AGROCOOP, cooperativa de produção agrícola de Ribáue

8. Comerciante em nome individual de responsabilidade ilimitada

Da experiência existente em Moçambique o comerciante em nome individual (o merceeiro, o cantineiro, o sapateiro, o alfaiate, o cabeleiro, o marceneiro, etc.) não é obrigado a usar a denominação particular. No entanto se quiser pode usar o seu próprio nome ou uma denominação comercial que indique o objectivo da sua actividade. Exemplos,

- Sapataria Timene
- Ouriversaria do Alto-Maé
- João Pedro, Transportes de Carga
- Alfaiataria Dominglês
- Mercearia Marcos Zicale

3.7. As modernas formas societárias

As sociedades que estudámos no ponto anterior são as mais conhecidas entre nós porque, como frisámos então, são as mais antigas formas de constituição societária, foram os primeiros e mais importantes modelos de sociedades comerciais estabelecidos e espalhados por todo o território Moçambicano e são também os tipos mais estudados desde o ensino secundário em particular nas escolas e Institutos Comerciais.

Todavia em muitos países, em especial do mundo ocidental, têm-se desenvolvido formas diferentes de sociedades particularmente a partir dos anos 40; por isso preferimos incluir um ponto especial com a designação de modernas formas societárias.

Com o nome de agrupamento (ou coligação) de sociedades e aquisições²⁴ queremos referir todo o tipo de associação entre sociedades juridicamente já constituídas ou simples aquisição de partes sociais de uma outra sociedade.

Duma maneira geral o objectivo central destas coligações e aquisições é beneficiar das economias de escala²⁵ resultantes de grandes combinações de sociedades já existentes.

As operações e aquisições assumem formas mais variadas e normalmente levantam problemas jurídicos, económicos e contabilísticos muitas vezes bastante complexos de tal maneira que os diferentes países procuram

²⁴ Em inglês mergers and acquisitions.

²⁵ As economias de escala dão-se quando há diminuições de custos médios no longo prazo e à medida que o nível de produção numa empresa aumenta e/ou quando a dimensão (em termos de instalação e capacidade instalada) cresce.

resolvê-los através de uma legislação mais ou menos rigorosa. Vejamos as formas mais usuais de agrupamento e aquisição:

a) Absorção e aquisição

Uma absorção dá-se quando uma sociedade integra uma ou mais unidades empresariais mantendo-se apenas a personalidade jurídica da empresa integradora.

Várias razões podem levar a esta operação. Entre muitas destacamos:

- Necessidade de aumento do capital da empresa integradora
- Alargamento do mercado de vendas
- Dificuldades económicas e financeiras das empresas absorvidas

Quando se trata de simples aquisição de partes sociais de uma empresa, sem extinção jurídica desta, estamos em presença de uma participação financeira de que trataremos a seguir.

A absorção pode ser horizontal, vertical ou mista. Dá-se a absorção horizontal quando a coligação se processa entre duas ou mais empresas afins, isto é, que operam na mesma área de produtos ou serviços. O efeito imediato é reduzir o número de empresas em competição no mesmo tipo de produtos e consequentemente aumentar o grau de monopólio da empresa integradora.

Este tipo de operação é em geral fortemente regulamentado (leis que regulam as concentrações de empresas em defesa da concorrência); os pedidos de fusão ou absorção de empresas estão sujeitos à análise e autorização prévias por partes das autoridades governamentais que têm particular cuidado em impedir o desenvolvimento de práticas monopolísticas.

A absorção vertical tem lugar quando a coligação se processa entre empresas que actuam na mesma área de produtos ou serviços mas em diferentes fases do ciclo produção-consumo. Exemplo típico: uma empresa agro-industrial que produz açúcar decide absorver uma ou mais empresas grossistas e retalhistas por forma a ser ela própria a fazer a distribuição e venda directa ao público.

A absorção mista dá-se quando duas ou mais empresas que actuam em áreas diferentes (não afins e nem competitivas) se juntam para formar uma só. Exemplos: uma açucareira que absorve uma empresa de produção de lacticínios. Uma empresa especializada na produção de massas alimentícias que absorve uma outra que se dedica à produção e venda de pão e produtos de pastelaria, é um caso particular de absorção mista em que os produtos de ambas as empresas, sendo diferentes, são no entanto complementares.

b) Participações financeiras

Muitas vezes as sociedades, em vez de absorverem outras unidades empresariais, limitam-se a interessar-se por estas através de aquisição de partes sociais (normalmente compra de acções ou obrigações) que rendem periodicamente dividendos ou juros.

A quota parte ou valor com que uma determinada sociedade participa noutras unidades empresariais toma o nome de "Participação Financeira".

Embora por definição esta forma especial de agrupamento de sociedades não implique o desaparecimento jurídico da sociedade na qual se faz a participação, a verdade é que têm surgido casos em que as sociedades que detêm participações financeiras de determinado vulto acabam por exercer um domínio total ou parcial nas empresas em que participam; daí que também haja legislações que procuram restringir o domínio dessas empresas estabelecendo condições e limites de participação.

c) Sociedades de colocação de capitais²⁶

Para realizar determinados objectivos que uma sociedade por si só não tem capacidade financeira para o fazer, hoje em dia estão em voga agrupamentos de empresas que visam angariar recursos financeiros, e algumas vezes até gerí-los com o fim de os aplicar em empreendimentos específicos.

Estes agrupamentos ou são *ad-hoc* (realizados os fins por que se constituíram extinguem-se imediatamente) ou acabam por se constituir em sociedades com um prazo indeterminado (v.g. as sociedades de *leasing* e outras sociedades financeiras)²⁷.

d) Consórcios

O consórcio é uma forma societária moderna que entre nós ainda não estava suficientemente implantada até ao lançamento do Program de Reabilitação Económica (1987/90) e nem sequer havia legislação que a define e regulamenta. Noutros países, em particular no continente americano e europeu, a prática de contratos de consórcio já ganhou raízes e está amplamente divulgada. Em Moçambique só a partir do início da década de 90 é que os consórcios começaram a ocupar espaço notório nos modelos de constituição de sociedades.

O contrato de consórcio dá-se quando duas ou mais pessoas singulares ou colectivas, que exercem uma actividade própria, se juntam para realizar um determinado número de tarefas ou objectivos específicos tais como: estudos de viabilidade económica, realização de projectos, gestão de fundos e empreendimentos, fornecimento de bens ou serviços, investigação pura e pesquisa de recursos naturais.

Dentre os membros associados deve ser nomeado um chefe (*leader*) cuja actividade e acção estendem-se sòmente ao objecto do consórcio; isto quer dizer que o chefe não exerce a direcção sobre qualquer das actividades prosseguidas individualmente pelos associados.

O consórcio extingue-se normalmente pelos seguintes motivos:

- Acordo das partes contratantes
- Terminados os fins por que foi feita a associação
- Expirado o prazo indicado no contrato, se não foi estipulada qualquer cláusula de prorrogação
- Por qualquer outra razão prevista na lei do país regulador.

Como exemplo cite-se o caso do Consórcio Águas de Moçambique recentemente criado para fazer a gestão eficiente e de qualidade internacional dos sistemas de abastecimento de água das cidades de Maputo, Beira,

²⁶ Investments trusts

²⁷ Sobre os contratos leasing (locação financeira veja-se capítulo VI.

Quelimane, Nampula e Pemba. Como se vê, depois de muitos anos de gestão estatal, e tendo em conta a destruição dos sistemas e fontes de abastecimento de água potável provocada por 16 anos de guerra civil e agravado pelas recente cheias, reconheceu-se que a respectiva reabilitação, reposição e gestão eficiente exigiriam recursos e técnicas for a do alcance do Estado; pelo que ese decidiu associar-ae a privados sob a forma de consórcio.

e) **Joint-venture**²⁸

Joint-venture é uma expressão muito conhecida entre nós, especialmente ao nível das conversações e contratos entre governos e empresas .

É uma forma de associação bastante vulgarizada nas relações económicas internacionais, segundo a qual duas ou mais sociedades se juntam para realizar uma determinada actividade comercial ou industrial com carácter momentâneo ou mesmo por tempo indeterminado.

O *joint-venture* é uma forma societária que as partes interessadas utilizam normalmente para superar (beneficiando do dinamismo e flexibilidade que caracterizam a sua forma e estrutura) as peias burocráticas e requisitos jurídicos de constituição e funcionamento que são apanágio das sociedades comerciais normais.

Em linguagem corrente a expressão *joint-venture* está associada a um agrupamento entre empresas nacionais e estrangeiras para a realização de uma determinada actividade ou negócio comercial.

No comércio internacional é normal a associação em *joint-venture* entre sociedades ou empresários para a realização de operações de comércio externo utilizando contas conjuntas (*joint accounts*).

Tratando-se de operações de importação/exportação, uma das partes contratantes é a vendedora (exportadora) e a outra (importadora).

Nas operações financeiras uma das partes fornece um determinado capital (financiador) e a outra utiliza e administra o montante envolvido, de acordo com o que se encontra estatuido no contrato de *joint-venture*.

Findo o contrato, quer porque os objectivos foram realizados quer porque o prazo acordado expirou, os resultados são repartidos entre as partes contratantes sob a forma de comissões ou lucros.

Os *joint-ventures* tem em regra duração limitada mas nada obsta a que sejam prorrogáveis por tempo indeterminado.

Bem vistas as coisas nota-se que em termos práticos não há substanciais diferenças entre consórcios e *joint-ventures*. Ambos são formas de sociedade que se utilizam em actividades que envolvem grandes somas de dinheiro, capacidades tecnológicas e *know-how* de ponta tais que cada associado individualmente considerado seria incapaz de possuir.

f) **Parcerias**

Pode dizer-se muito simplesmente que uma parceria é um acordo informal entre duas ou mais pessoas singulares ou colectivas com o fim de discutirem e realizarem determinada actividade económica ou social.

²⁸ Em português traduz-se por empreendimento conjunto

Uma parceria pode dizer-se muito simplesmente que é um acordo informal entre duas ou mais pessoas singulares ou colectivas com o fim de realizarem determinada actividade económica ou social.

É uma forma moderna de associação tácita que vem ganhando grande simpatia entre os homens de negócios a partir de finais da década 90. No estágio embrionário actual ela dá-se com muita frequência apenas ao nível de contactos informais preliminares em que se procura que as partes intervenientes se situem em condições de igualdade negocial de tal modo que todos saiam ganhadores,

É só quando este requisito de fundo se verifica que o acordo toma o nome de parceria inteligente (*win-win*, isto é, todos ganham). Naturalmente que a parceria inteligente para ter força jurídica, obrigar as partes contratantes e fazer fé em juízo, terá que ser formalizada através de qualquer um dos tipos de sociedade já consagrados no ordenamento jurídico dos países.

Tal como muitos conceitos teóricos e paradigmas em gestação, a parceria inteligente não deixa de ser polémica e controversa. Do ponto de vista teórico é uma concepção moderna, valiosa e bem adaptada aos actuais processos de globalização e eliminação de barreiras à mobilização de pessoas, capitais, bens e serviços interpaíses.

Em termos práticos, e tal como destacámos em relação aos modelos de economia planificada e de mercado, a parceria *win-win* está enfermada de muitas imperfeições e dificuldades que a tornam inviável desde logo nos países do 3º Mundo ainda sob profunda dependência económica de países industrializados.

O Quarto Diálogo Internacional realizado em Maputo entre os dias 20 e 23 de Agosto do ano corrente, revelou que os objectivos prosseguidos no Primeiro Diálogo realizado na Malásia em 1995, entre os quais se destacam promover a interactividade e consequente sustentabilidade entre as economias "emparceiradas" de molde a eliminar progressivamente a pobreza e aumentar o bem estar social geral, tais objectivos estão muito longe de ser atingidos pois que as estatísticas da própria ONU revelam que o fosso entre os países pobres e ricos se alarga, a desejada mobilidade de factores continua repleta de condicionamentos governamentais e nacionalistas.

No entanto é de preservar o espírito e essência das parcerias inteligentes como novo instrumento de luta do povos pelo estabelecimento de uma Nova Ordem Económica Internacional a qual em termos da nossa disciplina pode ser denominada Nova Ordem Económica e Comercial ao nível das relações internacionais.

Vejamos algumas formas de associação de produtores e consumidores

Quando a produção e venda se processam em regime de mercado de concorrência, desencadeiam-se normalmente mecanismos especiais por parte dos produtores tendentes à coordenação e defesa dos seus interesses no mercado.

Paralelamente, em todos os países, quer de economia de mercado, quer de economia centralmente planificada, são instituídos organismos estatais ou de iniciativa privada que visam dirigir e coordenar todas as actividades económicas em defesa dos interesses dos consumidores em geral.

Também em relação aos que não são produtores propriamente ditos, mas que exercem outras actividades económicas por conta de outrem ou trabalham por conta própria, é usual constituírem-se associações de protecção dos seus interesses.

Vamo-nos ocupar sumariamente de algumas dessas formas de associação.

Podemos dizer que de uma maneira geral em todas essas associações pretende-se, para além dos objectivos específicos de cada uma, o seguinte:

- Manter informados os associados sobre a conjuntura dos mercados nacionais e estrangeiros.
 - Uniformização ou aproximação de processos tecnológicos com vista à estandardização dos produtos ou parte dos mesmos.
 - Intercâmbio de tecnologias.
 - Coordenação das actividades e campanhas de *marketing*²⁹
 - Ampliação do mercado na área de actuação dos associados.
- Posto isto vejamos então algumas formas de associação de produtores e consumidores.

g) **Trusts**

O *trust* é a forma de combinação ou fusão de empresas mais conhecida no mundo. Ela é originária dos Estados Unidos da América. Através dos *trusts* se associam empresas competitivas da mesma espécie, em rigor com o objectivo de criarem um monopólio ao nível da produção e venda dos produtos da sua área de actuação. Para o efeito as empresas associadas, que perdem por isso a sua autonomia administrativa e por vezes a sua própria existência jurídica (*trusts* de fusão) regulam minuciosamente os processos tecnológicos de produção e fixam os preços a vigorar no mercado.

Existem formas menos totalitárias de *trusts*; são os chamados *trusts* de combinação pelos quais as empresas associadas continuam a manter a sua individualidade jurídica. No entanto em qualquer dos casos a direcção dos *trusts* é normalmente assegurada por uma empresa mãe, chamada *holding*³⁰ que na prática acaba por exercer um controlo total sobre as empresas subsidiárias pois que é a *holding* que tem como principal objectivo criar condições para o domínio dos mercados e impor os preços, e é ela que nomeia e controla as direcções das subsidiárias.

Para evitar estas situações, que acabam por constituir uma das desvantagens dos *trusts*, em alguns casos opta-se por uma direcção rotativa pela qual todas as empresas subsidiárias têm o direito de indigitar os seus representantes no conselho de direcção central. Note-se que nos próprios Estados Unidos algumas formas extremas de *trusts* são consideradas ilegais e lesivas dos interesses públicos. Existem por isso práticas restritivas contra os monopólios e leis anti-*trusts*.

Os elementos que compõem a direcção das empresas coligadas, exactamente por fazerem a gestão do património das empresas que lhes foi confiado, são chamadas *trustees*³¹ e daí o nome consagrado para essa forma de coligação.

h) **Empresas Holding**³²

²⁹ Veja-se no capítulo V a noção e objectivos do *marketing*

³⁰ Veremos a seguir os objectivos e características das companhias *holding*.

³¹ Derivado de verbo "*to trust*" que significa confiar.

³² *Holding companies*.

Em lugar de adquirir a totalidade das acções, uma empresa pode possuir sómente uma parte delas e actuar como uma companhia *holding*.

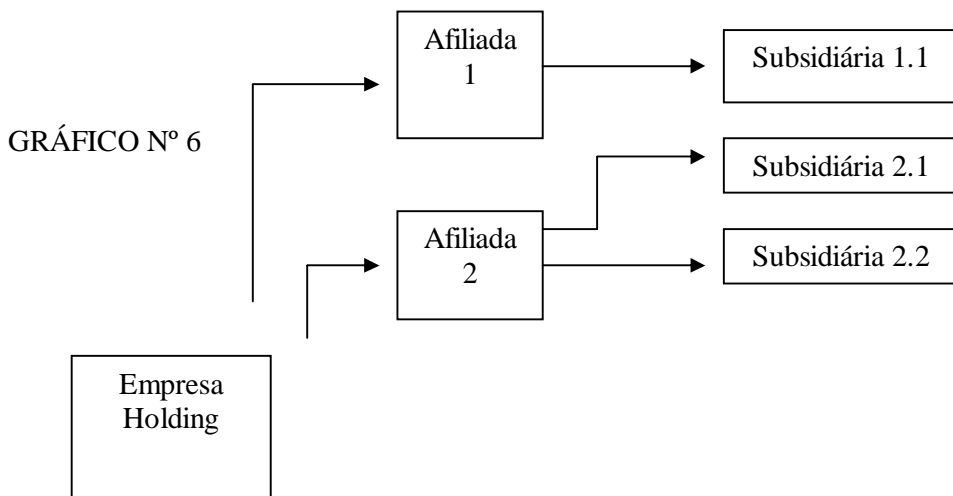
Por definição uma empresa é considerada subsidiária de uma outra chamada *holding* se e só se:

- A empresa mãe é associada da subsidiária e controla a composição do corpo directivo desta.
- A empresa mãe detém mais de metade dos valores das acções que compõem o capital da subsidiária.
- O controlo do corpo directivo da subsidiária é feito discricionariamente , isto é a *holding* pode nomear, demitir ou substituir todos ou a maioria do elenco directivo sem prévio consentimento de qualquer outra entidade.

Há duas variantes de *holding* a saber: *holding* puro e *holding* misto. Diz-se que o *holding* é puro quando a sociedade mãe não exerce qualquer exploração directa , apenas possui uma carteira de títulos das sociedades afiliadas, podendo no entanto financiar as associadas por quaisquer formas que entender necessárias.

O *holding* é misto quando a empresa mãe exerce uma exploração directa³³ e tem, além disso, o domínio sobre as afiliadas com as quais é possível fazer uma integração quer horizontal quer vertical.

O *holding* pode ser exercido em cadeia, quando a sociedade mãe detém uma parte do capital de uma ou mais sociedades subsidiárias, as quais por sua vez possuem partes sociais de outras afiliadas. Em esquema ter-se-ia o seguinte:



Do exposto concluímos que uma empresa *holding* é a que possui suficiente poder de voto que lhe permite controlar uma ou mais sociedades. Embora em muitas leis que regulam esta forma de coligação de empresas se imponha a condição da companhia mãe deter a maioria do capital, a verdade é que nem sempre é necessário possuir os 51% ou mais das acções para se poder ter o controlo das subsidiárias.

Em relação às grandes sociedades anónimas, com uma dispersão e vastidão de número de accionistas, as empresas *holding* podem deter apenas 1/4 ou menos das acções em circulação e com isso possuem um controlo absoluto das afiliadas. Como anteriormente falámos dos casos de absorção ou fusão de empresas, podemos agora

³³ Entenda-se exploração directa no sentido de exercício de uma actividade económica directa.

entender que as formas societárias de *holding* possuem a vantagem de com uma pequena aplicação de capitais poderem exercer o controlo de outras empresas.

Dentre as formas societárias até agora estudadas, podemos notar que não há diferenças substanciais entre as figuras de consórcio, *joint-venture* e empresa *holding*. Qualquer destas formas pode ser adoptada na prática para realizar os objectivos que indicámos como sendo específicos de cada uma. Com efeito pode usar-se por exemplo o nome empresa *holding* para se referir a uma unidade concebida para exercer funções de coordenação e gestão das actividades de empresas coligadas tal como vimos no exemplo do Consórcio Águas de Moçambique.

j) **Ringer ou corner**³⁴

Por definição semântica *corner* é o acto de comprar ou controlar toda a quantidade de produtos disponíveis num mercado com o objectivo de dominá-lo.

Do ponto de vista económico-comercial um *ringer* ou *corner* é uma combinação de capitais ou comerciantes que tem por objectivo fundamental fazer o controlo dos produtos da sua área de comercialização normalmente através de uma variação artificial dos preços, ganhando assim lucros elevados.

É em certa medida um arranjo provocado entre os associados pelo qual em determinado momento lançam no mercado certas quantidades de mercadorias a preços baixos que uma parte dos associados compra na mira de que muitos outros comerciantes dos mesmo produtos se desembarace dos mesmos, vendendo-os a preços ainda mais baixos (com receio de novas descidas).

Os "*corners*" (associados), que tomaram a iniciativa de provocar a baixa artificial dos preços, imediatamente a seguir afluem ao mercado para adquirir (açambarcar) quantidades ainda maiores para mais tarde venderem aos preços efectivamente vigentes no mercado que são mais altos do que os que eles impuseram por simulação.

Nos países em que estas operações especulativas são permitidas (v.g. E.U.A., Alemanha e Inglaterra) existem regras muito rigorosas que definem as áreas, os mercados e os limites de variação artificial dos preços.

k) **Pools**³⁵

Em termos puramente semânticos *pool* quer dizer arranjo ou combinação comercial entre partes competitivas para fixar preços e realizar operações comerciais com o fim de eliminar a concorrência.

Pool é uma combinação entre produtores que visa a eliminação dos competidores através da divisão do mercado quer no que respeita às compras (*pool* de compra) quer no que se refere às vendas (*pool* de vendas). Também se designa por *pool* a um fundo instituído com este fim. As empresas coligadas mantêm a sua autonomia administrativa e financeira.

Em França esta forma de associação chama-se *comptoir*

³⁴ Termos equivalentes mas sem correspondentes em português.

³⁵ Em português o termo "*pool*" significa cartel.

Os *pools* foram muito usados nos E.U.A. até finais do século XIX, mas dados os abusos cometidos foram posteriormente banidos, estando hoje substituídos pelos *trusts*.

Comparando o conceito de *pool* com o de *corner* nota-se que existe apenas uma diferença de profundidade de objectivos. O *pool* é mais agressivo, isto é, tem expressamente a intenção de eliminar concorrentes. Deve notar-se que a prática económica e comercial consagrou o termo *pool* para designar simplesmente um grupo de pessoas organizadas informalmente e disponíveis para realizar um determinado número de tarefas for a das suas actividades normais. Este tipo de *pool* é normalmente muito flexível em termos de composição dos elementos. Como exemplo tome-se o caso de um *pool* com engenheiros, arquitectos e economistas pronto para fazer um projecto de reabilitação de estradas sempre que uma certa instituição do Estado o requerer.

1) Sindicatos

Os sindicatos, em particular os industriais, são também coligações de empresas que têm por objectivo essencial regular a produção, controlar os mercados e fixar os preços dos produtos.

Se qualquer outra unidade industrial, que não pertença à coligação, surge no mercado a fazer concorrência, os sindicatos que normalmente dispõem de maior poderio em termos de capitais e de produção em grande escala (beneficiando assim das chamadas economias de escala), utilizam o artifício de baixar os preços dos produtos a fim de que os eventuais concorrentes (por disporem de menor potencial financeiro) se afoguem por não poderem continuar a vender a preços tão baixos, ou se decidam a integrar-se no sindicato que passa assim a contar com mais um membro o que permite ao sindicato, assim alargado, possuir ainda um maior domínio dos mercados.

Vemos assim que no fim de contas as coligações como os *trusts*, os *corners*, os *pools* são formas ou variantes de sindicatos industriais.

O sindicato tem semelhanças por exemplo com o *pool*, mas difere deste pelo simples facto de ser uma associação de produtores que compra a estes a sua produção a um determinado preço que o sindicato em seguida vende ao público de acordo com as condições do mercado. Em princípio não há actividade declaradamente especulativa e eliminatória tal como vimos em relação ao *pool*.

Na prática no entanto, e com o objectivo de aumentar o volume de vendas e conseguir maiores lucros, vários sindicatos associam-se entre si e acabam por exercer forte influência nos mercados chegando a combinar a divisão dos mesmos.

Portanto, em casos extremos, este tipo de aliança ou confederação de empresas ou de sindicatos do mesmo ramo, embora visando simplesmente concertar interesses comuns e evitar a concorrência quer entre si quer sobretudo com as empresas rivais, acaba por se confundir com os cartéis, *comptoirs*, *pools*, *trusts* e outras formas de concentração monopolística espalhadas pelo mundo fora.

Não devemos confundir sindicatos industriais, definidos como organismos de concentração e monopólio de mercados, com o conceito mais comum dos sindicatos nacionais (*trade unions*) que são agrupamentos sócio-profissionais que têm por fim a coordenação, estudo e defesa dos interesses profissionais das pessoas que trabalham por conta de outrem ou exercem profissões livres.

Num sindicato industrial (organismo de concentração industrial) podem formar-se um ou mais sindicatos nacionais de trabalhadores do mesmo ramo das diferentes empresas coligadas.

Observe-se que hoje em dia grandes organizações económicas e comerciais "subterrâneas" (ilegais) são por vezes identificadas com o nome de sindicatos, talvez porque os objectivos originários destas coligações foram sendo cada vez menos transparentes precisamente para sonegarem melhor os lucros fabulosos e ilícitos muitas vezes por via da chamada operação lavagem de dinheiro. São os chamdos sindicatos do crime organizado que nas suas formas mais tenebrosas se transformam em sindicatos do crime, da droga e venda de armas.

ORGANISMOS DE CONTROLO E COORDENAÇÃO ECONÓMICA

Assim como as empresas entre si criam e desenvolvem instrumentos para a defesa dos seus interesses e maximização dos lucros, também é usual criarem-se mecanismos de defesa, controlo e coordenação das actividades económicas mas salvaguardando os interesses gerais dos países e do público em particular.

Em geral podemos dizer que todos os governos têm quase sempre uma posição de suspeita em relação às práticas monopolísticas não controladas, isto é de pura iniciativa das empresas.

As associações comerciais e industriais são as formas mais internacionalmente em voga de defesa e coordenação das actividades económicas não só dos associados como também do público em geral pois que tais associações, embora em muitos casos sejam de iniciativa dos associados, são em regra incentivadas, apoiadas e directa ou indirectamente controladas pelos governos.

As associações comerciais, do tipo Câmara do Comércio do nosso país, têm objectivos muitos genéricos e visam em regra defender os interesses dos associados em qualquer área das suas actividades. Por vezes emitem certificados de garantia da qualidade dos produtos fabricados e vendidos pelas empresas associadas.

Em alguns países estas associações fixam preços e condições de venda, havendo por isso medidas legislativas que procuram prevenir os abusos.

Para mais detalhes veja-se Capítulo IV - Organismos Dinamizadores do Comércio. Para já, e no prosseguimento do estudo de algumas formas de associação de produtores e consumidores, façamos uma breve revista aos principais organismos de controlo e coordenação económica.

m) Institutos

Os institutos de carácter económico destinam-se a coordenar as actividades de produção e comercialização, emitir certificados de origem e de qualidade dos produtos e promover a exportação dos mesmos.

Em todo o mundo há uma gama muito vasta de instituições deste tipo com os nomes mais variados. Todos no entanto são organismos de coordenação económica que se destinam a coordenar e até controlar as actividades económicas directamente relacionadas com as áreas e ramos que lhes competem (v.g. açúcar, algodão, arroz, trigo, minérios, carvão, petróleo, etc).

Estes organismos podem ser de iniciativa dos interessados (empresas do mesmo ramo) ou podem ser instituídos pelo governo, casos em que têm actividades mais amplas que incluem o controlo e garantia da qualidade dos produtos, a verificação do cumprimento das leis e regulamentos relativos ao exercício das actividades do ramo,

arbitragem de conflitos de vária natureza, promoção de actividades de investigação científica, emissão de certificados ou garantias relativas aos produtos fabricados ou vendidos pelas empresas do ramo.

Em Moçambique foram criados , durante o período colonial, vários institutos com objectivos e características indicadas (v.g. Instituto do Algodão, Instituto dos Cereais, Instituto do Açúcar). Basicamente por razões de insuficiência de quadros capazes de dirigir correctamente esses organismos, na prática acabaram por ser extintos ou votados ao esquecimento e as suas funções foram sendo centralizadas e realizadas pelos ministérios de tutela das respectivas actividades. Hoje assiste-se a uma revitalização progressiva desses institutos.

n) Uniões cooperativas

As cooperativas são formas de organização da produção (cooperativas de produção) ou da distribuição e venda dos produtos (cooperativas de consumo) mais ou menos disseminadas em todo o mundo. Só que divergem a concepção, os objectivos e conteúdo social de acordo com as épocas e sistemas políticos.

Muito embora estas formas de organização tenham conhecido a sua maior expansão e desenvolvimento na segunda metade do século XIX a verdade é que a origem da cooperação entendida como forma de entre-ajuda e colaboração mútua entre as pessoas numa base voluntária e livre, pode encontrar-se nas sociedades primitivas.

No ponto 3.4. que trata das cooperativas apresentamos uma definição de acordo com a nossa lei 9/79 de 10 de Julho. Vejamos a aceção que o Código Comercial (legislação complementar) nos apresenta:

"As cooperativas são pessoas colectivas, de livre constituição, de capital e composição variáveis, que visam através da cooperação e entreajuda dos seus membros e na observância dos princípios cooperativos, a satisfação, sem fins lucrativos, das necessidades económicas, sociais ou culturais destes, podendo ainda, a título complementar, realizar operações com terceiros".

Sobre os ramos do sector cooperativo o mesmo código, na legislação complementar, afirma:

"Sem prejuízo de outros que venham a ser consagrados por lei, os ramos do sector cooperativo são:

- a) Consumo;
- b) Comercialização;
- c) Agrícola;
- d) Crédito;
- e) Construção e Habitação;
- f) Produção operária;
- g) Artesanato;
- h) Pescas;
- i) Cultura;
- j) Serviços;
- l) Ensino.

Em relação às associações e agrupamentos a legislação que estamos a citar diz mais adiante:

"As cooperativas podem livremente agrupar-se ou filiar-se em uniões, federações e confederações".

No Moçambique colonizado existiram cooperativas que certamente se regiam pela legislação geral de que acabámos de fazer alguns extractos. Ainda hoje existe e mantém a sua denominação social e actividade uma cooperativa de construção e manutenção predial (COOP); esta organização criou mais tarde uma espécie de subsidiária de actividade livreira (ramo i) da Cultura também com a sigla COOP e que hoje está extinta tendo sido absorvida pelo Instituto Nacional do Livro e do Disco (INLD).

Não possuindo as cooperativas meios de defesa num mercado muitas vezes hostil em termos de concorrência e preços, elas associam-se em agrupamentos dos mais variados tipos e nomes. Entre nós a lei das cooperativas, acima referida, nos seus artigos 23 e 24 diz expressamente que:

"As cooperativas poderão fundir-se com outras cooperativas do mesmo ramo de actividade" (artigo 23).

1. As cooperativas poderão associar-se com outras cooperativas do mesmo tipo a nível local, regional ou nacional.

2. As uniões a nível local, regional ou nacional serão organizadas segundo o estatuto-tipo próprio" (artigo 24)

Sendo a nossa lei omissa em relação à definição dos objectivos destes agrupamentos podemos adiantar que eles procuram coordenar as suas actividades, defender os seus interesses contra práticas concorrenciais, representar as cooperativas nos fóruns nacionais e internacionais onde se colocam e discutem problemas ligados as formas de organização cooperativa, promover a formação dos membros cooperadores, incentivar a realização de actividades de investigação tendentes a melhorar a produção e técnicas de gestão e controlo das cooperativas, promover medidas que permitam que as cooperativas conheçam melhor e dominem os mercados de produtos e financeiros, divulgar obras e revistas de ensino e investigação cooperativa.

3.8. Formas ou modalidades de intervenção no comércio

Acabámos de ver quais são as principais estruturas intervenientes na actividade comercial. Neste ponto estamos interessados em estudar as formas fundamentais por que os agentes comerciais (comerciantes em nome individual, cooperativas, empresários, empresas estatais e as sociedades comerciais) participam na circulação de mercadorias. Assim daremos uma breve noção das funções grossista, retalhista, armazenista, armador, transportador, segurador, despachante, agente e correspondente, adido comercial, mandatário comercial, delegado, representante comercial.

a) **Grossista**

Comércio por grosso é a actividade comercial que consiste na aquisição de produtos directamente às unidades produtivas ou aos importadores para colocação nas mãos do retalhista.

Esta modalidade de comércio pode ser realizada pelo próprio produtor (produtor grossista) ou por qualquer dos intervenientes do comércio atrás descritos (grossistas propriamente dito). O grossista vende sempre por atacado

(também se diz venda por grosso) e raras vezes tem contacto directo com o consumidor, por isso os seus estabelecimentos comerciais em regra não tem as portas abertas ao público.

b) Retalhista

Comércio a retalho é actividade comercial que consiste na aquisição de bens, quer às unidades produtivas quer aos grossistas para venda directa ao público (consumidor final).

Os retalhistas vendem em lojas, mercados ou outros lugares destinados ao comércio, em geral abertos ao público. As mercadorias são transaccionadas em pequenas quantidades (também se diz por miúdo ou a retalho).

c) Armazenista

Os armazenistas são uma figura muito importante no comércio de hoje. Eles compram mercadorias também por atacado, guardam em armazéns próprios e em regra não abertos ao público e as revendem quer a grossistas quer a retalhistas.

O que os distingue dos grossistas é o facto de possuírem armazéns o que nem sempre é necessário para se ser grossista.

d) Armador

Duma maneira geral, e como veremos com um pouco mais de pormenor no capítulo "contratos mais usuais do comércio", o transporte de mercadorias por via marítima ou aérea, utilizando navios ou aviões, deve ser previamente organizado e formalizado através de um contrato que se chama fretamento.

Os navios e aviões, para realizarem qualquer operação de transporte devem ser devidamente preparados com antecedência, adequando-os com espaço, equipamento e estruturas apropriadas. Em linguagem comercial diz-se que os navios e aviões devem ser armados.

Portanto armador (proprietário ou não do meio de transporte) é todo aquele que realiza a tarefa de preparar e equipar navios e aviões para a operação de transporte de mercadorias ou pessoas por via marítima, fluvial ou aérea

e) Transportador

É a actividade comercial que consiste em fazer deslocar por mar, terra ou ar, mediante uma retribuição estabelecida em contrato, quaisquer bens ou pessoas.

O transportador comercial é o agente fundamental e muitas vezes decisivo na circulação de mercadorias.

f) Segurador

A actividade seguradora é uma função económica e social pela qual uma pessoa ou unidade económica (segurador) se compromete, mediante uma retribuição estabelecida em contrato (chamada prémio de seguro), a

entregar uma certa quantia em dinheiro ou espécie sempre que se verificar qualquer acontecimento fortuito e imprevisto de que resulte danos ou prejuízos à outra contraparte (segurado) ou a um terceiro indicado pelo segurado (beneficiário).

g) Despachante

No comércio de importação e exportação, que implica entrada e saída de mercadorias de um país, na movimentação física de mercadorias por via de rios, lagos, terra e caminhos de ferro dentro de um território, muitas vezes torna-se necessário proceder a um conjunto de formalidades burocráticas junto das autoridades alfandegárias para retirar as mercadorias dos locais onde estão armazenados e colocá-las em condições de seguirem para o seu destino final.

Os procedimentos alfandegários atingiram uma complexidade e especialização tais que hoje em dia a maioria dos interessados nas mercadorias delega essa tarefa de desalfandegação a especialistas que tem o nome de despachantes.

Despachante é portanto a pessoa que, em nome de um proprietário ou interessado em determinadas mercadorias armazenadas ou à guarda de uma instância aduaneira, realiza junto das alfândegas todas as formalidades de regularização e transporte das mercadorias até ao local designado pelo seu cliente.

h) Agente e correspondente

Na linguagem corrente utilizam-se as palavras agente e correspondente para designar muita coisa. Hoje em Moçambique já é muito frequente chamar-se agente económico a todo aquele que se dedica a uma actividade económica.

Em comércio, todos os intervenientes da actividade comercial são em geral considerados agentes de comércio. No entanto o Código Comercial de 1888, no artigo 256, diz sic:

"Os comerciantes podem encarregar outras pessoas, além dos seus gerentes, de desempenho constante, em seu nome e por sua conta, de algum ou alguns ramos do tráfico a que se destina, devendo os comerciantes em nome individual participá-lo aos seus correspondentes.

As sociedades que quiserem usar da faculdade concedida neste artigo, devem cosigná-la nos seus estatutos".

Portanto na terminologia comercial podemos dizer que agentes e correspondentes são pessoas, empresas ou quaisquer unidades económicas que por designação ou em representação de alguma entidade, têm a missão de realizar actos de comércio fora do seu domicílio, em regra no exterior do país. As condições do exercício dessa actividade estão normalmente indicadas nos contratos ou em outros documentos oficiais de nomeação.

Tratando-se de uma representação oficial, em regra o agente e correspondente recebe um vencimento mensal; quando se trata de agentes ou correspondentes que realizam tarefas ligadas à promoção e venda de mercadorias ou outras operações comerciais e financeiras, normalmente tem direito a uma comissão que incide sobre o volume das operações realizadas.

São muito correntes os seguintes exemplos de agentes e correspondentes: correspondentes de bancos (em capitais como Londres, Paris, Roma, Berlim, Harare); agente de navegação; agente de seguros; agente de uma companhia aérea; agentes de câmbios.

i) Adido comercial

Adidos comerciais são pessoas indigitadas pelos governos dos diferentes países para realizar no estrangeiro todas as tarefas de dinamização das relações económicas e comerciais. Para isso, analisam e propõem medidas concretas para o desenvolvimento do comércio externo. Os adidos funcionam normalmente junto das delegações ou representações diplomáticas e consulares.

Entre nós ainda não está muito divulgada a figura de adido comercial, naturalmente por razões de insuficiência de quadros. As embaixadas de Moçambique em Bruxelas e nas Nações Unidas em Nova Iorque foram as primeiras representações diplomáticas Moçambicanas para onde foram destacados economistas para desempenhar funções de conselheiro económico e comercial. Em Maputo é bastante corrente ouvirmos falar das figuras de adido militar e adido cultural que nas suas áreas realizam tarefas semelhantes às do adido comercial.

j) Mandatário comercial

Um mandato comercial dá-se quando uma pessoa se compromete a praticar um ou mais actos de comércio por ordem de outrem.

No mandato intervém normalmente pelo menos duas partes a saber:

-O mandatário, que é aquele que assume o compromisso de praticar os actos de comércio por mandato da outra parte.

-O mandante que é aquele por conta de quem o mandatário actua, isto é o que dá ordens a outra parte.

De entre os mandatários mais usuais destacam-se os seguintes: os comissários, os consignatários, os depositários, os agentes, os correspondentes, os gerentes, directores de empresas, directores comerciais, os empregados comerciais em geral.

Ocupemo-nos rapidamente das figuras do comissário e consignatário.

O comissário é o mandatário do contrato de comissão; normalmente dedica-se à compra de mercadorias por conta do mandante (compras à comissão).

O consignatário é o mandatário do contrato de consignação; distingue-se do comissário porque ele está basicamente associado às vendas de mercadorias (vendas à consignação).

Quando falarmos de contratos mais usuais no comércio (Capítulo 6) caracterizaremos com um pouco mais de pormenor estas duas figuras de mandatários muito correntes no comércio da actualidade.

3.9. Os brokers e jobbers; seu papel. A mediação de seguros

Diremos em primeiro lugar que *broker* é a abreviatura e sufixo da palavra inglesa *stockbroker*, enquanto que *jobber* é a maneira mais simplificada ou sincopada de se referir ao *stockjobber*; por sua vez o termo inglês

stock tem o significado de fundos públicos que tanto podem ser representados por títulos (acções e obrigações por exemplo) como pelo próprio dinheiro.

Os *brokers* são intermediários do comércio que actuam em diferentes mercados particularmente no comércio internacional, nos mercados financeiros e nos de seguros.

O *broker*, que em português se pode traduzir por mediador (corretor), actua como um agente dos seus clientes interessados em determinado negócio, por exemplo de compra ou venda de determinados títulos nas bolsas. O *broker* tem ainda a característica de não actuar directamente na bolsa; ele utiliza um outro tipo de intermediário chamado *jobber*³⁶ que é quem está autorizado a negociar com os membros das bolsas.

Os *brokers* e os *jobbers* são autênticas instituições nos mercados internacionais, em particular financeiros; ninguém pode operar nesses mercados sem ser por seu intermédio.

Normalmente há uma boa coordenação e divisão de tarefas entre estes mediadores: os *jobbers* são os que negociam fundos públicos numa base grossista. As suas ligações com os clientes só se fazem através dos *brokers*.

O processo de funcionamento e relacionamento entre cliente/*broker/jobber* é por vezes bastante complexo, mas pode resumir-se do seguinte modo: uma vez encontrado o cliente interessado em determinada transacção nas bolsas de fundos ou de mercadorias, o *broker* toma a operação em causa como sua e negocia com o *jobber* com o qual discute as condições de compra e venda, em particular os preços.

Em geral o *broker* contacta vários *jobbers* e escolhe aquele que oferece melhores condições. O *jobber* que aceitar o negócio assume o risco das oscilações do mercado uma vez que ele também negocia por sua própria conta e a sua remuneração resulta da diferença entre o preço de compra acordado com o *broker* e o de venda que ele conseguir no mercado.

A remuneração do *broker* baseia-se na comissão estabelecida com o seu cliente logo que as condições do contrato estiverem completas por acordo entre o *broker* (mediador-corretor) e o *jobber* (biscateiro).

É evidente que o negócio só se considera concluído quando o cliente aceita as condições contratuais exaradas na nota de contrato - promessa estabelecida entre o *broker* e o *jobber*.

Façamos uma breve referência à questão da mediação de seguros. Para o efeito socorremo-nos do Código Comercial (legislação sobre a mediação de seguros). O artigo 1 diz o seguinte:

"Mediação de seguros é a actividade tendente à realização, á assistência ou à realização e assistência de contratos de seguro entre pessoas, singulares ou colectivas, e as seguradoras.

A mediação de seguros fica reservada aos mediadores de seguros, não podendo ser exercida por companhias de seguros e resseguros, agências de companhias de seguros estrangeiras e mútuas de seguros".

O artigo 2 e 3 definem mediadores da seguinte maneira:

³⁶ Também conhecido por "*dealer*". Em português "*jobber*" tem o significado de agiota ou biscateiro.

"Mediador de seguro é a pessoa, singular ou colectiva, que, reunindo as condições prescritas na presente legislação, exerce a atividade relativa à mediação de seguros. Os mediadores de seguros, abreviadamente designados por mediadores, dividem-se apenas em duas categorias:

- a) Agentes de seguros;
- b) Corretores de seguros.

Os trabalhadores de seguros, para efeitos de mediação de seguros, são equiparados a agentes de seguros, desde que inscritos nos termos do presente diploma..."

No artigo 7 se diz que:

"Só pode ser autorizada a inscrição como mediador a pessoa singular que reúna, cumulativamente, as seguintes condições:

- a) Ser maior ou emancipado;
- b) Ter capacidade legal para praticar actos de comércio;
- c) Não ter sido condenado por qualquer dos crimes previstos no artigo 78º do Código Penal ou por crimes de peculato³⁷;
- d) Possuir como habilitações literárias mínimas a escolaridade obrigatória legalmente fixada à data da inscrição.

Os utentes ou interessados em negócios onde estes mecanismos de mediação são já uma prática institucionalizada têm que sujeitar-se a todas as regras de jogo existentes. Por sua vez os mediadores (*brokers* e *jobbers*), para serem elegíveis devem revelar um alto nível de competência profissional e probidade moral e intelectual reconhecidas pelos associados do "clube" (do tipo bolsa por exemplo).

Em relação aos desvios às regras de jogo estabelecidas existem sanções previstas dentro do próprio "clube", assim como sanções legais de nível governamental para assegurar os altos padrões e prestígio internacionais dessas instituições.

3.10. Obrigações legais dos intervenientes do comércio

O artigo 18 do Código Comercial, a lei do comércio privado, a lei das cooperativas, a lei das empresas estatais e a lei das empresas públicas estabelecem um conjunto de obrigações mínimas que os intervenientes na actividade comercial têm de observar para poderem exercer a sua função. Assim:

- a) Devem ter nome ou denominação social que identifique claramente a unidade comercial e tanto quanto possível dê a entender a actividade que exercem (exemplos: Transportes Oliveiras, Lda.; Organizações Turísticas, S.A.R.L.; Empresa Moçambicana de Aglomerados, E.E.; EMOSE, S.A.R.L.; Cooperativa Agrícola Maguiguana).
- b) Devem ter uma contabilidade organizada de acordo com o Plano Nacional de Contas que dê a conhecer com muita clareza e em qualquer momento a situação patrimonial da unidade comercial.
- c) Devem estar registados nas autoridades competentes.

³⁷ Designa-se por crime de peculato o furto realizado por todo aquele que tem a responsabilidade de guardar ou gerir bens e direitos pertencentes ao erário público.

d) Devem dar balanço e prestar contas regularmente nos períodos indicados pela lei, normalmente nos 3 primeiros meses de cada ano.

3.11. As **bancarrotas do comércio**³⁸

A actividade comercial, tal como qualquer outra actividade que envolva questões de gestão de dinheiro segundo o princípio do cálculo económico, está sujeita a inúmeras contingências algumas das quais podem conduzir a modificações e transformações profundas das unidades empresariais. Dentre os factos que podem provocar mudanças radicais destacam-se a dissolução das sociedades com as consequentes liquidação e partilha.

Como causas da dissolução das sociedades comerciais podemos realçar as seguintes que vem discriminadas no artigo 120 do Código Comercial:

1º Findo o tempo porque foram constituídas não havendo prorrogação;

2º Pela extinção ou cessação do seu objecto;

3º Por se achar preenchido o fim delas, ou ser impossível satisfazê-lo;

4º Pela falência da sociedade;

5º Pela diminuição do capital social em mais de dois terços, se os sócios não fizerem logo entradas que mantenham pelo menos num terço o capital social;

6º Por acordo dos sócios;

7º Pela fusão com outras sociedades".

Os motivos enunciados são em direito comercial conhecidos por causas comuns a todas as formas de sociedade. Existem as causas específicas a cada tipo de sociedade e que naturalmente variam de país para país.

A título exemplificativo e ainda de acordo com o Código Comercial (artigo 120, § 4º) e a lei das sociedades por quotas de 1901 (artigo 42) as sociedades anónimas e as sociedades por quotas, que são as mais conhecidas entre nós, podem dissolver-se a pedido dos credores desde que estes provem que "posteriormente a época dos seus contratos, metade do capital social está perdido; mas a sociedade pode opor-se à dissolução, sempre que dê as necessárias garantias de pagamento aos seus credores".

Importa aqui dar um destaque especial à falência que é uma das importantes causas da dissolução das sociedades.

Muito simplesmente dá-se a falência de uma empresa quando ela passa a operar normalmente sem produzir proveitos para suportar os custos do seu funcionamento. Em direito diz-se que a situação de falência é o "estado dum comerciante que se encontra impossibilitado de solver os seus compromissos" (Código do Processo Civil artigo 1.135).

O Código do Processo Civil do qual extraímos a definição jurídica de falência indica um conjunto de fundamentos que podem dar origem à declaração de falência. Destacamos os seguintes:

³⁸ Utilizamos o termo *bancarrota* por corresponder ao termo mais usado na língua inglesa - *bankruptcy*. Em português a tradução mais correcta é falência ou quebra.

1º Cessação de pagamentos. É um dos principais elementos indicadores do estado potencial de falência pois se a sociedade deixar de pagar os seus compromissos financeiros por motivos injustificáveis é porque tecnicamente já não está em condições de pagar as dívidas de funcionamento.

2º Desaparecimento do comerciante ou ausência não justificada sem deixar representantes legais para assegurar a gestão da empresa. Esta fuga ou ausência, para serem motivos de presunção de falência, devem ter sido precedidos de actos que revelam dificuldades financeiras do comerciante como sejam desembaraço precipitado de bens do património da firma.

3º Rejeição, anulação e rescisão da concordata.

Importa dizer que a concordata é um acordo realizado entre um devedor (em dificuldades financeiras) e todos ou parte dos seus credores, pelo qual o devedor se compromete a pagar a estes, dentro de certos prazos, toda ou parte da sua dívida.

A concordata é uma faculdade que a lei concede para proteger os devedores nos casos em que os estados potenciais de falência são devidos a causas involuntárias e que lhes são alheias.

Ora se o comerciante se recusa a beneficiar-se desta faculdade pode-se presumir que não está em condições de solver os seus compromissos financeiros.

Como complemento das noções apresentadas a propósito de falência importa não confundir concordata com uma figura semelhante, a moratória. Com efeito a concordata é uma noção mais ampla que abrange uma dilação do prazo de pagamento das dívidas como também o perdão de parte das mesmas. Na moratória só há apenas uma dilação dos prazos de pagamento; por isso é que quando nestes acordos se verifica apenas o perdão de parte das dívidas, sem dilação de prazos, a figura jurídica toma o nome de concordata propriamente dita.

Do exposto importa referir que nem todas as causas previstas na lei dão, por si sós, origem a processos de falência. Daí que seja costume distinguir os seguintes tipos de falência:

-**Casual.** Aquela que se dá por razões independentes da vontade do comerciante (v.g. desvalorização súbita da moeda, incêndios, roubos). Se houver um estado de falência casual a lei não submete o comerciante a qualquer processo penal.

-**Culposa.** Dá-se quando o comerciante age nos seus negócios com incúria e irresponsabilidade manifestas que prejudicam a situação financeira da sua empresa. Nestes casos a lei pode desencadear um processo de falência culposa.

-**Fraudulenta.** Esta ocorre quando o comerciante praticou actos de má fé em manifesto prejuízo dos seus credores. A falência fraudulenta é a mais grave e daí que, à face da lei vigente, além de o comerciante ficar sujeito aos procedimentos processuais normais, pode sofrer uma pena de prisão celular de 2 a 8 anos.

Algumas vezes se fala de insolvência como se referindo à situação do devedor não comerciante em que o "activo" do seu património é inferior ao "passivo". Na prática no entanto os termos insolvência e falência são tidos como sinónimos.

O termo bancarrota, do inglês "bankruptcy" como vimos, tem o mesmo sentido que falência. Com efeito "bankruptcy" significa um procedimento legal que protege os credores e alivia os devedores nos casos em que estes se revelam incapazes ou não querem pagar as suas dívidas. A bancarrota pode ser voluntária ou involuntária. É

voluntária quando é solicitada (declarada em juízo) pelos devedores; é involuntária quando a solicitação é iniciativa dos credores.

A frequência das falências no mundo comercial e industrial é bastante grande, em particular ao nível das pequenas unidades empresariais ou do tipo familiar. As causas fundamentais destas falências, em 90% dos casos, estão ligadas à inexperiência e má gestão de tal maneira que tais empresas não chegam a durar mais do que 5 anos. Para se ter uma ideia da dimensão das falências basta dizer que estatísticas relacionadas com o mundo dos negócios referem que só nos E.U.A. cerca de 20% de novas empresas é que normalmente sobrevivem, os outros 80%, que representam cerca de 0,5 milhão de unidades empresariais, terminam em processos de falência todos os anos. Grande negócio para os juristas!.