

**Título:** Elementos Constitutivos do Contrato de Agência

**Autor:** Sérgio Luís Nguila Bazar

**UNIVERSIDADE APOLITÉCNICA**

**Maputo, Maio de 2010**

**Parecer do Tutor:**

“Trabalho de Projecto apresentado ao Instituto Superior Politécnico e Universitário como parte dos requisitos de graduação e obtenção do grau de Licenciado em Ciências Jurídicas”.

## **DEDICATÓRIAS**

Várias pessoas contribuíram de forma directa e indirecta para a realização deste trabalho.

Agradeço ao meu tutor, Mestre Agostinho Abdul, em particular, pela ajuda na orientação e priorização do tema, confiança e espírito académico demonstrado na minha orientação durante o projecto até a concretização deste trabalho e, a todos os docentes e colegas da Universidade Politécnica, em geral.

Endereço palavras de carinho aos meus pais, Rosário Bazar e Maria Luísa Bazar, pelos seus sacrifícios e solidariedade demonstrada ao longo deste percurso estudantil, constituindo pessoas inesquecíveis na minha vida.

À minha esposa, Isaura da Graça Bazar e ao meu filho, Maidel M.S. Bazar, pela compreensão e paciência consentida durante os meus estudos, e na realização deste trabalho, manifesto o meu profundo reconhecimento.

## LISTA DE ABREVIATURAS

---

Al.	Alínea
Als.	Alíneas
Art.	Artigo
Arts.	Artigos
B.R.	Boletim da República
C.C	Código Civil de Moçambique
C.Com	Código Comercial de Moçambique
Cfr.	Cifra
Cit.	Citada
CRM	Constituição da República de Moçambique
DL	Decreto-Lei
Dir. Civ.	Direito Civil
Ed.	Edição
Proc.Civ.	Processo Civil
SS.	Seguintes
Supl.	Suplemento
V.g	<i>Verbe Gratia</i>
Vol.	Volume

## ÍNDICE

---

SUMÁRIO	PÁGINA
<b>DEDICATÓRIAS</b> -----	<b>ii</b>
<b>LISTA DE ABREVIATURAS</b> -----	<b>iii</b>
<b>RESUMO DO TRABALHO</b> -----	<b>vi</b>
INTRODUÇÃO-----	1
a) Objectivos Gerais-----	3
b) Objectivos Específicos-----	3
c) Hipóteses-----	3
d) Justificativa do tema-----	4
e) Métodos de Pesquisa-----	4
f) Instrumentos de Pesquisa de Dados-----	5
g) Revisão Literária-----	5
<b>CAPÍTULO I</b> -----	<b>7</b>
1. Noção do Contrato e seus Elementos-----	7
1.1 Acepções do termo Agência-----	16
1.2 Evolução Histórica-----	21
1.3 Importância-----	24
1.4 Vantagens do contrato de agência.-----	25
1.5 Figuras afins ao contrato de agência-----	25
1.5.1 O Mandato Comercial.-----	27
1.5.2 Contrato de Comissão.-----	28
1.5.3 Contrato de Mediação-----	30
1.5.4 Contrato de Franquia (franchising)-----	30
1.5.5 Contrato de Trabalho.-----	31
1.5.6 Agência e Distribuição por conta própria ou concessão comercial.-----	32
<b>CAPÍTULO II</b> -----	<b>35</b>
2. NATUREZA JURÍDICA DO CONTRATO DE AGÊNCIA-----	35
2.1 A nomenclatura legal – as partes no contrato de agência-----	36
2.2 Sujeitos-----	37
2.3 Objecto-----	38
2.4 A forma-----	40
2.5 Tipos de Representação-----	41
2.5.1 Agência com representação-----	41
2.5.2 Agência sem representação-----	42
2.5.3 A representação aparente-----	42
<b>CAPÍTULO III</b> -----	<b>43</b>
3. OS ELEMENTOS ESSENCIAIS DO CONTRATO DE AGÊNCIA-----	43
3.1 Obrigação do agente promover a celebração de contratos.-----	43
3.2 Por conta da outra parte-----	44
3.3 Autonomia-----	45
3.4 Estabilidade-----	46
3.5 Retribuição-----	47
<b>CAPÍTULO IV</b> -----	<b>49</b>
4. DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES-----	49
4.1 Obrigações do Agente-----	49
4.2 Direitos do Agente-----	50

4.3 Os modos de extinção do contrato -----	50
4.3.1 Cessação do contrato. -----	50
4.3.2 Mútuo Acordo -----	51
4.3.3 Caducidade -----	51
4.3.4 Denúncia -----	51
4.3.5 Resolução -----	52
4.4 Do aspecto da indemnização da clientela -----	52
<b>CAPITULO V -----</b>	<b>54</b>
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	56

## **RESUMO DO TRABALHO**

Este trabalho visa fazer abordagem aos elementos constitutivos do Contrato de Agência. Trata-se de singela contribuição no esclarecimento de conceitos e tentativa de uniformização do seu entendimento. Os dados produzidos constituem resultado da interpretação da legislação comercial, e confrontação dos vários autores devidamente referenciados. O trabalho conclui que há razões para considerar abordagens mais variadas na concepção dos elementos constitutivos do Contrato de Agência no ordenamento jurídico moçambicano.

## **INTRODUÇÃO**

### **Enunciação**

Este trabalho corresponde a exposição ao ponto culminante de estudos para obtenção de Licenciatura em Ciências Jurídicas, na Universidade “A Politécnica”, em Maputo.

A escolha do tema, objecto deste trabalho foi influenciado pela realidade com que este tipo de negócio é tratado ao leigo observador da vida económica e é relativo aos “Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano”.

Ciente de que quando se aborda uma realidade como contrato, torna-se difícil distanciarmo-nos de alguns aspectos económicos a ele intrinsecamente ligados. Por razões óbvias, procuraremos emprestar ao presente trabalho uma vertente económica no que tange aos elementos constitutivos do contrato de agência no nosso país.

### **Delimitação**

A presente dissertação está organizada em 5 capítulos, sendo que:

A introdução é composta pelos objectivos gerais e específicos, hipóteses, justificativa, instrumentos de pesquisa e revisão literária.

O capítulo I vai incidir sobre a noção do contrato e seus elementos, à sua função económica, classificação dos contratos, destrição das várias acepções do termo agência. Adiante falaremos da importância do seu estudo, as vantagens do uso desta figura contratual relativamente aos outros contratos de distribuição comercial e, uma abordagem referencial às figuras afins ao contrato de agência.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

No capítulo II falaremos da natureza jurídica do contrato de agência, indicando a nomenclatura legal – as partes no contrato de agência, sujeitos, objecto e forma para além dos tipos de representação.

O capítulo III é reservado aos elementos essenciais ao contrato de agência que constitui o âmago do presente trabalho.

No capítulo IV tecemos algumas das obrigações do agente, seus direitos, abordaremos os modos de extinção do contrato e no final falaremos do aspecto da indemnização da clientela e a convenção *Del Credere*.

O capítulo V é reservado às considerações finais, dando algumas recomendações julgadas pertinentes, de acordo com os problemas que o tema suscita, as referências bibliográficas e anexos.

### **Problemática**

Não é fácil a interpretação e aplicação de normas que regulam a figura jurídica deste instituto, pelo facto do contrato de agência ser praticado por grandes empresas, em virtude de utilização de capitais de montante elevado e não ser praticado por pequenas e médias empresas.

Assim sendo, a intervenção dos agentes revela-se inconveniente em virtude dos riscos e das desvantagens de ordem financeira. Questionaremos qual o seu contributo para o desenvolvimento económico dos empresários comerciais e para a economia do país, quais os direitos das partes intervenientes, quais as obrigações do principal (em princípio, empresário comercial) e, igualmente do agente.

**a) Objectivos Gerais**

Conhecer o real sentido do contrato de agência nos diversos contornos, seus elementos constitutivos em particular, para a correcta aplicação, através de um modelo interpretativo e crítico.

**b) Objectivos Específicos**

Estudo das normas reguladoras deste tipo contratual seguindo a perspectiva comparativa, interpretativa de forma a contribuir no esclarecimento de conceitos e tentativa de uniformização do seu entendimento através de:

- Explicação do conteúdo, seus elementos, direitos entre outros;
- Contribuição para o conhecimento dos estudantes, em particular, de Ciências Jurídico-Económicas.

**c) Hipóteses**

O agenciamento é praticado por grandes empresas porque utilizam avultados capitais ao contrário das pequenas e médias empresas e deve-se:

- A falta de incentivos e apoio aos empresários;
- A falta de um sistema comercial dotado de flexibilidades e simplicidade nas suas normas.

O facto da intervenção dos agentes comerciais não se revelar conveniente em muitos casos é devido a:

- A falta de meios financeiros;
- Os riscos das desvantagens de ordem financeira que envolve;
- O facto de não se assegurar uma compensação dos riscos que o agente se encontra sujeito;
- A falta de protecção contra actuações abusivas assumidas pelo principal.

**d) Justificativa do tema**

O estudo deste tema tem seu interesse porque pretendemos:

- Apoiar na aplicação das normas que o regem;
- Incentivar os pequenos empresários a aderirem a este tipo contratual para satisfazerem as transacções comerciais;
- Possibilitar o aprofundamento dos conhecimentos a quem deseje investigar sobre problemas que o contrato de agência suscita e;
- Dedicar o empenho que o estudante teve pela disciplina.

**Delimitação espaço-temporal**

O estudo vai circunscrever-se ao ordenamento jurídico Moçambicano essencialmente comparando com o ordenamento jurídico Português e Brasileiro.

Por razões de limitações de tempo, de acesso a bibliografia de apoio, disponibilidade de recursos para efeitos comparativos dando maior mérito e cientificidade ao mesmo e as conclusões que o trabalho requer, esperamos, contudo alcançar os objectivos preconizados em relação ao presente trabalho.

**e) Métodos de Pesquisa**

*- Revisão bibliográfica*

É imperioso que se recorra a consulta bibliográfica tratando-se de um trabalho científico, de forma a solidificar as ideias abordadas ao longo do trabalho.

**Abordagem Histórico Comparativo**

Faremos a comparação das semelhanças e distinção deste tipo de contrato com outras figuras afins, recorrendo ainda ao direito comparado para uma melhor elucidação de determinadas vicissitudes do instituto, no âmbito do direito interno.

### **Abordagem Qualitativa**

- Análise do conteúdo que vai recair sobre preceitos legais referidos;
- Análise do conteúdo que vai permitir tratar de forma metódica as várias informações constantes da linguagem usada na lei, e o que se alcança da sua interpretação.

### **f) Instrumentos de Pesquisa de Dados**

Teremos como base os livros, a legislação pertinente e os endereços (sites) electrónicos.

- Relativamente aos dados a ser obtidos pelo pesquisador, nas obras lidas e na legislação consultada, pode-se dizer que constitui pretensão do mesmo, a análise cuidadosa da informação recolhida, ver qual a posição dos vários autores em relação ao presente tema fazendo uma abordagem acerca das posições assumidas e enquadrar, de acordo com a Lei, a posição mais conveniente e que é acolhida pelo nosso legislador.
- Análise dos manuais de direito substantivo sobre o tema.
- Análise de instrumentos jurídicos sobre o tema.

### **g) Revisão Literária**

A consulta a obras científicas é fundamental para a colheita de ideias sustentáveis sobre o tema em apreço, que são os elementos constitutivos do contrato de agência. No concernente a legislação é pertinente a sua consulta para que se possa fundamentar com base na Lei, os argumentos. Utilizaremos a hermenêutica e crítica em relação aos vários instrumentos legais existentes.

O contrato de agência outrora tido como contrato atípico trazia vários problemas mas mesmo hoje, com a sua tipificação nem todos os problemas encontram-se resolvidos conforme vamos constatar. Neste trabalho vamos procurar demonstrar

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

de forma clara a necessidade, de se assegurar condições idênticas dos agentes comerciais e dos principais que, exerçam a sua actividade no país.

Assim sendo, iremos analisar os elementos constitutivos do contrato de agência no nosso ordenamento jurídico observando a doutrina, as normas do Código Comercial, Código Civil vigente, entre outros manuais devidamente citados. Iremos, igualmente, recorrer às normas do direito subsidiário, mediante remissão feita pelo Código Comercial a tais normas.

## CAPÍTULO I

### 1. Noção do Contrato e seus Elementos

#### Contrato

O contrato é um acordo de vontades, um contrato é um vínculo jurídico entre dois ou mais sujeitos de direito correspondido pela vontade, da responsabilidade do acto firmado, resguardado pela segurança jurídica em seu equilíbrio social, ou seja, é um negócio jurídico bilateral ou plurilateral. É o acordo de vontades, capaz de criar, modificar ou extinguir direitos.

As cláusulas contratuais criam lei entre as partes, porém são subordinados ao Direito Positivo. As cláusulas contratuais não podem estar em desconformidade com o Direito Positivo, sob pena de serem nulas.

Os contratos constituem a principal fonte das relações obrigacionais, não só pela predominância mas também porque os direitos e as obrigações deles resultantes são, de modo geral, os de maior relevo na vida de todos os dias, daí, a sua importância prática e teórica.

A figura do contrato surge como módulo para explicar ou edificar instituições jurídicas da mais diversificada natureza, desde a construção do Estado baseada no ``Contrato Social``, passando pela ordenação das relações internacionais, assente nos tratados de essência contratualista.

O contrato surge mesmo como pedra angular de um sistema jurídico, político-económico, a favorecer o progresso e desenvolvimento económico, revelando-se um instrumento jurídico essencial ao serviço da colaboração entre as pessoas, e de incentivo económico.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

No nosso país, as cláusulas consideradas abusivas ou fraudulentas podem ser invalidadas pelo juiz, sem que o contrato inteiro seja invalidado. Trata-se da cláusula geral *rebus sic stantibus* (ou revisão judicial dos contratos), que objectiva flexibilizar o princípio da *pacta sunt servanda* (força obrigatória dos contratos), preponderando, assim, a vontade contratual atendendo à Teoria da Vontade. De um modo mais simples, contrato, como diz o nome, derivado do latim “contractu”, é um acordo entre duas ou mais pessoas.

Constitui como prova da sua potencialidade e maleabilidade o aparecimento de novas figuras contratuais, como por exemplo:

- A locação financeira (*leasing*);
- Contratos de operações de cobrança (*factoring* ou cessão financeira);
- Contrato de franquia;
- Contrato de empreendimento comum (*joint venture*);
- Contrato de transferência de tecnologia (*Know-How*);
- Contrato de assistência técnica;
- Contratos de *Catering*
- Contrato de licenciamento;
- Contrato de mediação;
- Contrato de crédito e/ou débito;
- Contrato de patrocínio (*Sponsor chip*);
- Contratos bancários;
- Contrato de informáticos;
- Contrato de agência<sup>1</sup>.

Segundo o Código Civil, art. 405º, cuja epígrafe é Liberdade contratual, refere no nr. 1 que dentro dos limites da lei, as partes têm a faculdade de fixar livremente o conteúdo dos contratos, celebrar contratos diferentes dos previstos no Código Civil ou incluir nestes as cláusulas que lhes aprouver. O nr. 2 do mesmo diploma legal dispõe que podem as partes reunir no mesmo contrato regras de dois ou mais negócios, total ou parcialmente regulados na lei.

---

<sup>1</sup> Costa, M.J.A (1994), Direito da Obrigações, 6ª Edição, Coimbra Editora, pág. 147 e ss

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

Ana Prata refere que se trata de negócio jurídico sinalagmático ou plurilateral, integrado pela manifestação de duas ou mais vontades diversas de um objectivo comum. É pois, a convenção pela qual duas ou mais pessoas constituem relações jurídicas, regulando assim, juridicamente os seus interesses.

De facto, o contrato pode ser fonte de constituição, transmissão, modificação e extinção de direitos, bem como fonte de direitos reais, familiares ou sucessórios<sup>2</sup>.

O contrato é, pois, o instrumento que a ordem jurídica faculta aos sujeitos para, por acordo, realizarem as operações económicas e sociais que lhes convém, atribuindo a esses acordos carácter jurídico, isto é, vinculativo<sup>3</sup>.

Por ser um negócio jurídico por excelência, pois trata-se de instrumento privilegiado da autonomia privada, para ser válido necessita preencher os seguintes requisitos de ordem geral comuns a actos e negócios jurídicos, a saber:

*I- Agente capaz;*

O agente faz da intermediação de negócios sua profissão. Não pratica a compra e venda das mercadorias do representado. Presta serviços tendentes a promover a compra e venda, que será concluída pelo preponente. A função económica e jurídica se localiza no terreno da captação de clientela e pode agir como depositário apenas da mercadoria do preponente, de maneira que, ao concluir a compra e venda e promover a entrega de produtos ao comprador, não age em nome próprio, mas o faz em nome e por conta da empresa que representa, ao invés de actuar como vendedor actua como mandatário do vendedor.

O agente só pode celebrar contratos em nome e por conta da outra parte se esta lhe tiver conferido, por escrito, os necessários poderes, tal como completa legitimidade

---

<sup>2</sup> Prata, Ana (2006), Dicionário Jurídico, 4ª Ed. Livraria Almedina, Coimbra, pág. 149;

<sup>3</sup> Prata, Ana, Obra cit., pág. 149.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

para requerer as providências urgentes que se mostrem indispensáveis em ordem a acautelar os direitos da outra parte<sup>4</sup>.

*II - Objecto lícito, possível e determinável;*

Objecto lícito é aquele não contrário à lei, aos bons costumes, à ordem pública e à moral, ilustrativamente, ter um contrato como objecto a venda de entorpecentes é ilícito, sendo o contrato considerado nulo. Também deve ser possível, exemplificando, não poderá ter como objecto do contrato a volta à Cidade de Maputo correndo em meia hora. “A ilicitude pode resultar não da violação de uma norma legal, mas da ordem pública ou dos bons costumes<sup>5</sup>”

O objecto deverá, também, ser determinável ou susceptível de determinação, pelo género e quantidade, sob pena de nulidade absoluta. Quanto a forma, o contrato deverá ser formalizado conforme a prescrição legal, tendo no ordenamento jurídico um modelo prévio, como exemplo o contrato de compra e venda de imóvel que deverá ser por escritura pública<sup>6</sup>.

O objecto imediato da relação é o próprio nexa formado pelo direito subjectivo e correspondente vinculação da parte passiva, consistindo o objecto mediato nas realidades sobre que incidem este direito e esta vinculação, isto é, as coisas e as prestações, que satisfazem os interesses protegidos por lei. O objecto imediato da relação é aquilo sobre que rendimento recai o direito (a actividade devida) e objecto mediato o que, indirectamente, é devido (as coisas).

*III - Forma prescrita ou não defesa em lei.*

Tais requisitos são denominados de elementos essenciais e a ausência de um dos requisitos gera a nulidade absoluta do negócio.

---

<sup>4</sup> Código Comercial aprovado pelo Dec. Lei nr.2/2005, de 27 de Dezembro, art. 524º, nr.1 e 3.

<sup>5</sup> Ana prata, Obra cit., pág. 411.

<sup>6</sup> Cfr. art. 875º Código Civil.

— **Capacidade**<sup>7</sup>

— **Objecto**

— **Forma**

Relativamente a capacidade temos a referir que existem vários tipos de capacidades, a saber:

### **Capacidade jurídica**

Em direito civil, capacidade de uma pessoa física ou jurídica é a possibilidade dela exercer pessoalmente os actos da vida civil — isto é, adquirir direitos e contrair deveres em nome próprio. A legislação moçambicana distingue na capacidade jurídica:

**Capacidade de gozo** — É a susceptibilidade ser sujeito de direitos e obrigações – arts. 67º e 69º CCiv.

**Capacidade de exercício** — É a possibilidade que uma pessoa tem de praticar, pessoal e livremente, actos jurídicos, de exercer direitos e cumprir deveres. Esta capacidade pode encontrar-se limitada. A incapacidade de exercício é suprida pela representação.

### **Legitimidade**

Legitimidade é termo utilizado em Direito Civil; Processo Civil e outros ramos da ciência jurídica. Nas palavras de Ana Prata:

(...no campo do direito civil, diz-se que uma pessoa tem legitimidade para praticar certo acto, quando é sujeito da situação jurídica sobre a qual o referido acto vai exercer o seu efeito, quando tem título jurídico que lhe permite desencadear efeitos

---

<sup>7</sup> Ana Prata, *Obra cit.* Pág. 87.

## **Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano**

---

em esfera jurídica alheia ou quando, excepcionalmente, a lei expressamente lhe permite a pratica do acto..).<sup>8</sup>

Trata-se, portanto, de uma qualidade do sujeito jurídico, mas que, diversamente da capacidade, é aferida em cada relação e diz respeito ao conteúdo concreto desta.

No Direito moçambicano são nulos os negócios jurídicos se:

- A manifestação de vontade for manifestada por agente absolutamente incapaz;
- O objecto for ilícito, impossível, indeterminado ou indeterminável;
- A forma for proibida ou não for prescrita em lei;
- Tiverem como objectivo defraudar a lei<sup>9</sup>;
- A lei declará-los nulos expressamente;
- Houver qualquer vício de consentimento, entre eles incluídos a coação absoluta, a fraude, o dolo e o erro.

### **Nulidade relativa ou Anulabilidade**

São considerados negócios anuláveis os praticados por relativamente incapazes, ou que possuam os chamados vícios do consentimento — erro, dolo, coação, estado de perigo, lesão ou pelo vício social, apesar de no código ser tido como vício de consentimento, fraude contra credores. A legitimidade para pedir a anulação, diferente do caso de nulidade absoluta, está restrita aos interessados (partes prejudicadas). Decaído o prazo para a entrar com a acção anulatória o contrato se ratifica entre a partes não tendo mais vício algum.

### **Função económica dos contratos**

Pode-se perspectivar que o contrato de compra e venda corresponde aos contratos mais realizados pela população moçambicana. Os contratos, num modo geral,

---

<sup>8</sup> *Idem.*, pág. 363 e SS.

<sup>9</sup> *Cfr* art. 282º Código Civil.

representam formas de transferência de património, como por exemplo: a doação, o mútuo, a compra e venda, dentre outros.

### **Classificação dos contratos**

#### *I — Contratos unilaterais, bilaterais e plurilaterais*

Nos contratos unilaterais, onde somente um é o credor, sendo o outro o devedor. Este ocorre na doação pura, no depósito e no comodato.

Nos bilaterais ou sinalagmáticos, os dois contratantes tem responsabilidades um com o outro, sendo esses reciprocamente devedores e credores uns do outro. Nesta espécie de contrato não pode um dos lados antes de cumprir suas obrigações, exigir o cumprimento do outro. O nome provém do grego antigo *synallagma*, que significa "acordo mútuo". V.g na compra de um produto, o contratante (consumidor) e o contratado (vendedor) combinam de acertar a quantia em dinheiro somente no término do serviço do contratado (entrega do produto); o contratado só pode cobrar após entregar o produto e o contratante só o paga ao receber o objecto negociado.

Os contratos plurilaterais são aqueles que apresentam mais de duas partes, como nos contratos de consórcio e de sociedade.

#### *II – Onerosos e gratuitos*

Os contratos onerosos, são aqueles que as duas partes levam vantagem – sendo estes bilaterais — como exemplo, a locação de um imóvel; o locatário paga ao locador para poder usar o bem, e o locador entrega o que lhe pertence para receber o pagamento. Nos contratos gratuitos, somente umas das partes obtém proveito, como na doação pura.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

*III – Comutativos e aleatórios*

O contrato comutativo é o que, uma das partes, além de receber prestação equivalente a sua, pode apreciar imediatamente essa equivalência, como na compra e venda.

Nos aleatórios, as partes se arriscam a uma prestação inexistente ou desproporcional, como exemplos, seguros, empréstimos. Simplificando, é o contrato de decisões futuras, em que uma parte é responsável por elas acontecerem ou não.

*IV – Consensuais ou reais*

Consensuais são os que se consideram formados pela simples proposta e aceitação. Os reais, são os que se formam com a entrega efectiva do produto, a entrega deste não é decidida no contrato, mas somente as causas do que irá acontecer depois dessa entrega. Os contratos reais são em geral unilaterais, sendo que se limitam a restituir a coisa entregue. Ou bilaterais, sendo que enquanto não se entrega o produto, não obrigação gerada.

*V – Contratos nominados e inominados*

Contratos nominados são os regulamentados por lei, o código civil rege são compra e venda, troca, doação, locação, empréstimo, depósito, mandato, gestão, edição, representação dramática, sociedade, parceria rural, constituição de renda, seguro, jogo e aposta, e fiança. Os inominados são contrários aos nominados, não necessitando de uma acção legal, pois estas não estão definidas em lei, precisando apenas do básico dos contratos (que as partes sejam livres, que os produtos sejam lícitos e etc.

*VI – Solenes e não solenes*

Os solenes são os contratos que necessitam de formalidades nas execuções após ser concordado por ambas as partes, dando a elas segurança e algumas formalidades da

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

lei, como na compra de um imóvel, sendo necessário um registro em cartório para que este seja válido. Os não solenes são aqueles que não precisam dessas formalidades, necessitando apenas da aceitação de ambas as partes.

*VII – Principais e acessórios*

Os principais, são os que existem por si só, sendo independente de outros. Os acessórios são emendas do contrato principal, sendo que estes necessitam do outro para existirem.

*VIII – Paritários ou por adesão*

Os contratos paritários são os que realmente são negociados pelas partes, discutindo e montando-o dentro das formalidades da lei.

Já os contratos por adesão se caracterizam por serem prontos por um a das partes e aceitos pelas outras, sendo um pouco inflexíveis por excluir o debate ou discussão de seus termos.

**Vícios redibitórios**

São defeitos ocultos no objecto do contrato que tornam a coisa imprestável ou lhes diminui o valor económico. Para que se caracterize o vício redibitório é necessário que o defeito esteja presente no momento da celebração do contrato.

Verificada a existência do vício, o adquirente tem duas opções: a) Por meio de acção redibitória rescindir o contrato e reaver o preço pago, inclusive com perdas e danos; ou b) Conservar o contrato e ajuizar acção estimatória para obter abatimento no preço da coisa.

Segundo o Código Civil Moçambicano, os vícios redibitórios somente se aplicam nos contratos comutativos ou de doação com encargo.

### **1.1 Acepções do termo Agência<sup>10</sup>**

O termo agência pode referir-se a:

- Agência bancária;
- Agência de emprego;
- Agência (filosofia);
- Agência funerária;
- Agência de notícias;
- Agência de publicidade;
- Agência reguladora;
- Agência de turismo ou agência de viagens.

- **Agência bancária**

Um banco é a instituição financeira que aceita depósitos e concede empréstimos. O banco tem por função depositar capital em formas de poupança, emprestar dinheiro, financiar automóveis e casas, trocar moedas internacionais, realizar pagamentos, etc.

- **Agência (filosofia)**

Agência (do latim *agentia*), em sentido filosófico, é a capacidade de um agente intervir no mundo. A agência é considerada pertinente aquele agente, mesmo se tal agente representa um personagem fictício ou alguma entidade não-existente. A capacidade de agir implica, a princípio, numa dimensão moral específica para a capacidade de optar pela acção. A agência moral expressa questões deste tipo.

---

<sup>10</sup> <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ag%C3%Aancia> acesso em 29/03/2010

- **Agência humana**

Agência humana é a capacidade dos seres humanos em fazer escolhas e impor estas escolhas ao mundo. Ela é normalmente contrariada por forças da natureza, as quais são causas que envolvem somente processos deterministas não-conscientes.

- **Agência funerária**

Funerária é uma empresa que trabalha com as questões ligadas à morte: venda de caixões, ornamentação de flores, transporte em carro fúnebre até o cemitério e translados para outras localidades, locação de pagamentos para o velório – tais como anteparos para o apoio da urna, artefactos religiosos, etc.

- **Agência de notícias**

Agência de notícias ou agência noticiosa é uma empresa jornalística especializada em difundir informações e notícias directamente das fontes para os veículos de comunicação. As agências não fornecem directamente ao público, mas sim para os jornais, revistas, televisões, websites, a chamada mídia, que por isso mesmo media a comunicação entre a fonte e os leitores/espectadores.

- **Agência de publicidade**

Agência de publicidade, também conhecida por agência de propaganda, é uma empresa responsável pela criação, planeamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias. Uma agência de propaganda gerência todos os processos relacionados à propaganda. A agência é responsável por assessorar o anunciante em suas necessidades de propaganda, executando trabalho dos fornecedores e produtores, e intermediando as relações entre o cliente e o veículo de comunicação.

- **Agência reguladora**

Agência reguladora é uma pessoa jurídica de Direito público interno, geralmente constituída sob a forma de autarquia especial ou de outro ente da administração indirecta, cuja finalidade é regular e/ou fiscalizar a actividade de determinado sector da economia de um país, a exemplo dos sectores de energia eléctrica, telecomunicações, produção e comercialização de petróleo, recursos hídricos, mercado audiovisual, planos e seguros de saúde suplementar, mercado de fármacos e vigilância sanitária, aviação civil, transportes terrestres ou aquários, etc.

- **Agência de viagens ou de turismo**

Uma agência de viagens é uma empresa privada que trabalha como intermediária entre os seus clientes e determinados prestadores de serviços turísticos (empresas, aéreas, hotéis), com o objectivo de vender produtos e serviços relacionados com essas viagens a um preço e com determinadas condições especialmente atractivas em relação as que se poderiam conseguir ao dirigir-se directamente a esses provedores.

- **Agência governamental**

Uma agência governamental é uma organização permanente ou semi-permanente na máquina do governo e que é responsável pela supervisão e administração de funções específicas, tal como um serviço de inteligência. Embora sua utilização varie, uma agência governamental distingue-se tanto de um ou de um ministério, quanto os outros tipos de órgãos públicos instituídos pelo governo. As funções de uma agência são normalmente de carácter executivo, visto que tipos diferentes de organizações (tais como comissões) são normalmente utilizadas para funções de consultoria.

Uma agência governamental pode ser instituída tanto por um governo nacional quanto por um Estado que governe num sistema federativo. O termo não é

normalmente utilizado para as organizações criadas por obra de uma administração regional. As agências podem ser criadas através do poder legislativo ou por decreto do executivo. A autonomia e a confiabilidade das agências governamentais também variam muito.

**Conceito de contrato de agência: Origem e importância.**

O termo agência, assim como agente provêm do latim *agentia*: que age ou que faz. De acordo com Aurélio Buarque o verbo ``agenciar`` possui o significado de promover determinada actividade, ou promover o andamento de um negócio. O termo agente significa aquele que trata de negócios de outrem<sup>11</sup>. O agente, portanto empreende actos destinados a viabilizar a concretização, por outra pessoa (seu cliente).

A agência constitui uma das formas de representação da sociedade ao lado de outras formas como as sucursais, delegações, filiais ou outras formas locais de representação no território nacional ou estrangeiro, vide nr. 1 do art. 95º C.Com.

Segundo Ana Prata, contrato de agenciamento ou de corretagem é aquele em que uma das partes se obriga, contra remuneração, a realizar um serviço, podendo este traduzir-se na obtenção de informações ou na realização de contratos com terceiros, que o próprio corretor há-de descobrir<sup>12</sup>.

A noção mais divulgada na doutrina é a do contrato pelo qual um dos contraentes se obriga, perante o outro, a promover com carácter de permanência, em nome e por conta do último, a celebração de contratos em certa zona ou em determinado círculo de clientes, mediante retribuição.

O conceito desta figura no nosso ordenamento jurídico encontra-se disposto no capítulo VI, I secção, art. 522º CCom. cuja noção refere:

---

<sup>11</sup> Buarque, Aurélio, Novo Dicionário da Língua Portuguesa, 1ª Edição, Editora Nova Fronteira, pág. 50.

<sup>12</sup> Ana Prata, Obra cit. Pág. 151 e SS.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

*Agência é o contrato pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta da outra a celebração de contratos, de modo autónomo e estável e mediante a retribuição, podendo ser-lhe atribuída certa zona ou determinado círculo de clientes.*

Segundo António Pinto Monteiro, o legislador começa por definir o contrato de agência, fazendo sobressair as notas que identificam este contrato e, ao mesmo tempo diferencia dos outros, que realizam função económico-social diversa<sup>13</sup>.

O contrato de agência, por si só, não confere ao agente poderes para celebrar contratos, este limita-se a fomentar a sua conclusão e a prepará-los mas não lhe cabe a celebração dos contratos, trata-se de simples actividade acessória, complementar da obrigação fundamental de promover a celebração de contratos.

No exercício da sua função, o agente actua sempre por conta e no interesse do principal (o que não significa que o interesse tenha de ser exclusivo deste). O agente exerce, com autonomia e independência, uma actividade de gestão de interesses alheios (principal). A sua obrigação não consiste, por isso, numa prestação a outrem. O agente é um colaborador do principal devendo, por conseguinte, de acordo com a sua função, cooperar com ele em ordem à realização plena do fim contratual.

O agente é independente e actua com autonomia, sendo remunerado em função dos resultados que vier a obter. Este promove a celebração dos contratos com os clientes que não a simples actividade publicitária, a sua actuação pauta-se pelas notas da autonomia e da estabilidade circunscrevendo-se a uma determinada zona ou círculo de interesses de clientes.

---

<sup>13</sup> António Pinho Monteiro (2000), *Contrato de Agência, Anotação do Decreto-Lei nr. 178/86*, 4ª ed. Livraria Almedina, Coimbra, pág.37.

## **Delimitação**

Antes de começarmos com análise do tema proposto, urge delimitarmos o nosso objecto de estudo de forma a fundamentar a terminologia que será adoptada neste estudo.

O tema em análise centra-se, fundamentalmente no ordenamento jurídico moçambicano, sendo que a delimitação temporal abrange o período da independência até ao presente momento.

A base deste estudo não é mais do que a interpretação das normas que regulam esta figura jurídica, contrato de agência em geral e, em particular, a análise dos seus elementos constitutivos. O presente estudo realizou-se entre os meses de Novembro de 2009 a Maio de 2010.

### **1.2 Evolução Histórica**

Devido a difícil conclusão dos negócios jurídicos pelos seus intervenientes pelos mais diversos motivos, dentre os quais podemos destacar as incapacidades humanas e materiais, levam ao desenvolvimento de uma actividade que tinha como objectivo final fomentar a conclusão ou, apenas agenciando propostas. Como o produtor não possuía capacidades na actividade de venda e, porque a conquista de novos mercados requeria o estabelecimento de relações mais complexas, seja para completar esta actividade empresarial, emergiu à representação comercial como verdadeira fonte auxiliar de actividade empresarial.

Com a evolução produtiva, surge um novo paradigma: o empreendedor não realiza a venda directa ao segmento consumidor, uma vez que, reconhecidamente não possui condições de explorar também, a actividade da venda. Assim, passava o empreendedor a recorrer à mão-de-obra alheia e à estrutura de inter-mediadores capazes de efectivar a circulação dos produtos ou serviço. Existe portanto, a necessidade do empresário em transpor os limites físicos do seu estabelecimento,

em virtude do volume do comércio. Tornou-se estrategicamente importante que alguns dos seus vendedores actuassem em outras praças, a fim de captar clientela ainda não cativada<sup>14</sup>.

A utilização de trabalhadores da empresa produtora, revelou-se cada vez menos eficaz, comportando elevados custos de organização. Em vez de deslocar trabalhadores a locais distantes, passaram as empresas produtoras a servirem-se de pessoas estabelecidas na zona, aproveitando a sua organização, as suas capacidades e credibilidade junto dos consumidores locais.

Surgem assim, novas figuras na economia moderna – os agentes, representantes e concessionários. O Agente Comercial constitui assim, um tipo de intermediário integrado na rede de distribuição, sendo o contrato de agência um dos tipos de acordos celebrados, no âmbito da distribuição dos bens produzidos. É actualmente a figura mais comum de intermediário comercial, desenvolve uma actividade com carácter de continuidade e com autonomia perante o produtor, mantendo no entanto, uma estreita colaboração com este em nome de quem promove à sua actividade.

A necessidade de criação e desenvolvimento deste tipo contratual, surge como uma decorrência normal da evolução das relações comerciais, constituindo hoje um elemento imprescindível para o sucesso dos sectores de produção e distribuição de bens. O aparecimento da figura do agente comercial data do século XIX obedecendo a uma importância económica precisa:

- ***Representar os interesses comerciais de outrem numa zona determinada.***

Este tipo de representação económica começou por se realizar através de uma relação de comissão. Dado o incremento da indústria aliado ao desenvolvimento dos meios e comunicação e transporte, com a necessidade de uma eficaz distribuição do método tradicional de colocação dos bens no Mercado, torna-se

---

<sup>14</sup> <http://www.jus2.vol.com.br/doutrina/texto.asp> acesso em 13.04.2010

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

possível contacto do produtor com o consumidor. Mas, se agora é possível ao produtor dirigir as operações, o sucesso da sua actividade impõe à necessidade de recorrer aos serviços de terceiros.

A procura de mercados e o desenvolvimento da expansão comercial, aliada ao comércio externo, com o conseqüente aumento da produtividade são factores que estão na base do progressivo recurso a colaboradores e auxiliares que, com autonomia desenvolvem uma actividade própria no interesse do produtor.

Fazendo recurso ao direito comparado, pode-se dizer que, foi o Código Comercial Alemão de 10 de Maio de 1897 que, pela primeira vez regulamentou à representação comercial.

O código via o agente como “um comerciante independente que, se apresentava perante a empresa com iguais direitos sem ter em consideração que, muitas das vezes, ele se encontrava na posição de parte mais fraca”; por outro lado, não se distinguia o agente do empregado comercial. Foi com base em sugestões apresentadas por diversas entidades, em 1953 introduziu-se alterações ao código daí que, passou a ser visto como aquele que, (actuando como profissional independente), é encarregado de forma permanente, de promover negócios para uma outra empresa ou de os concluir em nome desta.

Já em Itália, quanto aos representantes autónomos, a distinção vulgarmente feita entre “agente e representante”, se baseia na extensão dos poderes de cada um; o agente limita-se à recolher e transmitir as ordens do seu proponente, que decidirá da oportunidade a dar sequência ao negócio. O representante pode concluir ele próprio os negócios, e conseqüentemente vincular o proponente (agente com representação).

Não obstante, o contrato de agência só ter sido objecto de regulamentação em Portugal a partir da publicação do DL nr.178/86, de 03 de Julho, a figura é a largas décadas utilizada na actividade económica portuguesa. Assim, a nível do nosso país até a publicação do diploma ora citado, o contrato de agência era tido como

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

contrato atípico mas socialmente típico tanto que o legislador entendeu por bem, encetar os trabalhos de forma a permitir uma maior clareza e estabilização das relações entre o “agente e o principal”.

Daí a aprovação, do DL nr. 178/86, de 03 de Julho, que posteriormente, com adesão de Portugal à então denominada Comunidade Económica Europeia, foi necessário proceder à adaptação das normas de direito interno às disposições do Direito Europeu. E em especial, no que concerne ao contrato de agência, surge então a Directiva 86/653/CEE, de 18 de Dezembro de 1986, conjugada com o DL.nr. 118/93, de 13 de Abril de 1993. Assim sendo, o contrato de agência passou a ser regido pela Directiva Europeia nr. 86/653/CEE.

Em Moçambique, com a Constituição da República de 1990, transforma-se num Estado de Direito Social e Democrático com base na economia de mercado. Surgem as propriedades privadas. O Estado aparece a promover e apoiar a participação activa dos empresários nacionais, no quadro do desenvolvimento do país e do investimento estrangeiro.

Com a constituição de 2004 pode-se verificar o enquadramento do contrato de agência, como um contrato nominado aquando da aprovação do DL nr. 49/2004, de 17 de Novembro que, aprova o Regulamento de Licenciamento de Actividades Comerciais. A figura do contrato de agência no nosso ordenamento jurídico tem, o seu enquadramento legal no código comercial, segundo se disciplina nos arts. 522º e SS.

### **1.3 Importância**

O contrato de agência tem sua importância na medida em que é tomada como matriz dos diversos contratos de distribuição, no âmbito das relações de comércio internacional. Porque o agente é um veículo privilegiado para colocação das mercadorias além fronteiras, poder-se-á, eventualmente com a agência vir abolir alguns constrangimentos ligados com a concorrência.

## **Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano**

---

A necessidade de conquista de novos mercados internos ou internacionais e, a preocupação de eliminar a concorrência, conduzem ao estabelecimento de relações comerciais, cada vez mais complexas.

As actividades de distribuição produzem utilidade de lugar e tempo, ou seja satisfação resultante da movimentação do produto para mais próximo do consumidor, quer em termos de distância geográfica, quer em termos de tempo.

### **1.4 Vantagens do contrato de agência.**

Este tipo contratual leva vantagem relativamente a outras figuras na medida em que ela permite uma redução dos riscos inerentes à qualquer nova implantação no mercado de investimentos; os riscos das despesas de instalação e benefício da população, do círculo onde o Principal pretende desenvolver o seu negócio. Uma outra característica tem a ver com a redução dos inconvenientes do regime fiscal e laboral, isto é, das despesas e, aumento dos lucros, em prol da empresa agenciada.

### **1.5 Figuras afins ao contrato de agência**

Vamos caracterizar, nesta parte, algumas figuras jurídicas que tem afinidade com o contrato de agência e que, habitualmente se integram na categoria dos contratos de distribuição. Algumas filiais ou sucursais da casa principal, como é o caso de algumas casas bancárias, ostentam o título de agência, por exemplo o Banco Internacional de Moçambique – BIM<sup>15</sup>, e agências de venda de automóveis<sup>16</sup> ou ainda agências de emprego<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Ao abrigo da Lei nr. 15/99 de 01 de Novembro, B.R. 43, 4º Supl. I Série, que regula o estabelecimento e exercício da actividade das instituições de crédito e das sociedades financeiras, no seu art. 2º, nr.2, al. a) define agência como sendo “o estabelecimento, no país, da instituição de crédito ou sociedade financeira com sede em Moçambique, ou estabelecimento suplementar da sucursal (...) que efectue operações inerentes a actividade da empresa ”, ou seja, termo usado para os estabelecimentos pertencentes às instituições de crédito.

## **Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano**

---

Com o incremento na economia moderna dos meios de distribuição da produção de bens e serviços, novas figuras contratuais surgiram sem que a doutrina tivesse tempo para digerir novas inovações, captando-lhes com precisão a natureza e os contornos. Perante a agência, frequentes são as dúvidas e confusões que se instalam entre esta modalidade contratual e o mandato, a comissão, a locação de serviços, e mais ultimamente, a concessão mercantil e a franquia empresarial. Daí a necessidade de tentar-se extrapolar as diferenças que separem, com nitidez, o contrato de agência dessas figuras afins.

Como ponto de partida é importante classificar os contratos de que se vale o empresário para obter colaboração de outros agentes no escoamento dos seus produtos. Em primeiro lugar, existe a possibilidade de utilização de auxiliares internos, ou seja, a distribuição é feita por meio de empregados que actuam na captação de compradores, mantendo com a empresa vínculo contratual permanente.

De outro lado, colocam-se os colaboradores externos, que são empresários que se inserem na cadeia de comercialização sem vínculo contratual, prestando serviços, de variada natureza, ao escoamento da produção, conquistando, conservando e ampliando o mercado para o produto de outro empresário.

De duas maneiras básicas se processa a colaboração empresarial (externa) no escoamento dos produtos de uma empresa:

- Pela distribuição propriamente dita (revenda) e;
- Pela busca de empresários interessados na aquisição dos produtos do fornecedor (intermediação como a do mandato, comissão mercantil e agência).

---

<sup>16</sup> Auto-intitulam-se de agentes exclusivos de determinada marca mas não são mais do que concessionários pois adquirem a propriedade dos automóveis e venda por conta e risco próprio.

<sup>17</sup> Agências de emprego existentes na Cidade de Maputo, no nosso entender, actuam no âmbito do contrato de mediação e não de agência.

## **Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano**

---

Dessa maneira, a colaboração empresarial no escoamento de mercadorias pode ser feita por intermediação ou aproximação. No primeiro caso, o colaborador ocupa um dos elos da cadeia da circulação, comprando o produto do fornecedor para revendê-lo. No segundo, o colaborador procura outros empresários potencialmente interessados em negociar com o fornecedor.

É certo, contudo, que o facto de o contrato de agência conter traços comuns aos dos outros contratos mercantis tradicionais, não leva a confundir-se com nenhum deles, nem a se revestir da natureza jurídica de alguma das figuras com que mantém afinidade. Para individualizá-lo e determinar a respectiva natureza, não há necessidade de subsumí-lo à tipicidade de outros contratos: a agência é, no direito moderno, um contrato nominado (típico) e, como tal, tem fisionomia e disciplinas próprias.

### **1.5.1 O Mandato Comercial.**

O contrato de Mandato, caracteriza-se, fundamentalmente pela prática um ou mais actos jurídicos ou civis por conta da outra, conforme o art. 7º C.Com e art.1157º C.Civ. Esta figura jurídica é atípica pois enquadra-se nos tipos contratuais inominados, mas socialmente típicos e é regulado subsidiariamente pelo C.Civ, enquanto que à agência, é um contrato típico e vem regulado de forma específica no C.Com nos arts. 522º e SS.

O contrato de agência não se confunde com o de mandato mercantil, porque os poderes de que dispõe o agente nem sempre são aqueles que se conferem ao mandatário. Em primeiro lugar, a outorga de mandato é em regra, destinada a realização de negócios determinados. A agência refere-se a um relacionamento negocial permanente envolvendo operações reiteradas e indeterminadas.

O mandatário detém poderes, outorgados pelo mandante, que lhe permitem deliberar sobre o negócio e o realizar em nome deste. O simples representante, no caso de agência comercial, limita-se a aproximar ao comprador e fornecedor. Pode,

## **Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano**

---

eventualmente, concluir negócio por conta do preponente, mas então o contrato de agência não será mais simples, terá de se tornar complexo, absorvendo em suas cláusulas também o contrato de mandato. O essencial ao contrato de agência é a mediação de negócios em favor do preponente, o que não depende de poderes inerentes ao mandato. Quando estes poderes, eventualmente, se incluem nas cláusulas de agência, representam apenas elemento acessório, secundário ou acidental, não interferindo, por isso mesmo, na configuração, propriamente dita, do contrato, nem tão pouco na definição desta sua natureza jurídica.

No mandato comercial nada obsta a que, o mandatário tendo em atenção as relações de amizade, que mantém com mandante, lhe preste graciosamente os serviços, embora se deve provar essa gratuidade. Já a agência tem como um dos seus elementos, a retribuição.

Para além desta diferença essencial, outros traços do seu regime permitem distinguir a agência do mandato, pese embora o facto de existirem algumas afinidades entre ambos, razão por que, na falta de legislação própria, se julgaram aplicáveis à agência, por analogia, disposições do mandato comercial.

### **1.5.2 Contrato de Comissão.**

Segundo o art.500º C.Civ., o termo comissão tem o sentido de actividade, acto ou serviço, realizado por conta de outrem; a actividade pode ser de natureza material ou intelectual, traduzir-se na prática de um único acto ou revestir carácter duradouro, e a relação em função da qual é a realizada ter natureza gratuita ou onerosa. O comitente, nestes termos responde pelos prejuízos causados a terceiros, pelo comissário no exercício da função que lhe foi por ele confiada. A responsabilidade do comitente é independente de culpa sua, mas só existe se houver responsabilidade do comissário e se o acto lesivo houver sido realizado no exercício das funções do comissário.

A comissão é um contrato de colaboração empresarial, mas ao contrário do mandato, o comissário não representa, nos negócios que pratica, o comitente. O

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

comissário adquire a revenda ou vende bens à conta do comitente, mas contrata em nome próprio, e não em nome da empresa a que presta colaboração.

A comissão, na linguagem antiga do Código Comercial seria um mandato sem representação. Isto porque o mandato mercantil implica necessariamente a representação para realizar negócios comerciais em nome do mandante, enquanto o comissário não age em nome, e sim por conta do comitente. Com o outro contratante (o comprador), quem se vincula é o comissário e não o comitente.

A presença do comissário cria uma certa barreira entre o comitente e os terceiros que negociam com o comissário, em função do encargo contratual. O comissário, garantindo o anonimato para o comitente confere-lhe maior segurança, porque só o comissário trava relações jurídicas com os clientes, evitando ao principal interessado nas operações suportar acções da parte da clientela.

O agente comercial, não aparece no negócio que ele agenciou e que finalmente será concretizado directamente pelo preponente.

Segundo Rubens Requião, “o representante comercial, agindo em nome e por interesse do representado, não é atingido pelos actos que pratica, dentro dos poderes que recebeu. Na comissão mercantil, o comissário age em seu próprio nome, sendo em face do terceiro o responsável pelo acto praticado, muito embora o tenha realizado por conta e no interesse do comitente”. Na agência, portanto, o único responsável perante o cliente é o comitente.

Os produtos do comitente são postos à disposição do comissário, por meio de uma consignação, que o credencia a vendê-los aos consumidores em nome próprio. Perante estes, o vendedor é o comissário e não o comitente. No contrato de agência, o vendedor é sempre o preponente, ainda que se confirmem poderes ao agente para concluir e executar a venda. A actuação é de um representante (mandatário) do vendedor, e não de um vendedor propriamente dito.

A responsabilidade do comitente fundada no art. 500 C.Civ é, pois, uma responsabilidade objectiva, que segundo a doutrina, encontra justificação na

relação de subordinação ao comitente e no aproveitamento por este das vantagens da actuação daquele.

### **1.5.3 Contrato de Mediação**

No contrato de agência tanto como no contrato de mediação, apesar de ambos reunirem alguém como intermediário, isto é, aproximando os contraentes e preparando a conclusão do contrato, o mediador, ao contrário do agente, age imparcialmente e ocasionalmente, quando seja solicitado para determinado acto concreto.

O mediador desenvolve uma actividade de carácter material e preparatório, limitando-se a facilitar a conclusão de contratos e exerce esta actividade, em seu nome pessoal mas no interesse de ambas as partes enquanto que o agente empreende actos materiais por sua iniciativa com objectivos de promover a celebração de contratos, e se possível concluí-los.

A mediação é um contrato atípico, tem carácter esporádico, o mediador limita-se a preparar um contrato em que não intervém juridicamente, este é um auxiliar comercial num determinado negócio, extinguindo a relação logo que esteja concluído a operação comercial.

Outra característica que diferencia é a remuneração independente do mediador no cumprimento do contrato, diverso do que acontece com o agente, nos termos do art. 538º C.Com.

### **1.5.4 Contrato de Franquia (franchising)**

Este tipo contratual data dos finais do século XIX nos Estados Unidos da América tendo-se expandido por todo o mundo e hoje assume uma forte implantação e importância económica.

A franquia é o contrato pelo qual o produtor de bens ou serviços, franqueador concede a outro, franquiado, mediante contrapartida, a comercialização dos seus bens, através da utilização da marca, insígnias comerciais e patentes do primeiro, surgindo aos olhos do público, ao distribuidor os bens, com a imagem do franqueador. Temos nesta modalidade o direito de fabrico e/ou comercialização de certos direitos de propriedade industrial para desenvolver a sua actividade e assegurar o abastecimento do respectivo mercado.

O franqueado age por conta própria, enquanto que o agente no contrato de agência age no interesse de outro. O franqueador beneficia da promoção comercial já desenvolvida pelo franqueado enquanto que no contrato de agência a actividade promocional cabe ao agente. O contrato de franquia é um contrato atípico mas nominado, pois está previsto na alínea e) do art.1º da Lei nr. 3/93, de 24 de Junho – Lei dos Investimentos.

### **1.5.5 Contrato de Trabalho.**

“Entende-se que contrato de trabalho é o acordo pelo qual uma pessoa, trabalhadora, se obriga a prestar a sua actividade intelectual ou manual a outra pessoa, entidade empregadora, sob autoridade e direcção desta, mediante remuneração”<sup>18</sup>. E a mesma disposição encontramos também disposta no art. 1152º C.Civ.

O agente, por sua própria definição legal, presta serviços à empresa sem estabelecer com ela um vínculo contratual. Do ponto de vista prático, realiza-se actividade económica igual à do agente, pois ambos angariam clientes para a empresa, liga-se ao preponente de maneira diversa. É um empregado dele, e suas tarefas são comandadas hierarquicamente pelo empregador. Não dispõe de autonomia alguma para organizar seu serviço.

---

<sup>18</sup> *Cfr.* O art. 5º, nr.1 da Lei nr.8/98 de 20 de Julho B.R, Supl., I Série e o art. 1152º CCiv em vigor em Moçambique.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

O agente, embora preposto, porque não negocia o fornecimento em nome próprio e opera sempre em nome e por conta do representado, age contudo como empresário e não como empregado. Tem sua sede própria, seu escritório, sua empresa e representação, que organiza e dirige com liberdade e autonomia. É, em suma, a ausência de um contrato de trabalho que caracteriza o agente comercial e o distingue do representante, na tarefa da conquista de clientela para a empresa a que servem uns e outros.

Alguns dos traços que os distinguem são os seguintes:

- O representante assalariado não pode contratar pessoal para desempenhar a representação que lhe cabe. Já o agente comercial é um empresário, um profissional independente, que pode livremente organizar sua empresa, da maneira que melhor lhe convier;
- O representante assalariado pode não aceitar representação de outras empresas. O representante assalariado não é mandatário e não capitaliza clientela. Não faz jus, por isso, às indemnizações legais devidas ao agente autónomo;
- Representante assalariado somente pode ser pessoa física, enquanto o agente pode ser indiferentemente pessoa física ou jurídica;
- Representante assalariado não pode contratar sub-representantes, a não ser mediante autorização do empregador. A lei, no entanto, assegura ao agente a faculdade de contratar sub-agentes.

**1.5.6 Agência e Distribuição por conta própria ou concessão comercial.**

A concessão comercial é o contrato pelo qual o concessionário actua em nome e por conta própria, adquirindo ao fornecedor dos produtos, para a revenda e,

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

comprometendo-se a observar determinados requisitos e a satisfazer certas obrigações<sup>19</sup>.

É contrato atípico, bilateral e comutativo, de formulação mista ou complexa<sup>20</sup>. Na concessão comercial sempre ocorre uma revenda, em nome do próprio concessionário, isto é, o principal se obriga a fornecer regularmente os produtos que produz ou comercializa a um outro (concessionário), que por sua vez se obriga a comprar àquele os mesmos produtos e assegurar o abastecimento do respectivo mercado uma certa zona territorial, agindo em nome e por conta própria. Há, portanto um misto de compra e venda mercantil e de agência<sup>21</sup>.

O contrato de concessão é um dos tipos contratuais utilizados para a distribuição comercial de produtos e o concessionário actua em nome próprio, por sua conta e risco, adquirindo a mercadoria para depois a revender.

Segundo António Pinto Monteiro `` a concessão é um contrato-quadro, este tem como efeito, fazer surgir entre as partes uma relação obrigacional complexa por força da qual uma delas, o concedente, se obriga a vender à outra, o concessionário, e esta a comprar-lhe, para a revenda, determinada, determinada quota de vendas, aceitando certas obrigações próprias de um distribuidor nomeadamente, relativas a sua organização, à política comercial e à assistência a prestar aos clientes, e sujeitando-se a um certo contrato e fiscalização do concedente<sup>22</sup>``.

A colocação da produção industrial no mercado raramente se faz, no mundo actual, por negociação directa entre produtor e consumidor. Quase sempre se estabelece uma intermediação entre empresários, formando-se uma cadeia de negócios, que envolve sucessivas compras e vendas: uma empresa vende a matéria-prima ao

---

<sup>19</sup> António Pinho Monteiro, Obra cit., pág.49.

<sup>20</sup> Requião, Rubens, O Contrato de concessão e venda com exclusividade. Revista de Direito Mercantil, São Paulo, nr.7.pág.24, 1972.

<sup>21</sup> Miguel Pupo Correia, Obra cit., pág.52

<sup>22</sup> António Pinto Monteiro, Obra cit., pág.50 e SS.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

fabricante; este a transforma em bens ou produtos manufacturados, que em seguida são vendidos aos grossistas; estes, por sua vez, os vendem aos retalhistas que, no fecho da cadeia económica, os revendem ao consumidor final.

Esta colaboração entre os elos da cadeia económica pode acontecer de maneira avulsa, como contratos eventuais e isolados, ou pode se envolver numa relação contratual duradoura que gere a obrigação entre os empresários de comprar e vender, com habitualidade e sob certas condições, os produtos de um deles (contratos-quadros).

Se a articulação entre produtores e revendedores assume o feitio de uma convenção duradoura, tem-se o contrato de distribuição, que pode ser simples ou complexo. Na sua manifestação mais simples, a distribuição se exterioriza como contrato de fornecimento: o produtor se obriga a fornecer certo volume de determinado produto, e o revendedor se obriga a adquiri-lo, periodicamente. Não há uma remuneração directa entre fornecedor e revendedor. Este remunera com o lucro que a revenda dos produtos lhes proporciona. O fornecedor, por sua vez, não exerce interferência alguma na gestão do negócio do revendedor.

A colaboração empresarial, contudo, pode ser mais ampla, de maneira que o produtor exerça certa interferência na actividade do revendedor, criando um sistema nacional de conjugação de esforços até a colocação do produto junto ao consumidor final. O revendedor, naturalmente, continuará negociando os produtos por conta própria e em nome próprio. Sujeitar-se-á, porém, a algumas regras, de orientação geral, traçadas pelo fornecedor. Se há entre eles uma independência jurídica, o mesmo não se passa na organização económica da revenda. A ingerência do fornecedor no empreendimento do revendedor produz uma subordinação económica.

Essa modalidade de contrato de colaboração, com interferência económica do fornecedor sobre o negócio do revendedor configura o que se denomina contrato de concessão comercial, que não raro envolve outros negócios entre as partes, como uso de marca, assistência técnica, entre outros.

## CAPÍTULO II

### **2. NATUREZA JURÍDICA DO CONTRATO DE AGÊNCIA**

O contrato de agência integra a classe dos contratos de distribuição comercial, nos quais o agente desenvolve um papel importante na colocação no mercado dos produtos comercializados pela empresa preponente, de maneira que esta, em última análise, se beneficia da contínua obra promocional levada a efeito pelo agente junto à clientela.

O que traça a tipicidade do contrato de agência é que a actividade de colaboração empresarial na espécie se dá por meio de prestação do agente que tem por objecto o desempenho, em uma zona determinada, de uma actividade profissional dirigida à promoção e conclusão de contratos entre o preponente e os terceiros. Eventualmente os contratos de agência podem ser concluídos e executados pelo próprio agente, não porém em nome próprio, mas sempre em nome e por conta do preponente, de tal sorte que, qualquer que seja a dimensão dos poderes do agente, os negócios por ele concluídos se aperfeiçoam directamente na esfera jurídica do preponente e do terceiro adquirente.

De alguma forma se pode ver no conteúdo do contrato de agência uma forma de compra e venda operada pelo agente, em seu próprio nome na conclusão do negócio. O agente não é parte, de sorte que nele não se acha em jogo um interesse jurídico seu, mas apenas um interesse económico, porque é na medida da consumação dos negócios pelo preponente que o agente adquire direito à remuneração pelos serviços de intermediação empresarial levados a efeito.

A natureza jurídica do contrato de agência é hoje a de um contrato típico, mercantil visto que este se encontra regulado na lei comercial, no capítulo respeitante aos contratos em especial e tem natureza formal quanto ao modo de formação<sup>23</sup>, uma vez que esta se encontra sujeita a forma escrita. Relativamente aos efeitos pode-se dizer que se trata de contrato sinalagmático, oneroso, visto que há esforços

---

<sup>23</sup> Cfr art. 523º Código Comercial

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

económicos para ambas as partes. O vínculo pelo qual se une as partes é meramente creditório, obrigacional. Importa referir que, o contrato de agência é um contrato *Intuitu personae*, pois tem em conta a pessoa do agente, isto é, a sua idoneidade, capacidade de entrega, eficiência para contratar com terceiros capazes de satisfazer os objectivos do principal.

Historicamente refere-se que surgiu a partir da ideia de profissionalização do mandato e, mesmo, por meio de “uma evolução das regras do mandato clássico”. Assim, “o agente se beneficia de um estatuto originado de modificação das regras do mandato, seja sob influência dos usos e regulamentos, seja do facto de uma abordagem económica de agência que se desenvolveu recentemente”. O agente comercial continua um mandatário, mas deve ser apreciado enquanto profissional do comércio.

### **2.1 A nomenclatura legal – as partes no contrato de agência**

A legislação Italiana adopta as expressões agente e preponente para indicar as duas partes do contrato de agência ou representação comercial (Código Civil Italiano, arts. 1.742º e 1.753º). A lei portuguesa que regula o mesmo contrato, sob influência da terminologia com que *common law* se identifica a *agency*, denomina de agente e principal os respectivos sujeitos. Há quem, todavia, censure a opção do D.L nr.178/76, e preferia que fosse prestigiada a denominação de proponente (em lugar de principal).

No Brasil, o novo Código Civil escolheu a nomenclatura recomendada pela antiga doutrina portuguesa ou seja, proponente e agente, muito embora nos contratos de prestação de serviços com subordinação jurídica a tradição, seja a de identificar o representado como preponente<sup>24</sup> e não como proponente<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> Pessoa encarregada de um serviço especial, *in* Dicionário Universal de Língua Portuguesa, 3ª Edição, 2001;

<sup>25</sup> Homem escolhido para substituir no seu cargo, conservando porém a responsabilidade dos actos do seu substituto, *Idem*.

De facto, os léxicos portugueses não registam proponente com o sentido de denominar quem delega poderes de gestão a outrem; mas como aquele que “propõe algo”. É, outrossim, o designativo preponente que identifica “aquele que constitui um auxiliar directo para ocupar-se dos seus negócios, em seu nome, por sua conta e sob sua dependência”.

Ademais, há um inconveniente de ordem prática. Na relação económica desenvolvida pelo agente em prol do fornecedor, já o cliente que, ao formular propostas endereçadas a este também deverá ser identificado como proponente. Duas partes, portanto, em posições jurídicas diversas teriam título igual dentro do mesmo negócio. As confusões seriam inevitáveis o que recomendaria o uso da designação preponente, por ser lexicalmente correcto e, praticamente, mais expressivo.

## **2.2 Sujeitos**

De um lado coloca-se o preponente que tem bens e serviços a colocar no mercado, e de outro, o agente que é um profissional que se encarrega de colaborar na promoção dos negócios do preponente, sem estabelecer vínculo de subordinação a este que deve ser remunerado em função do volume de operações promovidas.

Ambos, preponente e agente, são empresários, cada um dedicando-se a um ramo próprio de negócios. Um realiza a comercialização de suas mercadorias ou serviços (preponente) e outro exerce uma especial actividade profissional (o agente), que é de angariar clientela para adquirir os produtos do primeiro. Vê-se, pois, que o agente se apresenta como empresário porque seu serviço é desempenhado de forma autónoma e constitui um tipo de negócio de evidente valor económico e jurídico, na circulação de bens do mercado.

O agente comercial, nessa ordem de ideias, desempenha uma actividade de mercado cujo requisito fundamental é a liberdade de iniciativa na prestação do

serviço de agência. Daí reconhecer-se sua posição de titular da empresa, em cuja organização e administração não interfere a empresa do preponente.

Torna-se inegável que o contrato de agência estabeleça uma relação jurídica entre empresários, em função da qual o agente promove e, às vezes, conclui negócios em favor do preponente, mas sempre com plena liberdade de organizar o seu trabalho e com assunção do risco de seu negócio de intermediação.

### **2.3 Objecto**

O contrato de agência tem como objecto uma prestação de serviço entre empresários: a promoção de negócios constitui a obrigação fundamental que o agente contrai em favor do preponente.

O agente organiza com autonomia seu negócio e, pelos expedientes que livremente engendrar, dará cumprimento à obrigação contraída de angariar clientela para quem contratou seus especiais serviços. O contrato de agência, pode ter uma multiplicidade de objectos, desde a promoção de vendas de produtos comercializados pelo principal, situação mais comum, é a angariação de clientes em vários sectores, como sejam as actividades seguradoras, de viagens ou de publicidade, conforme o preceituado no art. 523º nr.1 al. b) C.Com<sup>26</sup>.

Objecto de contrato de agência, tratando-se de um contrato típico e de execução continuada, não é mais do que uma actividade de promoção de negócios individuais, consistente na busca e visita de clientela em ordem a colecta de propostas ou encomendas a serem repassadas à empresa representada. Eventualmente, esse objecto pode ser ampliado, para compreender a conclusão do contrato de venda e entrega das mercadorias.

---

<sup>26</sup> Martinez, Pedro Romano (2003), *Contratos comerciais, Apontamentos*, Professor da Universidade Católica Portuguesa, Editora, pág. 73 ss.

## **Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano**

---

O objecto do contrato, todavia, continua sendo uma prestação de serviços profissionais na área da intermediação de negócios, visto que o agente não revende os produtos que o preponente apenas coloca à sua disposição. A operação é toda ela desenvolvida e consumada em nome e por conta do preponente. Não há revenda, mas apenas venda, operada entre o preponente e o consumidor.

Integra o contrato, da parte do preponente, a obrigação de remunerar o serviço prestado pelo agente, mas isto não corresponde a um preço fixo, e sim a uma percentagem sobre as operações úteis captadas pelo agente em benefício do representado.

### **Partes intervenientes**

Segundo o art. 523º nr.1 al. a) do C.Com, o entendimento das partes do contrato de agência são o "principal e o agente". O principal é em princípio, um empresário comercial, que pretende comercializar produtos ou prestar serviços, e o agente, aquele que promove a celebração dos contratos angariando clientes, por via de regra numa determinada zona, através de publicidade por ele desenvolvida de informações sobre a mercadoria.

### **O agente e sua classificação**

Agente é a pessoa que aparece como o intermediário independente e é encarregada a título permanente, para a promoção de negócios, quer para venda ou compra de mercadorias para uma outra pessoa, que se designa comitente. O agente comercial constitui assim, um tipo de intermediário integrado na rede de distribuição, sendo o contrato de agência, um dos tipos de acordo celebrados no âmbito da distribuição dos bens produzidos.

O agente comercial, actualmente, a figura mais comum de intermediário comercial, desenvolve uma actividade com carácter de continuidade e com autonomia perante o produtor, mantendo no entanto, uma estreita colaboração com este, em nome de quem promove a sua actividade.

É agente comercial a pessoa que, a título de profissão habitual e independente, sem ser ligado por um contrato de locação de serviços, negocia, e eventualmente, conclui compras, vendas. Locações ou prestação de serviços, em nome e por conta de produtores, de industriais ou de empresários.

O agente é aquele que assume, a título permanente, a obrigação de negociar a conclusão de negócios, para um ou vários mandantes ou de concluir em seu nome e por conta, sem ser ligado em relação a eles por um contrato de trabalho.

É agente de comércio toda a pessoa que, a título de exercício de uma profissão independente, seja encarregada permanentemente de servir de intermediário, em operações negociais por conta de um empresário, ou de os concluir em nome deste último, pois independentemente, quem pode organizar o essencial de sua actividade e determinar seu tempo de trabalho<sup>27</sup>.

Da noção do contrato de agência, enunciada pelo art. 522º CCom conclui-se que:

O agente comercial, actualmente a figura mais comum de intermediário comercial, desenvolve uma actividade, com carácter de continuidade e com autonomia perante o principal mantendo, no entanto, uma estreita colaboração com este, em nome de quem promove a sua actividade. O agente não actua em seu nome, nem celebra os próprios negócios para si, por não se tratar de um comissário. Pois então, o agente actua no interesse e por conta da outra parte mas não em nome desta.

## **2.4 A forma**

O contrato de agência está à partida sujeito à forma escrita. No entanto, o art. 523º CCom atribui à cada parte, o direito de exigir um documento assinado com o conteúdo do contrato. Visa-se assim, a protecção do agente que, nunca poderá ser confrontando com a pura e simples nulidade do contrato por falta de forma. Além disso, diversas cláusulas devem necessariamente assumir a forma escrita:

---

<sup>27</sup> <http://www.jus2.vol.com.br/doutrina/texto.asp> em 13.04.2010

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

- ✓ A que confira ao agente poderes de representação;
- ✓ A que lhe permita cobrar créditos;
- ✓ Que estabeleça uma proibição de concorrência;
- ✓ Da cessação por mútuo acordo e;
- ✓ Da declaração de resolução.

Na prática, os contratos de agência assumem a forma escrita. É ainda frequente, que derivem da simples adesão a cláusulas contratuais gerais.<sup>28</sup>

## **2.5 Tipos de Representação**

Os Tipos de representação no âmbito deste tipo de contrato a saber agência com representação, sem representação e representação aparente.

### **2.5.1 Agência com representação**

Segundo o art. 524º CCom agência pode ser celebrada com representação ou sem representação. Havendo representação, presume-se que o agente está autorizado a cobrar os créditos do principal, o que de outra maneira, exigiria autorização escrita. As cobranças não autorizadas regulam-se pelo artigo 7º CCom conjugado com art. 770º CCiv, sem prejuízo do disposto sobre representação aparente art. 544º CCom.

- A cláusula que confere poderes de representação deve ser por escrito conjugado o art. 524º CCom;
- A cobrança de créditos deve ser escrita, art. 525º CCom;
- A cláusula de não concorrência, uma vez existir acordo, o agente não pode desenvolver a mesma actividade no decurso do contrato sendo que ela trabalha exclusivamente a favor do principal.

---

<sup>28</sup> Código Comercial de Moçambique (2006), 1ª Edição, Editora Plural Editores.

### **2.5.2 Agência sem representação**

Quando o contrato nada diga e não haja *in concreto* instruções do principal, pode o agente sem representação, optar por qualquer uma das vias, ou seja:

- ✓ O agente contrata em nome próprio, devendo depois retransmitir ao principal a posição adquirida ou;
- ✓ O contrato é celebrado pelo cuidado do agente, directamente entre o principal e o terceiro.

Uma vantagem da agencia sem representação é de permitir ao agente, procurar nas condições de mercado, as melhores soluções para a execução do que lhe compete.

### **2.5.3 A representação aparente**

A representação aparente encontra-se regulada no art. 545º CCom e podemos dizer que é uma regra destinada a proteger a confirmação do terceiro de boa fé havendo o principal contribuído para essa confiança.

O agente de cobrança de créditos (agente sem representação) actua como se os tivesse criado no cliente a aparência de estar a contratar, ou a pagar a um agente com poderes de representação.

## CAPÍTULO III

### **3. OS ELEMENTOS ESSENCIAIS DO CONTRATO DE AGÊNCIA**

Constituem características essenciais do contrato de agência a promoção mediante remuneração, de contratos por conta do preponente, ou seja de negócios que venham a ser concluídos entre os terceiros e preponente, ou que se concluam junto ao preposto, mas em nome do representado. A durabilidade da prestação a cargo do agente constitui outra característica fundamental, trata-se de um contrato de duração, pelo que o agente se obriga a exercer habitualmente a intermediação de negócios em favor do preponente enquanto permanecer em vigor o ajuste.

O contrato de agência tem como objecto a actividade do agente, com carácter de estabilidade, voltada para a promoção, dentro de determinada zona, de contratos que serão concluídos pelo preponente, para cuja consecução empenhará múltiplas actividades, de impulso e de agilização, tudo em busca de conquistar, manter e incrementar a demanda dos produtos e serviços do preponente.

#### **3.1 Obrigação do agente promover a celebração de contratos.**

Esta é uma obrigação fundamental do agente e envolve toda uma complexa e multifacetada actividade material, de prospecção do mercado, de angariação de clientes, de difusão dos produtos e serviços, de negociação, entre outros que antecede e prepara a conclusão dos contratos, mas na qual o agente já não intervém. Isto é, a promoção a celebração de contratos compreende um vasto e diversificado leque de actos com o objectivo de conquista e/ou desenvolvimento do mercado.

O contrato de agência, ao contrário do que, equivocadamente, poderia julgar-se, não confere, por si só, ao agente poderes para celebrar contratos. Este limita-se a fomentar a sua conclusão e a prepará-los, mas não cabe a celebração dos contratos

que promove, excepto se lhe tiverem sido concedidos os indispensáveis poderes para tal.

### **3.2 Por conta da outra parte**

A lei disciplina a relação entre o agente e o principal, que é uma relação duradoura e surge por força do contrato de agência. Distinta destas serão as relações com terceiros, designadamente as que, a culminar o processo de negociações conduzido pelo agente, o principal estabeleça com os clientes, por via do contrato pelo qual se opera a distribuição dos bens. A actuação do agente por conta da outra parte significa que os efeitos dos actos que pratica se destinam ao principal, se repercutem na esfera jurídica deste. O agente exerce, com autonomia e independência, uma actividade de gestão e interesses alheios (do principal).

A sua obrigação consiste, numa mera prestação a outrem, é um colaborador do principal, representa-o economicamente, devendo, por conseguinte, de acordo com a sua função, cooperar com ele em ordem à realização plena do fim contratual. A agência é, por isso, um contrato de gestão de interesses alheios (subespécie do contrato de prestação de serviço, mas distinto do mandato) e, nessa medida, um contrato de colaboração ou de cooperação.

O agente actua, por conta e no interesse do principal (o que não significa que o interesse tenha de ser exclusivo deste). Diferentemente, o concessionário e o franquiado, no âmbito dos respectivos contratos, actuam por conta própria. O comissário, por sua vez, actua por conta do comitente<sup>29</sup>.

Pois então, para além de agir no interesse do principal, o agente tem a obrigação de zelar pelos interesses deste, e desenvolver as actividades adequadas à realização plena do fim contratual. Com efeito, o agente para além de promover os negócios do principal tem a obrigação de com ele colaborar na melhoria das condições de distribuição dos seus produtos, aconselhando-o, no que respeita as especiais

---

<sup>29</sup> *Cfr.* art. 500º nr. 3 do Código Civil.

condições de um dado mercado, sugerindo-lhe a introdução de melhorias no produto pelas quais o mercado anseia<sup>30</sup>.

### **3.3 Autonomia**

O agente é independente e actua com autonomia. A autonomia consiste na faculdade concedida aos particulares, de auto regulamentação dos seus interesses representando a boa fé, um dos instrumentos consagrados pela ordem jurídica, como limite dessa livre conformação da relação obrigacional, cfr art.530º nr.1 C.Com.

O agente é obrigado a observar entre outras, as instruções da outra parte não pondo em risco a sua autonomia; a prestar informações que lhe sejam solicitadas ou que sejam imprescindíveis para boa gestão, em particular sobre a situação de solvabilidade dos clientes e sempre que se justifique, prestar contas nos termos acordados<sup>31</sup>.

Nas palavras de António Pinto Monteiro (*Contrato de Agência, Anotação do Dec-Lei nr. 178/86, 4ª Ed., Coimbra, 2000, pag.42, SS.*) não são agentes, certas pessoas que, apesar de ostentarem o título de agentes, não passam, em regra, de simples empregados, ligados ao principal por contrato de trabalho, ainda que possam gozar, no exercício da sua actividade, de uma relativa autonomia, e não obstante desempenharem também de modo estável uma actividade de promoção negocial. Estão nestas condições os agentes e seguros, os agentes de vendas, tal como as agências bancárias.

É certo que a autonomia do agente, em face do principal, não é absoluta, pois ele deve conformar-se às orientações recebidas, adequar-se à política económica da empresa, prestar regularmente contas da sua actividade. Mas estas e outras obrigações do agente não devem prejudicar, no essencial, a sua autonomia.

---

<sup>30</sup> Costa, M.J.A, Obra cit., pág. 40.

<sup>31</sup> Cfr al. a), b), c), d) e e) do nr. 2 art. 530º Código Comercial

Na forma como o agente exerce a actividade é autónomo, independente do principal. Deste modo, incumbe-lhe a definição de estratégia de abordagem aos potenciais clientes, escolha dentre eles quais os que, no seu entendimento, melhor servem à imagem do produto ou serviço.

Nas relações entre o agente e o cliente, existe uma forte autonomia e independência, no que toca a forma como este exerce a sua actividade. Já nas relações internas ao contrato, relações estabelecidas entre o agente e o principal, aquele está sujeito a um maior ou menor grau de controlo, por parte do principal<sup>32</sup>.

### **3.4 Estabilidade**

Tal como o simples empregado, sem autonomia, o agente é um colaborador da empresa (*rectius*, do principal) e exerce a sua actividade de modo estável, tendo em vista, não uma operação isolada, antes um número indefinido de operações.

Os contraentes podem vincular-se por um período de tempo determinado ou nada estipularem a este respeito e, presumindo-se, neste caso, que o contrato foi celebrado por tempo indeterminado, salvo se tiverem vinculado com vista à obtenção de determinado escopo, em que o prazo é, assim determinável (cfr. art. 548º C.Com). O facto de o contrato de agência ter sido celebrado por tempo determinado ou por tempo indeterminado releva quanto às formas de cessação do mesmo (cfr. art. 547º e 549º C.Com, respectivamente).

A estabilidade é compatível com a fixação dos prazos curtos, podendo limitar-se a eficácia do contrato a certos períodos ou épocas do ano. O ponto central da estabilidade é actividade contínua do agente, dentro do período de tempo por que o contrato foi celebrado. O agente funda uma relação contratual duradoura que não se extingue por um acto de cumprimento.

---

<sup>32</sup> Correia, Miguel Pupo (2005), Direito Comercial, 9ª Ed., Coimbra Editora, Lisboa, pág. 517.

Na verdade não seria possível atingir o sucesso de promoção de produtos, e da fidelização de mercados, através de uma relação esporádica, exigindo-se ao invés uma ligação mais ou menos prolongada e estável.

### **3.5 Retribuição**

A retribuição é característica essencial do contrato de agência, visto tratar-se de contrato oneroso. O agente obriga-se, a promover a celebração de contrato mediante uma contraprestação, em princípio, de natureza pecuniária.

A Lei especifica, desde logo, o direito à retribuição no art. 537º C.Com. Sendo assim, a retribuição é fixada por acordo das partes ou, na falta deste e sucessivamente pelos usos e pela equidade. Nada obsta que, a retribuição consista simplesmente em comissões pelos contratos celebrados com clientes por si angariados, conforme o art. 538º nr.1 C.Com.

Esta característica retributiva tem como fundamento, o volume de negócios conseguidos pelo agente sob a forma de comissão ou percentagem calculada sobre o valor dos negócios obtidos, com qualquer importância fixa acordada entre as partes. A lei dedica normas específicas à retribuição do agente, nos arts. 537º a 540º C.Com, onde são regulados aspectos importantes que esta envolve, designadamente no que respeita à comissão. A retribuição consiste simplesmente, em comissões pelos contratos celebrados<sup>33</sup>.

Salienta-se à manutenção do direito à retribuição nas seguintes em que o incumprimento do contrato que lhe deu origem, se fique a dever por causa imputável ao principal, cfr. o art. 538º nr. 2 C.Com; nos contratos celebrados directamente pelo principal, sempre que, o agente beneficie do direito de exclusividade, segundo se dispõe nos arts.538º nr. 2 e 526º nr. 1, ambos do C.Com; após o termo da relação da agência desde que, o agente prove ter sido o

---

<sup>33</sup> Martinez, Pedro Romano, Ob. Cit., pág.44 e 45.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

responsável pela negociação, ou, preparação como se pode subsumir do art. 538º  
nr. 3 C.Com.

De acordo com o D.L nr. 118/93, refere que a atribuição ao agente de uma zona ou  
círculo de clientes deixou de ser elemento essencial do contrato.

## CAPITULO IV

### **4. DIREITOS E OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

#### **4.1 Obrigações do Agente**

Estatui como princípio geral regulador o nr.1 do art. 530º C.Com que, no cumprimento das suas obrigações de promover a celebração de contratos, e em todas as demais, o agente deve proceder de boa-fé, competindo-lhe zelar pelos interesses da outra parte e desenvolver as actividades à realização plena do fim contratual.

A boa fé, critério porque o julgador deve apreciar o comportamento das partes, quer do agente quer do principal, é um princípio normativo que, exprime uma regra jurídica, integrada pelos valores da lealdade, honestidade e correcção, que incumbe às partes satisfazer, tendo em conta o fim do contrato e a relação de confiança e de recíproca colaboração que este fundamenta, v.g, nos art. 227º e nr.2 art. 762º, ambos do C.C.

O nr. 2 do art. 530º C.Com dá a enumeração exemplificativa de algumas das obrigações típicas do agente a saber:

- A obrigação de respeito pelas instruções do principal – compreensível na medida em que, uma vez que o agente actua por conta da outra parte, é seu colaborador e deve zelar pelos seus interesses, sobretudo quando respeitem à política comercial da empresa ou ao objecto do contrato;
- As obrigações enunciadas nas als. b), c) e d) do nr. 2 do art. 530º C.Com decorrem, da obrigação essencial do agente em ter de promover a celebração de contratos e, ajustam-se à função económica e social que este contrato desempenha. O agente deve evitar importantes despesas de instalação e de reduzir os riscos inerentes a qualquer nova implantação no mercado, da importância para a empresa na orientação da sua política de produção porque,

sendo o agente aquele que pelo seu conhecimento directo e pessoal com o público consumidor, quem está em condições ideais de prestar à empresa as indispensáveis informações sobre as possibilidades do mercado, as reacções da clientela, sobre o estado da concorrência.

#### **4.2 Direitos do Agente**

O nr. 1 do art. 535º C.Com estabelece que o agente tem direito de exigir do principal um comportamento segundo a boa-fé, visando a realização plena do fim contratual. O principal deve actuar de acordo com a boa-fé, estando designadamente obrigado a proporcionar ao agente os meios necessários ao desempenho da actividade deste, tendo em vista a realização plena do fim contratual.

Também aqui, tal como no nr. 2 do art. 530º C.Com, se trata de uma enumeração meramente exemplificativa, de algumas das obrigações típicas do principal em face do agente – e, correlativamente, de direitos deste perante aquele.

Os direitos do agente consagrados no nr. 2 do art. 530º C.Com, representam, uma concretização do princípio geral enunciado pela norma anterior. O legislador achou que devia especificar, no entanto, alguns dos direitos mais significativos, e precisar o seu alcance, com objectivos de certeza e segurança, mas sem prejudicar o funcionamento e as virtualidades da cláusula geral consagrada no nr. 1 do artigo em questão.

#### **4.3 Os modos de extinção do contrato**

##### **4.3.1 Cessação do contrato.**

O contrato de agência pode cessar por: Acordo das partes, Caducidade, Denúncia e por Resolução.

### **4.3.2 Mútuo Acordo**

O art. 546º C.Com sob epígrafe — Forma do mútuo acordo, se refere o acordo pelo qual as partes decidem pôr termo à relação contratual deve constar de documento escrito. Nada de especial a assinalar a esta norma, pois que trata-se de uma forma de cessação de contrato de agência que resultaria já dos princípios gerais dos contratos, conforme o nr. 1 do artigo 406º C.C. O acordo por escrito deve-se, sobretudo, por razões de segurança.

### **4.3.3 Caducidade**

Relativamente a figura da caducidade, esta consiste na cessação automática do contrato, sem necessidade de qualquer manifestação da vontade das partes. Das situações especiais que determinam a caducidade do contrato, figuram a verificação do fim do prazo estipulado, a verificação da condição a que as partes o subordinaram, conforme a condição seja resolutiva ou suspensiva, a declaração de falência do agente ou do principal e a morte do agente é causa de caducidade, por se tratar de um contrato *Intuitu Personae*, cfr art. 547º nr.1 C.Com.

### **4.3.4 Denúncia**

A denúncia consiste, numa declaração unilateral receptível, através da qual uma das partes põe termo à relação jurídica. Trata-se de uma faculdade discricionária, que qualquer dos contraentes pode exercer, embora tenha de ser comunicada com certa antecedência.

Esta figura só é permitida nos contratos celebrados por tempo indeterminado e desde que comunicada ao contraente, por escrito, com a antecedência das alíneas enumeradas no nr.1 do art. 549º C.Com.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

Fixam-se prazos crescentes, em consonância com a duração do contrato, nos termos seguintes:

- Um mês, se o contrato não durar há mais de um ano;
- Dois meses, se o contrato durar há mais de um ano;
- Três meses, se o contrato durar há mais de dois anos;
- Quatro meses, se o contrato durar há mais de três anos;
- Cinco meses, se o contrato durar há mais de quatro anos;
- Seis meses, se o contrato durar há mais de cinco anos.

#### **4.3.5 Resolução**

O contrato de agência pode ser resolvido por qualquer das partes, ou seja:

- Se a outra parte faltar ao cumprimento das suas obrigações quando, pela sua gravidade ou reiteração, não seja exigível a subsistência do vínculo contratual;
- Se ocorrerem circunstâncias que tornem impossível ou prejudiquem gravemente a realização do fim contratual, em termos de não ser exigível que o contrato se mantenha até expirar o prazo convencionado ou imposto em caso de denúncia.

Dado que necessita de ser motivada, o contraente que decide resolver o contrato deve indicar as razões em que fundamenta o seu direito, no prazo de um mês após o conhecimento dos factos que o justificam.

A declaração de resolução de contrato deve ser escrita, de acordo com nr. 2 do art. 551º CCom.

#### **4.4 Do aspecto da indemnização da clientela**

O art. 552º C.Com diz-nos que, independentemente do direito de resolver o contrato, qualquer das partes tem o direito de ser indemnizada, nos termos gerais, pelos danos resultantes do não cumprimento das obrigações da outra.

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

Se o inadimplemento não constituir fundamento bastante para a resolução, permanece ainda assim, o direito ao ressarcimento pelos prejuízos causados.

Trata-se, no fundo, de uma compensação devida ao agente, após a cessação do contrato – seja qual for a forma por que se lhe põe termo ou o tempo por que o contrato foi celebrado (por tempo determinado ou por tempo indeterminado) e que acresce a qualquer outra indemnização a que haja lugar, pelos benefícios de que o principal continua a auferir com a clientela angariada pelo agente. É como que uma compensação pela “mais-valia” que este lhe proporciona, graças à actividade por si desenvolvida, na medida em que o principal continue a aproveitar-se dos frutos dessa actividade, após o termo do contrato de agência.

O que conta são os benefícios proporcionados pelo agente à outra parte, benefícios esses que, na vigência do contrato, eram de proveito comum, e que, após o seu termo, irão aproveitar apenas, unilateralmente, ao principal. Mesmo que o agente não sofra danos, haverá um enriquecimento do principal que legitima e justifica uma compensação.

#### **4.5 A Convenção *Del Credere***

A figura *del credere* é de suma importância, merecendo por isso, tratamento especial nos arts. 533º a 539º do nosso Código Comercial.

No contrato de agência, uma convenção “Del Credere” é uma garantia pessoal, no sentido de que o agente assume perante o principal o compromisso de responder pelo cumprimento das obrigações do cliente ou clientes por si angariados, no caso de estes não cumprirem. A convenção *del credere* só é válida quando se especificar o contrato ou se individualizarem as pessoas garantidas.

## CAPITULO V

### **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Apresentaremos nesta parte as questões consideradas pertinentes, acompanhadas das recomendações, de acordo com os problemas que o tema suscita.

O estudo sobre os Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico Moçambicano é importante pois, ela permite-nos conhecer os seus contornos, aprofundando o nosso saber, considerando que, se trata de relações jurídico-comerciais, cuja ignorância das regras que o disciplinam pode ter efeito negativo, sobretudo a perda de clientes por parte dos empresários;

Este estudo visa, entre outros aspectos, a obtenção de conhecimento sobre as vantagens no uso desta figura contratual relativamente a outros tipos de contrato, por via da celebração de contratos de agência que tem como vantagens, grandes lucros, e menos despesas de investimento;

O estudo contribui para incentivar os pequenos empresários a aderirem a este tipo contratual para satisfazerem as transacções comerciais, concorrendo para a sua correcta aplicação pelos empresários moçambicanos e os juristas;

O contrato de agência juntamente com os outros contratos de distribuição tem o objectivo final, que não é mais do que o alcançar e ampliar a clientela;

Tem a natureza mercantil conforme as suas características, de onerosidade, bilateralidade, e porque encontra-se disciplinado na parte especial do Código Comercial, respeita aos contratos mercantis;

O Direito a indemnização pode ser visto como um direito à retribuição pelos serviços prestados. Em relação aos direitos e obrigações das partes, aquilo que constitui dever para o agente, inversamente constitui direito do principal, e vice-versa;

**Elementos constitutivos do Contrato de Agência no Ordenamento Jurídico  
Moçambicano**

---

O Legislador protegeu de alguma forma o agente, quanto ao modo e cessação deste contrato, que de certa forma na fase em que este contrato era considerado atípico, o principal cessava o contrato com o agente, sem quaisquer direitos para este, o que era incorrecto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Literatura

- **Brito, Maria Helena** (1990), O Contrato de Concessão Comercial, Descrição, Qualificação e Regime Jurídico de um Contrato Socialmente Típico, Livraria Almedina, Coimbra.
- **Buarque, Aurélio**, Novo Dicionário da Língua Portuguesa, 1ª Edição, Editora Nova Fronteira.
- **Correia, Miguel J. A. Pupo** (2005), Direito Comercial, *Direito das Empresas*, 9ª Edição, Coimbra Editora, Lisboa.
- **Costa, Mário Júlio de Almeida** (1984), Direito das Obrigações, 4ª Edição, Coimbra Editora.  
(1994), Direito da Obrigações, 6ª Edição, Coimbra Editora;  
(2001), Direito da Obrigações, 9ª Edição, Coimbra Editora.
- **Dicionário Universal de Língua Portuguesa**, 3ª Edição, 2001.
- **Martínez, Pedro Romano** (2003), *Contratos comerciais, Apontamentos*, Universidade de Lisboa e professor da Universidade Católica Portuguesa, Editora.
- **Monteiro, António Joaquim de Matos Pinto** (1987), Contrato de Agência (Anteprojecto), Lisboa.  
(1989), Contratos de Agência, de Concessão e de Franquia (*Franchising*), Livraria Almedina, Coimbra.  
(2000), *Contrato de Agência, Anotação do Decreto-Lei nr. 178/86*, 4ª Ed. Livraria Almedina, Coimbra.  
(2001), *Contrato de Distribuição Comercial*, Livraria Almedina, Coimbra.
- **Prata, Ana** (2006), Dicionário Jurídico, 4ª Ed. Livraria Almedina, Coimbra;
- **Requião, Rubens**, O Contrato de Concessão e venda com exclusividade. Revista de Direito Mercantil, São Paulo, nr.7, 1972.
- **Serrano, Pablo Jimenéz**, *Metodologia do Ensino e da Pesquisa Jurídica*, São Paulo, 2003.

**Ficheiro da Internet**

<http://www.Almedina.Net>

<http://www.jus2.vol.com.br/doutrina/texto.asp> em 13.04.2010

<http://www.mundojuridico.adv.br> em 02.12.2009

<http://www.pacsa.pt/legis/juris2.htm>

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Ag%C3%Aancia> em 29/03/2010

**Legislação**

- **Código Civil de Moçambique** (1996), J. Rodrigues Bastos, Livraria Almedina, Coimbra.
- **Código Comercial de Moçambique** (2006), 1ª Edição, Editora Plural Editores.
- **Constituição da República de Moçambique** (1990), B.R. 44, Supl. De 02 de Novembro.
- Decreto-Lei nr. 178/86, de 03 de Julho, com as alterações introduzidas pelo D.Lei nr. 118/93, de 13/04 — Contrato de Agência (Directiva 86/653/CEE).
- Decreto-Lei nr.49/2004, de 17 de Novembro, Aprova o Regulamento de Licenciamento de Actividades Comerciais.
- Lei nr. 3/93, de 24 de Junho – Regula a Lei dos Investimentos.
- Lei nr. 8/98 de 20 de Julho, B.R. de 28, 2º Suplemento — Regula a Lei do Trabalho.
- Lei nr. 15/99 de 01 de Novembro, B.R. de 43, 4º Suplemento - Regula o estabelecimento e o exercício da actividade das instituições de crédito e das sociedades financeiras.
- Resolução nr. 44/99, e 29 de Dezembro, B.R. 52, 5 Suplemento I Série – Protocolo sobre trocas comerciais na região da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC).