

Direito Comercial e da Propriedade Industrial

O **Direito Privado** disciplina as relações entre os particulares ou entre os particulares e o Estado, estando este no mesmo pé de igualdade que o particular.

Ramos do Direito Privado:

- Direito Civil
- Direito Comercial
- Direito do Trabalho

O **Direito Comercial** é um ramo de Direito Privado especial, já que estabelece uma disciplina para as relações jurídicas que se estabelecem no campo do comércio, a qual globalmente se afasta do que o Direito Civil, como ramo comum, estabelece para a generalidade das relações jurídicas.

O Direito Comercial visa imprimir maior celeridade nas transações comerciais e, simultaneamente, conferir uma proteção eficaz do crédito. Por essa razão, o Direito Comercial é um ramo do Direito Privado menos formalista e solene que o Direito Civil, assim como estabelece o regime da solidariedade entre os devedores de forma a melhor proteger os interesses dos credores comerciais.

ATOS DE COMÉRCIO:

Noção:

Entende-se por atos de comércio todos aqueles contratos que sejam disciplinados pelo Direito Comercial, independentemente da pessoa que os praticar ser ou não comerciante.

Os atos de comércio comportam diversas classificações, sendo a principal aquela que distingue os atos de comércio objetivos de subjetivos.

De acordo com o **artigo 2º, primeira parte, do Código Comercial** são atos de comércio objetivo os que se encontram regulados na lei comercial independentemente da pessoa que os pratique ser ou não comerciante (**exemplo:** contrato de compra e venda para revenda – **artigo 463º, número 1 do Código Comercial**).

De acordo com o **artigo 2º, segunda parte, do Código Comercial** são atos de comércio subjetivo os que forem praticados por comerciantes desde que estejam em ligação com o seu comércio. Não são, portanto, atos de comércio subjetivo os atos praticados por comerciantes que sejam de natureza exclusivamente civil ou que sejam alheios à atividade comercial de quem os praticou (**exemplo:** casamento ou a compra por um comerciante de relógios de um relógio para uso pessoal).

O **artigo 230º do Código Comercial** define determinadas atividades que têm natureza comercial. Nesse sentido assumem a natureza de atos de comércio objetivos todos aqueles que se integrem num dos sete números do referido artigo.

Por via desta norma, importa ter presente que *não integram o comércio*, a atividade agrícola, bem como o artesanato (**parágrafo primeiro do artigo 230º do Código Comercial**).

ATOS DE COMÉRCIO BILATERAIS E UNILATERAIS:

São atos de comércio bilaterais aqueles que têm caráter comercial em relação às duas partes.

São atos de comércio unilaterais aqueles que apenas são comerciais em relação a uma das partes e civis em relação à outra parte (**exemplo:** se formos ao bar tomar um café). Quanto a estes atos e de acordo com o **artigo 99º do Código Comercial**, aplicam-se a ambos os contraentes as normas do Direito Comercial.

COMERCIANTES:

Comerciantes em Nome Individual:

Os comerciantes em nome individual também se chamam empresários em nome individual, sendo que os requisitos para a aquisição dessa qualidade encontram-se no **artigo 13º, número 1 do Código Comercial**.

Vejamos cada um desses requisitos:

- a) Capacidade de exercício de direitos: qualquer comerciante tem de estar dotado da capacidade de exercício de direito que lhe permita praticar atos de comércio de uma forma pessoal e autónoma. Os menores, os interditos e os inabilitados podem ser comerciantes desde que exerçam o comércio através dos seus representantes legais.
- b) Exercício profissional do comércio: é necessário que a atividade comercial seja desenvolvida de uma forma sistemática e organizada. Nada impede, no entanto, que uma pessoa, além de comerciante, possa exercer uma outra profissão que nada tenha a ver com o comércio.
- c) Exercício de comércio em seu próprio nome: o comerciante deverá exercer a sua atividade de modo pessoal, independente e autónomo, o que significa que não deve estar subordinado a uma entidade patronal/empregadora.

OBRIGAÇÕES DOS COMERCIANTES (artigo 18º do Código Comercial):

1º Adotar uma firma:

Uma **firma** é o nome comercial do comerciante, seja empresário em nome individual ou sociedade comercial.

Existem, essencialmente, três tipos de firmas:

- a) **Firma nome**: composta pelo nome do comerciante ou dos sócios da sociedade (**exemplo**: Silva e Sousa, Lda).
- b) **Firma denominação**: composta por uma expressão de fantasia e indicação da atividade comercial (**exemplo**: Cerealis – Comércio de Produtos Alimentares, SA).
- c) **Firma mista**: composta por um nome de um ou mais sócios e pela atividade a desenvolver (**exemplo**: Banco Espírito Santo, SA).

As firmas estão obrigadas a respeitar princípios:

- Princípio da verdade: os elementos que compõem a firma devem ser verdadeiros e não devem induzir em erro sobre a identificação ou a atividade (**artigo 3º e 32º do Registo Nacional de Pessoas Coletivas**).
- Princípio da novidade: as firmas devem ser novas, isto é, devem ser distintas das já existentes de forma a não gerar confusão com estas (**artigo 3º e 33º do Registo Nacional de Pessoas Coletivas**).

2º Escrituração mercantil:

Todo o comerciante é obrigado a ter escrituração mercantil, efetuada de acordo com a lei (**artigo 29º do Código Comercial**).

Não deve, porém, confundir-se escrituração mercantil com a sua contabilidade esta é apenas a compilação, registo, análise e apresentação, em termos de valores pecuniários, de operações materiais. É, pois uma parte muito importante da escrituração, mas esta abrange, além dela, outros registos e arquivos, tais como atas, contratos, correspondência e demais documentação.

De acordo com o **artigo 40º do Código Comercial**, os comerciantes deverão guardar a escrituração mercantil (o que pode ser feito por via digital) pelo prazo de 10 anos.

No que respeita à organização da escrituração vigora o princípio da liberdade, pelo que os comerciantes podem escolher o modo de organizar a sua escrituração.

Apesar da liberdade da organização da escrituração, as sociedades comerciais são obrigadas a possuir um livro de atas conforme decorre do **artigo 31º do Código Comercial**.

3º Dar balanço e prestar contas:

Todos os comerciantes são obrigados anualmente a dar balanço ao ativo e passivo do exercício anterior. Esse balanço deve ser prestado nos três primeiros meses do ano imediato. No balanço, o comerciante prestará as contas referentes ao ano (exercício) anterior, que em regra termina no dia 31 de dezembro – **artigo 62º do Código Comercial**.

4º Inscrever no registo comercial:

As sociedades comerciais, para se constituírem têm, obrigatoriamente que se encontrar registados na Conservatória do Registo Comercial.

Já no que diz respeito ao empresário em nome individual, o seu registo, ou seja a sua matrícula não é condição necessária nem suficiente para a aquisição da qualidade de comerciante. Constitui apenas uma presunção da qualidade de comerciante que pode ser ilibida por prova em contrário.

SOCIEDADES COMERCIAIS:

Noção de contrato de sociedade (**artigo 980º do Código Civil**);

Da noção de contrato de sociedade decorre que esta é constituída por diversos elementos. Os elementos do contrato de sociedade são:

- a) Elemento pessoal – pluralidade de sócios. Todo o contrato de sociedade tem de ser celebrado, pelo menos, por duas pessoas, salvo se a lei exigir número superior (como acontece nas Sociedades Anónimas – **artigo 273º, número 1 do Código Das Sociedades Comerciais**), ou permitir que a sociedade tenha um único sócio (**artigo 7º, número 2 do Código das Sociedades Comerciais**). Com efeito, existem casos excecionais de sociedades unipessoais, podendo a unipessoalidade ser originária (à nascença) ou superveniente (ou elemento posterior).

Unipessoalidade originária: ocorre nas sociedades unipessoais por quotas disciplinadas nos **artigos 270º A e seguintes do Código das Sociedades Comerciais**. Também se verifica nas sociedades anónimas domínio total inicial por parte de outra sociedade, desde que se encontrem em relação de grupo, conforme previsto no **artigo 488º, número 1 do Código das Sociedades Comerciais**.

Unipessoalidade superveniente: no caso de, por qualquer razão, numa sociedade por quotas constituída por dois ou mais sócios, um sócio ficar titular de todo o capital, dispõe do prazo de um ano para encontrar outro sócio sob pena da sociedade ser administrativamente dissolvida (**artigo 142º, número 1, alínea a) do Código das Sociedades Comerciais**). Em alternativa, pode o sócio único transformar a sociedade por quotas numa sociedade unipessoal por quotas, situação em que ocorre uma unipessoalidade superveniente (**artigo 270º A, número 2 do Código das Sociedades Comerciais**).

- b) Elemento patrimonial – conforme decorre do **artigo 980º do Código Civil**, os sócios obrigam-se a contribuir para a sociedade com bens ou serviços. A obrigação de entrada dos sócios decorre do **artigo 20º do Código das Sociedades Comerciais**, por regra os sócios estão obrigados a entrar com bens para o património comum da sociedade, podendo essa entrada ser feita através de dinheiro ou em espécie.

Caso a entrada seja em espécie é necessário avaliar previamente o bem, o que é feito através de um Revisor Oficial de Contas (ROC) sem interesse na sociedade que deverá elaborar um relatório do qual conste a entrada do bem em espécie (**artigo 28º do Código das Sociedades Comerciais**). A entrada apenas com serviços (sócios de indústria) em regra, não é permitida, pela dificuldade que criaria na determinação do valor dessa entrada. No entanto, em casos excepcionais, a lei admite a existência de sócios de indústria (**exemplo**: nas sociedades em nome coletivo).

- c) Elemento finalístico – consiste na atividade a desenvolver pela sociedade. Ficam excluídas as atividades de “mera fruição”, as quais, quando exercidas em comum, não estão sujeitas ao regime das sociedades, mas ao regime da cooperação ou da comunhão, que são figuras distintas da sociedade.
- d) Elemento teleológico – consiste na finalidade última da sociedade, a qual tem como propósito obter o lucro e distribuí-lo pelos sócios.
O lucro consiste sempre num ganho económico da sociedade a transferir para o património do sócio.

PROCESSO DE CONSTITUIÇÃO DA SOCIEDADE COMERCIAL:

- 1º Contrato de sociedade: deve conter os elementos referidos no **artigo 7º, número 1 e 9º do Código das Sociedades Comerciais**.
- 2º Registo: a sociedade comercial “nasce” na Conservatório do Registo Comercial e aí iniciam o gozo da sua personalidade jurídica (**artigo 5º do Código das Sociedades Comerciais**).
- 3º Publicação da constituição: em site da Internet (**artigo 167º do Código das Sociedades Comerciais**).

TIPOS DE SOCIEDADES COMERCIAIS:

Sociedades em nome coletivo:

Os sócios destas sociedades, além de responderem perante a sociedade pela sua obrigação de entrada, respondem ainda perante os credores da sociedade pelas obrigações desta. A responsabilidade por estas dívidas é subsidiária em relação à sociedade (o que significa que os credores só podem exigir o cumprimento aos sócios depois de esgotado o património da sociedade), solidária entre os sócios (o que se traduz na possibilidade de os credores da sociedade exigirem a qualquer dos sócios a totalidade da dívida) e ilimitada (o que significa que a responsabilidade dos sócios pelas dívidas da sociedade não tem um teto).

Sociedades anónimas:

Nestas sociedades os sócios não respondem pelas dívidas da sociedade. Estamos, por isso, em face de sociedades de responsabilidade limitada. No entanto, cada sócio é individualmente responsável perante a sociedade pelo valor da sua própria entrada (**artigo 271º do Código das Sociedades Comerciais**).

Cada sócio tem, assim, a sua responsabilidade duplamente limitada: externamente porque não responde perante os credores da sociedade pelas dívidas desta; internamente porque não responde perante a sociedade por nenhuma dívida para além da sua própria obrigação de entrada.

Sociedade em comandita:

Neste tipo de sociedade existem dois grupos de sócios: por um lado, aqueles que assumem uma responsabilidade igual à dos sócios das sociedades em nome coletivo (esses são os sócios comanditados) e, por outro lado, aqueles que respondem apenas pela sua entrada (os sócios comanditários) – **artigo 465º, numero 1 do Código das Sociedades Comerciais**.

Por essa razão há quem fale, a propósito destas sociedades, de um tipo misto ou híbrido, exatamente para pôr em destaque a ideia da reunião, na mesma sociedade, de sócios de responsabilidade limitada com sócios de responsabilidade ilimitada.

Sociedade por quotas:

Neste tipo de sociedade os sócios são solidariamente responsáveis por todas as entradas convencionadas no contrato de sociedade, mas só o património social responde para com os credores pelas dívidas da sociedade (**artigo 197º, número 1 e 3 do Código das Sociedades Comerciais**).

Significa isto que neste tipo de sociedade, os sócios assumem uma responsabilidade que ultrapassa a realização da sua própria entrada (uma vez que também respondem perante a sociedade pela realização das entradas dos demais sócios), mas não assumem responsabilidade perante os credores da sociedade – a sua responsabilidade é, portanto, limitada.

O **artigo 198º, número 1 do Código das Sociedades Comerciais** permite, contudo, que por estipulação contratual um ou mais sócios respondam também perante os credores sociais até determinado montante.

Assim, algum ou alguns sócios, além de responderem nos termos acima expostos perante a sociedade, ainda poderão estar obrigados a responder perante os credores da sociedade.

Note-se, porém, que ao invés do que vimos suceder quanto aos sócios das sociedades em nome coletivo, a assunção de responsabilidade pelas dívidas da sociedade por quotas terá de cingir-se a um “determinado montante”, isto é, nunca será ilimitada.

ÓRGÃO EXECUTIVO E ÓRGÃO DELIBERATIVO:

Por órgão entende-se um cargo ou uma função. Não se deve confundir órgão com titular do mesmo, pois este é a pessoa que exerce aquele cargo durante um lapso de tempo enquanto que o órgão existirá enquanto existir a sociedade. Existem duas classificações de órgãos:

1. Órgão singular e órgão colegial:

O órgão singular é constituído por uma única pessoa, enquanto que o órgão colegial é constituído por uma pluralidade de pessoas.

2. Órgãos deliberativos e órgãos executivos (ou representativos):

Os órgãos deliberativos têm a sua atuação confinada ao interior da sociedade, sendo que a sua finalidade é formar a vontade dos sócios sobre os assuntos de maior importância para a sociedade. Nas sociedades comerciais o órgão deliberativo é a Assembleia Geral que consiste a reunião geral dos sócios. São estes que, reunidos em Assembleia deliberam a sua vontade sobre os temas de maior relevância para a vida da sociedade.

Por regra, as Assembleias Gerais reúnem-se com carácter ordinário uma vez por ano (nos três primeiros meses de cada ano), e com carácter extraordinário sempre que se revele necessário.

Os órgãos executivos (ou representativos) têm por finalidade assegurar a gestão corrente da sociedade e de a representar perante terceiros. São os membros deste órgão que, respeitando a vontade internamente formada pelo órgão deliberativo (Assembleia Geral) projetam a mesma para o exterior celebrando contratos com terceiros e praticando atos em nome da sociedade. É pois através da intervenção deste órgão que a sociedade se obriga perante terceiros. O órgão executivo de uma sociedade anónima é, na maioria das vezes, o Conselho de Administração, o qual é constituído por um ou mais administradores; já que nas sociedades por quotas, o órgão executivo consiste na gerência, a qual é constituída por um ou mais gerentes.

Se pretendêssemos comparar uma sociedade comercial com o corpo humano, diríamos que o órgão deliberativo é o seu cérebro e o órgão executivo a sua voz e as suas mãos.

A SOCIEDADE COMO PESSOA COLETIVA:

1. Personalidade Jurídica:

As sociedades adquirem personalidade jurídica após o registo do contrato de sociedade na Conservatória do Registo Comercial. Assim, a partir desse momento, a sociedade passa a estar apta a ser titular autónoma de quaisquer direitos e deveres. Por isso, a sociedade comercial não se confunde com os sócios, que têm a sua própria personalidade jurídica.

2. Capacidade Jurídica (de gozo):

Por regra, a sociedade apenas está apta a ser titular de um círculo de direitos e de deveres que se revelem convenientes ou necessários para atingir o seu fim último, que é o lucro. Todos os atos que exorbitem a capacidade de gozo são nulos, o que significa que não produzem quaisquer consequências (**artigo 6º, número 1 do Código das Sociedades Comerciais**).

De forma a temperar a rigidez desta regra imperativa o **número 2 do artigo 6º do Código das Sociedades Comerciais** estabelece que não se consideram contrários ao fim da sociedade os atos considerados normais, mesmo sendo doações, desde que façam parte dos usos habituais da sociedade (**exemplo:** presentes nas festas de Natal, lembranças em ocasiões festivas como o aniversário da sociedade ou outras situações semelhantes).

PATRIMÓNIO E CAPITAL SOCIAL:

A noção de património líquido (a mais importante na prática) consiste no ativo da sociedade (aqui se incluindo bens e direitos) deduzido das suas dívidas (passivo).

Não deve confundir-se património com capital social, pois este apenas corresponde à soma das entradas dos sócios. Traduz-se, assim, o capital social no fundo patrimonial inicial da sociedade, representando a partir dessa data um mero valor contabilístico. Assim, enquanto o património é uma realidade dinâmica que oscila para mais ou para menos em função da atividade da sociedade (é, pois, variável), o capital social é uma mera cifra contabilística de natureza estática. O capital social desempenha, no entanto, importantes funções no âmbito de uma sociedade comercial. São elas:

- 1º Determinação da situação económica da sociedade** – periodicamente a sociedade terá de apurar os valores do seu ativo e do seu passivo. Haverá lucro se o valor do património líquido então apurado (*ativo – passivo*) exceder o capital social. Se não, haverá perda ou prejuízo. Daqui decorre que a determinação da existência de lucros ou perdas pressupõe essencialmente uma comparação entre o património líquido e o capital social. Isto significa então que o capital social é indispensável para determinar a situação económica da sociedade.
- 2º Quantificação dos direitos fundamentais dos sócios** – é pela proporção que as suas participações representam relativamente ao total do capital social, que os sócios veem quantificados os seus direitos fundamentais. Assim sucede com o direito aos lucros (**artigo 22º, número 1 do Código das Sociedades Comerciais**).
- 3º Garantia dos credores: intangibilidade do capital social** – qualquer distribuição de lucros ou bens aos sócios necessita sempre de ser previamente deliberada por estes. Isto é, só os sócios é que têm competência para, reunidos em Assembleia Geral, deliberar a distribuição de lucros (**artigo 31º, número 1 do Código das Sociedades Comerciais**).
 - a)** Insusceptibilidade de distribuição pelos sócios de quantias ou valores necessários para manter intacto um fundo patrimonial líquido equivalente, pelo menos, ao capital social.
 - a1)** Deste princípio decorre que não pode ser distribuído aos sócios quaisquer bens da sociedade quando a situação líquida desta for inferior à soma do capital social e das reservas não distribuídas (**artigo 32º do Código das Sociedades Comerciais**).

Este tipo de lucro designa-se por lucro de balanço, o qual resulta da diferença entre o património líquido da sociedade, por um lado e a soma do capital social e das reservas indisponíveis (legais e/ou estatutárias), por outro lado.

Ou seja, o lucro de balanço ou distribuível (que representa a riqueza global gerada pela sociedade) resulta da seguinte forma:

$$LB = PSL - (CS + R)$$

LB – Lucro de Balanço
PSL – Património Social Líquido
CS – Capital Social
R – Reservas Indisponíveis

a2) Os lucros de exercício não podem ser distribuídos se forem necessários para cobrar prejuízos transitórios de anos anteriores, ou para formar ou constituir reservas obrigatórias pela lei ou pelo contrato de sociedade (**artigo 33, número 1 do Código das Sociedades Comerciais**). Em boa verdade, o lucro de exercício existe quando o valor do património líquido da sociedade é, no final do ano económico e em resultado da sua atividade superior ao que existia no início. Isto é, trata-se do excelente patrimonial criado apenas durante esse ano e que poderá traduzir-se na seguinte equação:

$$LEX = PSF - PSI$$

LEX – Lucro de Exercício
PSF – Património Social Final
PSI – Património Social Inicial

Exemplo:

Capital Social = 10 000€

Ano 1 – SL 7 000€

Ano 2 – SL 8 000€ (LEX = 1 000€ / LB = -2 000€)

Ano 3 – SL 11 000€ (LEX = 3 000€ / LB = 1 000€)

Ano 4 – SL 12 000€ (LEX = 1 000€ / LB = 2 000€)

Neste exemplo partiu-se do princípio que no final do Ano 3 os sócios optaram por não distribuir o lucro de balanço de 1 000€.

Neste exemplo também, para maior facilidade de exposição, optou-se por não atender às reservas indisponíveis.

- b)** Exigência que por virtude de perdas, o património líquido da sociedade não deixe de manter certa proporção mínima com o capital social.
Caso o património líquido se ache abaixo de metade do capital social considera-se que a sociedade se encontra num estado de crise económico-financeira.
Estipula o **artigo 35º do Código das Sociedades Comerciais** que neste caso, deve ser posta à consideração dos sócios essa situação, a fim destes encararem a tomada de medidas que solucionem a situação, seja pela recuperação financeira da sociedade, seja pela constatação da sua inviabilidade traduzida na sua dissolução.

RESERVAS:

As reservas são valores, em princípio gerados pela própria sociedade, que os sócios não podem, por imposição legal ou estatutária, distribuir. A este tipo de reserva (legal ou estatutária) dá-se o nome de reserva indisponível ou não distribuível.

No que respeita às reservas legais, são aquelas que são impostas pela lei. O seu regime está previsto nos **artigos 295º e 296º do Código das Sociedades Comerciais** para as sociedades anónimas, que é também aplicável às sociedades por quotas por força do **artigo 218º do Código das Sociedades Comerciais**.

Assim, obrigatoriamente no final de cada exercício uma parcela não inferior a 5% do lucro de exercício (havendo-o) deve ser levado a reserva legal até que o montante desta seja idêntico a 20% do capital social das sociedades anónimas e a 2 500€ nas sociedades por quotas. De acordo com a parte final do **número 1 do artigo 295º do Código das Sociedades Comerciais** pode o contrato de sociedade determinar a afetação de percentagens superiores às estabelecidas na lei.

O destino a dar à reserva legal visa, essencialmente permitir a cobertura de perdas, funcionando como uma espécie de “almofada” que visa amortecer eventuais resultados negativos.

PARTICIPAÇÃO SOCIAL – OBRIGAÇÕES E DIREITOS DOS SÓCIOS:

A participação social traduz-se na ligação que se estabelece entre o sócio e a sociedade. Isto é, consiste no feixe de direitos e deveres de que o sócio é titular para com a sociedade. Nas sociedades por quotas, as participações sociais designam-se por quotas; nas sociedades anónimas, as participações sociais designam-se por quotas, as participações sociais chamam-se ações, uma vez que o capital social destas se encontra fracionado em ações.

Como exemplo dos direitos e deveres decorrentes da participação social podemos referir que os sócios têm desde logo o direito a quinhão (participar) nos lucros, ou participar nas deliberações dos sócios; no que respeita às obrigações podemos referir a obrigação que recai sobre os sócios de realizar as suas entradas.

OBRIGAÇÕES DOS SÓCIOS:

Obrigações de entrada: todo o sócio, pelo facto de ser sócio, é obrigado a entrar para a sociedade com dinheiro ou com bens em espécie (**artigo 20º, alínea a) do Código das Sociedades Comerciais**).

1. Entradas em dinheiro: a entrada inicial tem de ser depositada numa instituição de crédito antes da constituição da sociedade, como forma de controlo, mas pode ser levantada após o registo da sociedade e, mesmo antes, quando os sócios autorizarem o seu levantamento pelos administradores para fins determinados, nomeadamente os encargos com a constituição, instalação e funcionamento da sociedade (**artigo 202º, número 3 e 4 e artigo 277º, número 3 e 4 do Código das Sociedades Comerciais**).

Se o sócio não efetuar a entrada no prazo estipulado entra em mora depois de interpelado para efetuar o pagamento e fica sujeito às sanções legais e estatutárias (**artigo 27º, número 3; artigo 203º, número 3 e artigo 285º, número 2 do Código das Sociedades Comerciais**).

As entradas devem ser realizadas até à constituição da sociedade (apenas relativo a entradas em dinheiro). No entanto, há duas exceções:

1º Ano de exercício (1º ano até 31 de dezembro de x) – **artigo 26º, número 2 do Código das Sociedades Comerciais**.

2º Se o contrato de sociedade assim o mencionar, as entradas podem ser diferidas até um prazo máximo de 5 anos – **artigo 26º, número 3 do Código das Sociedades Comerciais**.

2. Entradas em espécie: têm de ser claramente descritas no ato constitutivo da sociedade e podem consistir na transmissão de propriedade de coisas móveis ou imóveis, inclusive de um estabelecimento comercial, na transmissão de direitos de propriedade industrial, ou na transmissão de créditos, incluindo os próprios suprimentos à sociedade (**artigo 202º, número 6 do Código das Sociedades Comerciais**).

Quem faz a avaliação dos bens é um ROC, sem qualquer interesse na sociedade, e no futuro não pode vir a desempenhar, na mesma, qualquer cargo.

3. Entradas em trabalho: correspondem aos chamados sócios de indústria. A lei não permite a sociedade de indústria como capital social porque é difícil de quantificar (**artigo 202º do Código das Sociedades Comerciais**).

OUTRAS OBRIGAÇÕES:

1. Obrigação de prestações acessórias (artigo 209º do Código das Sociedades Comerciais): não são impostas pela lei, mas decorrem da vontade dos sócios e têm de constar no contrato de sociedade. Nas sociedades por quotas é aplicado o disposto no artigo 209º do Código das Sociedades Comerciais. Nas sociedades anónimas aplica-se o artigo 287º do Código das Sociedades Comerciais.
2. Prestações suplementares: só podem existir nas sociedades por quotas, aplicando-se a elas o artigo 210º do Código das Sociedades Comerciais. Estas prestações consistem na injeção de dinheiro na sociedade pela parte dos sócios (sem direito ao pagamento de juros) e têm de constar no contrato de sociedade, indicando o montante máximo e qual dos sócios vai efetuar o empréstimo. Antes de serem efetuadas estas prestações, as decisões deverão ser tomadas em Assembleia Geral dos sócios (artigo 211º do Código das Sociedades Comerciais).
3. Suprimentos (artigo 243º do Código das Sociedades Comerciais): é um contrato pelo qual um sócio empresta dinheiro à sociedade pelo período mínimo de um ano. Tanto se aplica às sociedades por quotas, como às sociedades anónimas. Decorre da espontânea vontade dos sócios e, por isso, não consta no contrato de sociedade. É possível a cobrança de juros, apesar de não ser frequentes. Em caso de insolvência da sociedade, os suprimentos são os últimos a ser pagos (artigo 245º do Código das Sociedades Comerciais).

DIREITOS DOS SÓCIOS (artigo 21º do Código das Sociedades Comerciais):

1. Todo o sócio tem direito aos lucros:

Todo o sócio participa nos lucros de acordo com a sua participação no capital social, a menos que o contrato determine a parte de cada sócio (artigo 22º do Código das Sociedades Comerciais). Os lucros distribuíveis são os lucros de balanço.

2. Direito à informação:

Um sócio só pode pedir informação à sociedade se não for gerente, pois se for terá de o saber, no caso das sociedades por quotas (artigo 214º do Código das Sociedades Comerciais).

De acordo com o artigo 215º do Código das Sociedades Comerciais, o gerente só pode recusar prestar informação aos sócios se suspeitar da utilização que o sócio dê à informação, se lhe causar prejuízos.

Nesta situação, de recusa de prestação de informação, o sócio pode requerer ao tribunal um inquérito à sociedade (artigo 216º do Código das Sociedades Comerciais).

3. Direito a participar nas deliberações dos sócios.
4. Direito a ser nomeado para órgãos sociais.

DELIBERAÇÕES DOS SÓCIOS:

As deliberações dos sócios podem ser de quatro formas:

- a) Assembleia Geral Universal:

Todos os sócios estão presentes sem terem sido convocados. Deliberam de acordo com a ordem de trabalhos (artigo 54º do Código das Sociedades Comerciais).

- b) Assembleia Geral Previamente Convocada:

Não há necessidade da presença de 100% dos sócios. A convocatória deve conter a ordem de trabalhos e ser enviada a cada sócio com 15 dias de antecedência pela gerência, nas sociedades por quotas, ou pelo Conselho de Administração, nas sociedades anónimas (artigo 248º do Código das Sociedades Comerciais).

De acordo com o **artigo 246º do Código das Sociedades Comerciais**, os sócios têm diversas competências.

A representação dos sócios por outra pessoa é permitida tanto nas sociedades por quotas, como nas sociedades anónimas. Nas sociedades por quotas só é permitida a representação por certas pessoas indicadas no **artigo 249º do Código das Sociedades Comerciais**. Nas sociedades anónimas, é permitido que qualquer pessoa represente o sócio.

Como é feito os votos dos sócios?

Geralmente os votos são contados por cada cêntimo do valor nominal da quota de cada sócio, a menos que o contrato de sociedades estipule algo diferente. Salvo regra em contrário, as decisões consideram-se tomadas quando são votadas pela maioria, excluindo as abstenções (**artigo 250º do Código das Sociedades Comerciais**).

As alterações ao contrato só são feitas com maioria de três quartos dos votos correspondentes ao capital social ou por número mais elevado, se o contrato de sociedade assim o exigir (**artigo 265º, número 1 do Código das Sociedades Comerciais**).

c) Deliberação Unânime por Voto Escrito e Deliberação por Voto Escrito:

Quando é escolhida a deliberação por voto escrito, o gerente fica encarregue de enviar a cada sócio uma proposta concreta do que há a alterar acompanhada por todos os elementos necessários para o esclarecimento de qualquer dúvida. Esta proposta é feita por carta registada e o sócio deve dar uma resposta até 15 dias depois da data de expedição da carta. No caso de não haver resposta por parte de algum dos sócios, é tida como assentimento ao que foi proposto (**artigo 247º, número 1 e seguintes do Código das Sociedades Comerciais**).

GERÊNCIA DAS SOCIEDADES:

O gerente de uma sociedade pode ser indicada à nascença ou posteriormente (**artigo 252º do Código das Sociedades Comerciais**). A função do gerente é administrar e representar as sociedades perante terceiros (**artigo 259º e 260º do Código das Sociedades Comerciais**).

Quando se está na presença de uma gerência plural, ou seja de vários gerentes, os poderes exercem-se conjuntamente, sendo consideradas válidas as deliberações que reúnam a maioria (**artigo 261º do Código das Sociedades Comerciais**).

O contrato de sociedade pode obrigar a que seja constituído um conselho fiscal. Nas sociedades anónimas esse conselho é obrigatório, mas nas sociedades por quotas só o passa a ser obrigatório a partir do momento que a sociedade atinja certos valores (**artigo 262º do Código das Sociedades Comerciais**).

CESSAÇÃO DA GERÊNCIA (**artigo 256º do Código das Sociedades Comerciais**):

A gerência termina por:

- Caducidade (existência de prazo limite)
- Renúncia de gerentes (**artigo 258º do Código das Sociedades Comerciais**):

A renúncia por parte de um gerente deve ser comunicada por escrito à sociedade e efetiva-se ao fim de 8 dias. Esta forma de cessação deve ser feita com pré-aviso, caso isso não aconteça, o gerente está sujeito a ter de indemnizar a sociedade.

- Destituição de gerentes (**artigo 257º do Código das Sociedades Comerciais**):

Se a destituição se der sem justa causa e houver valor de indemnização estipulado no contrato é esse que se aplica. Se não, o valor da indemnização é o equivalente a 4 anos de trabalho.

Direito Especial à Gerência: o gerente minoritário só pode deixar de o ser se o próprio concordar com a destituição. Neste caso, o gerente só poderá ser destituído por justa causa se for posta em ação em tribunal contra ele.

CESSÃO / TRANSMISSÃO DE QUOTAS (artigo 228º do Código das Sociedades Comerciais):

A cessão ou transmissão de quotas tem de constar do contrato de sociedade (artigo 229º do Código das Sociedades Comerciais). Pode haver uma cláusula que diga que não é permitida a cessão de quotas, pelo período de 10 anos, depois dos quais pode ser pedida a sua exoneração.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO (artigo 390º do Código das Sociedades Comerciais):

Quando o Conselho de Administração seja constituído por número par de administradores pode ser necessário o voto do presidente para desempatar, votando assim o presidente a dobrar.

O valor mínimo de uma ação é de 1 cêntimo.

Há dois tipos de ações:

- Ação nominativa (artigo 299º do Código das Sociedades Comerciais):

São as únicas que as sociedades por quotas podem ter. São aquelas que permitem ao emitente (a sociedade) conhecer a todo o tempo a identidade dos seus titulares.

Estas ações transmitem-se por declaração de transmissão escrita na ação a favor do adquirente.

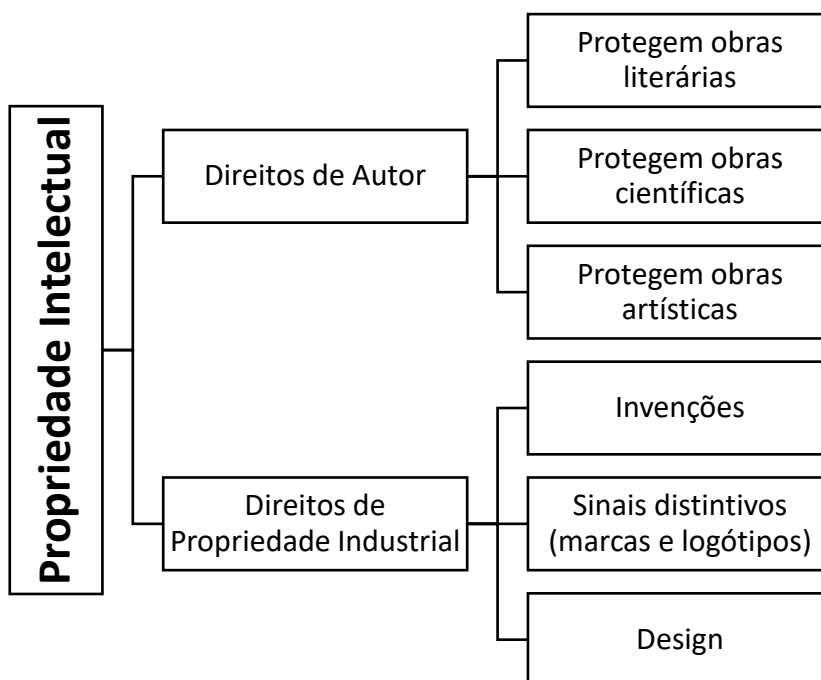
- Ação ao portador:

Atualmente não são permitidas. As transmissões das ações é livre e não necessita do consentimento da sociedade.

PROPRIEDADE INDUSTRIAL:

As criações intelectuais podem ser objeto de um direito de propriedade: um direito de propriedade industrial. Este direito permite assegurar o monopólio exclusivo sobre uma determinada invenção, uma criação estética (design) ou um sinal usado para distinguir produtos e empresas no mercado.

A propriedade industrial tem em conjunto com os direitos de autor constitui a propriedade intelectual:



Enquanto que a propriedade industrial tem por objeto a proteção das invenções, do design e dos sinais usados para distinguir produtos ou empresas no mercado, os direitos de autor visam a proteção das obras literárias, científicas e artísticas.

Os direitos de propriedade industrial poderão ser protegidos desde que se encontrem registados no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial). O registo não é obrigatório para os cidadãos ou para as empresas que pretendam desenvolver ou explorar uma invenção ou estética ou assinalar produtos no mercado.

É, no entanto, aconselhável, dadas as múltiplas vantagens que oferece e que se podem reconduzir sumariamente às seguintes:

1. Assegura um monopólio legal: este monopólio permite impedir que alguém utilize, sem consentimento, uma marca, uma patente, um desenho ou modelo (ou outras modalidades), habilitando o titular a acionar todos os mecanismos legais para fazer cessar ou punir qualquer conduta usurpadora.
2. Concede o direito de utilizar símbolos que visam dissuadir a violação (®; Pat. nº; D.M. nº): o uso destes símbolos é apenas permitido para quem obtenha o registo, prevenindo ou evitando eventuais condutas lesivas dos direitos de propriedade industrial. O registo proporciona, assim, maior segurança aos investimentos que a empresa realiza.

O registo implica também a presunção de que não existem marcas, patentes, desenhos ou modelos (ou outras modalidades) anteriores que o inviabilizem. Minimiza, por essa via, um risco de conflito com detentores de direitos anteriores que possa conduzir a uma eventual obrigação de retirada de todo o investimento realizado no desenvolvimento e na implementação de um determinado sinal ou invenção.

3. Atribui um direito de propriedade: o direito de propriedade obtido através do registo é livremente disponível, podendo o seu titular transmitir esse direito ou permitir que outrem o explore, rentabilizando os seus investimentos.

Os direitos de propriedade industrial incidem sobre criações novas (aqui incluindo as invenções propriamente ditas e o design) e sobre sinais distintivos do comércio (**exemplo**: uma marca). Estes direitos são protegidos através de diversas figuras que se passam a descrever:

a) Invenções:

Os resultados da atividade inventiva podem ser protegidos, a título temporário, através de:

- Patentes
- Modelos de utilidade
- Certificados complementares de proteção
- Topografia de produtos semicondutores

b) Sinais Distintivos do Comércio:

Um elemento gráfico, como uma figura ou uma palavra que sirva para identificar no mercado produtos ou serviços, estabelecimentos ou entidades pode ser protegido através de:

- Marcas
- Logótipos
- Recompensas
- Denominações de origem
- Indicações geográficas

c) Design:

A aparência ou o design de um objeto (a configuração estética resultante da atividade criativa da empresa ou de designers) pode ser protegido através de:

- Desenhos ou modelos

O registo obtido em Portugal, junto do INPI, apenas produz efeitos no território nacional, pelo que não abrange nem protege a marca, a patente ou o design noutro país.

Os direitos de propriedade industrial (tais como as marcas, as patentes, os desenhos ou modelos ou outros) são direitos territoriais sendo a proteção exclusiva apenas conferida no país que lhes confere essa mesma proteção.

Exemplo: se uma marca apenas estiver registada em Portugal, o seu titular só poderá fazer valer os seus direitos em território nacional, não podendo impedir que alguém em Espanha utilize marca igual ou semelhante.

Se a estratégia de uma empresa passar por exportar ou alcançar novos mercados, o sistema da propriedade industrial contém múltiplas vias que permitem assegurar a proteção dos diversos direitos noutros países. A principal destas vias chama-se “reivindicação da prioridade”.

REIVINDICAÇÃO DA PRIORIDADE:

Caso se pretenda proteger um destes direitos no estrangeiro, o pedido de registo efetuado em Portugal permite beneficiar, no prazo de 12 meses de um direito de prioridade para apresentar o pedido em qualquer Estado-membro da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP).

Se o prazo for respeitado, o pedido que efetuar no estrangeiro beneficiará da data do pedido que efetuou inicialmente em Portugal (é o que se designa por “reivindicação da prioridade”).

A propriedade industrial protege qualquer segmento da atividade económica, incluindo a agricultura e o artesanato (**artigo 1º e 2º do Código da Propriedade Industrial**).

TRANSMISSÃO E LICENÇAS:

Transmissão:

Os direitos de criações novas, como patentes, modelos de utilidade, modelos ou desenhos ou as marcas podem ser transmitidos a título gratuito ou oneroso. Essas transmissões, para serem válidas ou eficazes, devem ser realizadas através de documento escrito (**artigo 31º do Código da Propriedade Industrial**).

Licenças de exploração (**artigo 32º, número 1, 3, 5, 6, 7 e 9 do Código da Propriedade Industrial**):

Contrato de Licenciamento de Uso: é o contrato pelo qual alguém, dono de um bem incorpóreo se obriga a “emprestar” a marca para que seja utilizada por outro durante um período de tempo e em troca de um valor. O licenciado goza dos mesmos poderes que o licenciador se nada em contrário estiver estipulado no contrato de licença.

NOTA: Se for concedida exclusividade, o titular da marca não pode permitir a utilização do nome da marca (**exemplo:** numa região) a outro. No entanto, o titular poderá explorá-la na mesma região, exceto se no contrato por acordado o contrário.

OS DIREITOS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL:

Noção de invenção:

Podemos definir invenção como o resultado de uma atuação criativa do espírito humano, consistente num novo produto ou num novo processo ou meio teórico para a obtenção de produtos.

De acordo com o **artigo 51º do Código da Propriedade Industrial** podem ser protegidas as invenções que consistam na criação de:

- a) Um novo produto
- b) Um novo processo ou meio técnico para a obtenção de um produto

Há duas categorias de patentes: a patente de produto e patente do processo (**artigo 51º, número 2 do Código da Propriedade Industrial**). A patente de produto refere-se a uma entidade física que pode ser um aparelho, uma máquina ou uma substância. A patente de processo incide sobre uma atividade, isto é o processo propriamente dito ou o método para alcançar um produto já conhecido.

A patente de invenção é um título de propriedade industrial que comprova a atribuição ao seu titular do respetivo direito exclusivo, tendo por objeto uma invenção. Para ser patenteável, o mesmo é dizer, para ser protegido, é necessário que a invenção preencha os requisitos da patenteabilidade, que são a novidade, a atividade inventiva e a suscetibilidade de aplicação industrial.

REQUISITOS DE PATENTEABILIDADE (**artigo 55º do Código da Propriedade Industrial**):

1º Novidade (**artigo 55º, número 1 e 56º do Código da Propriedade Industrial**):

Uma invenção é considerada nova quando não está compreendida no estado de técnica. Significa isto que a invenção deve ser absolutamente nova à escala mundial, de forma que não se tenha tornado acessível ao público antes do pedido da patente.

2º Atividade inventiva (**artigo 55º, número 2 do Código da Propriedade Industrial**):

Considera-se que uma invenção implica atividade inventiva se, para um perito da especialidade não resultar de uma maneira evidente do estado de técnica. Não basta assim, que a invenção seja nova, sendo também necessário que nela exista originalidade. Quer isto significar que se for demasiado óbvio o modo como se alcançou a invenção, falta-lhe originalidade, e como tal não poderá ser patenteada (**exemplo:** chupa-chups).

3º Utilidade industrial (**artigo 55º, número 3 do Código da Propriedade Industrial**):

Considera-se que uma invenção é suscetível de aplicação industrial se o seu objeto puder ser produzido em massa.

LIMITAÇÕES QUANTO AO OBJETO:

Não podem ser patenteadas as descobertas e invenções que, embora dotados de utilidade prática, por qualquer motivo não estejam suscetíveis de servir para uma produção em série (**artigo 52º do Código da Propriedade Industrial**).

LIMITAÇÕES QUANTO À PATENTE:

Certas realidades não podem ser objeto de patente (**artigo 53º do Código da Propriedade Industrial**).

TITULARIDADE DO DIREITO À PATENTE:

A regra geral é do direito à patente pertencer ao inventor ou aos inventores, se forem vários (**artigo 58º do Código da Propriedade Industrial**). No entanto, o direito à patente pode pertencer a uma empresa com a qual o inventor tenha contrato de trabalho desde que a atividade inventiva esteja presente no contrato.

ÂMBITO DA PROTEÇÃO DAS PATENTES:

O âmbito de proteção do direito conferido pela patente é condicionado a limites territoriais, temporais e objetivos:

- Limites territoriais: o direito de patente confere o direito exclusivo de explorar a invenção em qualquer parte do território português (**artigo 101º, número 1 do Código da Propriedade Industrial**).
- Limite temporal: a patente é válida pelo período de 20 anos contados a partir do pedido da patente (**artigo 99º do Código da Propriedade Industrial**).
- Limites objetivos: em relação ao limite objetivo o âmbito de proteção é determinado pelo conteúdo das reivindicações, servindo a descrição e os desenhos para as interpretar (**artigo 97º, número 1 do Código da Propriedade Industrial**).

A patente confere ao titular o direito possível e exclusivo de realizar, utilizar e comercializar o produto patentado (conteúdo positivo – **artigo 101º, número 1 do Código da Propriedade Industrial**). Um terceiro que queira exercer qualquer um destes poderes, pratica um ato ilícito, criminal de contrafação (**artigo 321º do Código da Propriedade Industrial**). A patente confere ainda ao seu titular o direito de impedir a terceiros, sem o seu consentimento a exploração do produto objeto patente (conteúdo negativo – **artigo 101º, número 2 do Código da Propriedade Industrial**).

OBRIGATORIEDADE DE EXPLORAÇÃO DA PATENTE:

A obrigação que recai sobre o titular da patente de explorar a invenção patentada, diretamente ou por pessoa por ele autorizada, mediante a exploração da mesma no território nacional ou de qualquer Estado-membro da UE, comercializando os resultados obtidos com vista a satisfazer as necessidades do mercado.

Esta exploração deverá iniciar-se no prazo de quatro anos a contar da data do pedido de concessão da patente, ou no prazo de três anos a contar da data de concessão, aplicando-se o prazo mais longo (**artigo 106º do Código da Propriedade Industrial**).

MODELOS DE UTILIDADE:

O modelo de utilidade é um título de propriedade industrial que, por opção do titular do direito da invenção, pode ser requerido alternativa, simultânea ou sucessivamente com a patente.

O seu objeto é, pois, uma invenção, ou seja, o mesmo da patente, residindo a diferença entre os dois tipos apenas na maior celeridade do processo do modelo de utilidade face ao da patente (artigo 117º, número 1 e 2 do Código da Propriedade Industrial).

O artigo 117º, número 1 do Código da Propriedade Industrial sujeita os modelos de utilidade aos requisitos da novidade, à atividade inventiva e à suscetibilidade de aplicação industrial, tornando-se assim aplicável aos modelos de utilidade estes requisitos de propriedade industrial nos mesmos moldes para que estão consagradas as patentes.

PROTEÇÃO LEGAL:

A proteção legal obtém-se mediante a concessão de modelos de utilidade, a qual confere ao seu titular uma situação semelhante ao do titular da patente (artigo 144º, número 2 do Código da Propriedade Industrial).

É, porém, diferente a duração do efeito do registo do modelo de utilidade que é de 6 anos, prorrogação por 2 vezes, por 2 anos de cada vez (artigo 142º do Código da Propriedade Industrial).

Durante a vigência do modelo de utilidade, o seu titular pode usar nos produtos a expressão “Modelo de Utilidade nº” ou a abreviatura “MU nº” (artigo 143º do Código da Propriedade Industrial).

Quanto à obrigatoriedade de exploração é aplicável o artigo 106º do Código da Propriedade Industrial, referente a patentes (artigo 149º do Código da Propriedade Industrial).

DESENHOS E MODELOS INDUSTRIAIS:

Existe uma grande afinidade entre os desenhos ou modelos e as obras de arte. Esta afinidade está na base de um regime influenciado pelos direitos de autor, embora não deixe de existir uma diferença assinalável que justifique a inclusão dos desenhos ou modelos no Código da Propriedade Industrial: é que estas invenções têm como requisito imprescindível ser aplicadas a produtos, isto é, a artigos, objetos ou seus componentes resultantes de uma atividade industrial ou artesanal (artigo 173º e 174º do Código da Propriedade Industrial).

PROTEÇÃO LEGAL:

A proteção legal dos desenhos ou modelos pressupõe a satisfação dos seguintes requisitos (artigo 176º do Código da Propriedade Industrial):

- a) Tratar-se de produtos industriais ou de artesanato (artigo 174º, número 1 do Código da Propriedade Industrial)
- b) Novidade e carácter singular (artigo 177º e 178º do Código da Propriedade Industrial)

É novo o desenho ou modelo se antes do pedido ou registo, não foi divulgado ao público um desenho ou modelo idêntico (artigo 177º do Código da Propriedade Industrial).

Quanto ao carácter singular (originalidade) é avaliado segundo o critério subjetivo: o da impressão global, causado a um utilizador informado, a que deverá ser diferente do causado por qualquer modelo ou desenho antes de ser divulgado ao público (artigo 178º do Código da Propriedade Industrial).

REIVINDICAÇÃO DA PRIORIDADE:

O registo dos desenhos ou modelos confere 5 anos, podendo ser renovado até ao limite de 25 anos (artigo 201º do Código da Propriedade Industrial).

Durante a vigência do registo ou modelo, o seu titular pode usar nos produtos a expressão “Desenho ou Modelo nº” ou a abreviatura “DM nº” (artigo 202º do Código da Propriedade Industrial).

O registo de um desenho ou modelo atribui ao seu titular o direito de utilizar em exclusividade, podendo proibir a sua utilização por terceiros sem o seu consentimento (artigo 203º, número 1 do Código da Propriedade Industrial).

SINAIS DISTINTIVOS DO COMÉRCIO:

Noção de marca (artigo 222º, número 1 e 2 do Código da Propriedade Industrial):

A marca é um sinal que visa distinguir os produtos sobre os quais incide a atividade económica de um empresário.

Note-se que o termo “produtos” deve ser entendido num sentido amplo, abrangendo quer os produtos corpóreos, usualmente referidos como produtos ou mercadorias, quer os de carácter incorpóreo, ou seja, os serviços. Por isso, o artigo 222º alude a sinais adequados a distinguir os “produtos ou serviços de uma empresa”.

Face ao teor do artigo 222º torna-se claro que a marca identifica o produto em si mesmo e não a sua proveniência, não se destinando, portanto a relacionar o produto marcado com a empresa que o produz ou comercializa.

Não se pode considerar também que a função da marca seja a de garantia das qualidades do produto. O produtor pode alterar as características do produto e manter-lhe a marca. E não é obrigado a anunciá-lo. Apenas corre o risco de desagradar a parte dos seus clientes, que irão procurar produtos idênticos mas de outra proveniência. Mas nem por isso a marca perderá a sua verdadeira função, que é identificadora e publicitária.

USO DAS MARCAS:

O uso das marcas é, em princípio facultativo. Com efeito, o direito de registar uma marca cabe a quem nisso tiver interesse (artigo 225º do Código da Propriedade Industrial).

É fácil compreender que assim seja: tendo a marca a função de publicitar os produtos marcados, compreende-se que ela não seja obrigatoriamente usada já que os empresários só têm interesse em fazer publicidade dos seus melhores produtos. Se também os produtos de qualidade menor tivessem de ser marcados, poderia ficar afetada a função da marca como meio de captação e conservação da clientela.

Esta regra de carácter facultativo da marca comporta duas exceções, pois existem dois tipos de produtos que têm de conter obrigatoriamente certos sinais também designados habitualmente por marcas:

- a) Obras de ouro e prata: sujeitas a marca de contraste e de fabricante
- b) Cartas de jogar: têm de conter a marca do fabricante

CONSTITUIÇÃO DAS MARCAS:

Há 5 tipos de marcas:

- a) Marcas Normativas: são marcas compostas exclusivamente por letras, palavras, números ou frases publicitárias para os produtos e serviços a que respeitam.
- b) Marcas Figurativas: apenas compostas por imagens ou elementos desenhísticos.
- c) Marcas Mistas: as que agrupam simultaneamente características das normativas e das figurativas.
- d) Marcas Tridimensionais: são constituídas pela forma do produto ou da respetiva embalagem.
- e) Marcas Sonoras: compostas por sons, os quais deverão ser suscetíveis de representação gráfica.

COMPOSIÇÃO DAS MARCAS:

A composição das marcas é, em princípio livre, podendo o empresário compô-las como entender. No entanto, a lei estabelece limitações a tal regra, as quais decorrem dos seguintes princípios que regem a composição das marcas:

- 1ª Independência do produto: a marca não pode ser um elemento constitutivo do produto. Este deve estar completo antes de receber a marca que será sempre um sinal extrínseco ao produto.
- 2ª Eficácia distintiva: a marca deve ser capaz de distinguir os produtos dos semelhantes de outros empresários. Não podem, pois, ser exclusivamente adotados como marcas, as que sejam desprovidas de qualquer carácter distintivo (**artigo 223º, número 1 do Código da Propriedade Industrial**).

Os sinais que descrevem uma marca têm de ter capacidade para distinguir o produto ou serviço de outros idênticos. Por isso, não têm eficácia distintiva e, por isso, não podem ser marcas os sinais que se limitam a descrever os produtos, tais como aspirador, refrigerante e detergente (**artigo 223º, número 1, alínea a) do Código da Propriedade Industrial**).

Sinais francos: são sinais ou indicações que se tornaram usuais na linguagem corrente ou nos hábitos constantes do comércio (exemplos: desenhos de uma vaca, lebre ou peixe para, respetivamente, lacticínios, artigos de caça ou de pesca), ou o uso de expressões como extra, super e ideal desacompanhadas de qualquer elemento (**artigo 223º, número 1, alínea d) do Código da Propriedade Industrial**).

Sinais fracos: são destituídos de expressividade e, por esse motivo, carecem de qualquer capacidade distintiva (**artigo 223º, número 1, alínea e) do Código da Propriedade Industrial**).

- 3ª Novidade: a marca deverá ser nova, isto é, não poderá constituir reprodução ou imitação no todo ou em parte de marca anteriormente registada por outrem para o mesmo produto ou serviço que possa induzir em erro ou em confusão o consumidor (**artigo 239º, número 1, alínea a) do Código da Propriedade Industrial**).

A falta de novidade não reveste sempre as mesmas características. Quando uma marca não é nova, aquele que a adota pratica uma usurpação de uma marca mais antiga. Assim, a usurpação é um conceito genérico que engloba todas as formas de violação do princípio da novidade. Esta violação pode revestir duas modalidades:

- a) Contrafação ou reprodução: consiste na cópia integral de uma marca anteriormente registada, isto é, no uso desta sem qualquer modificação.
- b) Imitação: é a adoção de uma marca confundível com outra.

Como se afere a existência de imitação de uma marca para outra?

A lei estabelece dois critérios – um objetivo e outro subjetivo – para aferir da existência de uma imitação de marca.

Critério subjetivo: considera-se imitada a marca que for tão parecida com outra que o consumidor só as possa distinguir depois de um exame atento ou confronto de uma com outra (**artigo 245º, número 1 e 2 do Código da Propriedade Industrial**).

Critério objetivo: o uso de uma certa denominação de fantasia que faça parte de outra marca alheia registada (**artigo 245º, número 3 do Código da Propriedade Industrial**).

REGISTO DA MARCA:

A propriedade da marca resulta do seu registo, o qual tem eficácia constitutiva ou atributiva desse direito (**artigo 224º do Código da Propriedade Industrial**).

O titular da marca registada goza, por regra, de um direito absoluto e exclusivo sobre a mesma, a qual é protegida independentemente da ocorrência de qualquer dano. Existem, no entanto, 2 exceções a esta regra:

1. Marcas notórias (artigo 241º do Código da Propriedade Industrial):

Se for apresentado ao INPI um pedido de registo de uma marca, este pode ser indeferido a pedido do interessado com fundamento em a marca referida ser confundível com outra notoriamente conhecida em Portugal, se for aplicada a produtos ou serviços idênticos ou afins, ou se dessa aplicação for possível estabelecer uma associação com o titular da marca notória.

Como se vê, neste caso, uma marca notória, mas ainda não registada pode vir a prevalecer sobre uma marca já registada.

2. Marcas de prestígio (diferente de produtos de luxo):

É possível o INPI recusar um pedido de registo quando a marca cujo registo é requerida, ainda que destinada a produtos ou serviços sem identidade ou afinidade, constituir tradução, ou seja, igual ou semelhante a uma marca anterior que goze de prestígio em Portugal e na União Europeia (artigo 242º do Código da Propriedade Industrial).

DURAÇÃO:

O registo da marca confere ao seu titular o direito ao seu uso exclusivo por um período de 10 anos infinitamente renovável (artigo 255º do Código da Propriedade Industrial).

Como forma de publicitar o registo da marca pode o titular usar nos produtos a expressão “Marca Registada”, as iniciais “MR” ou o sinal ® (artigo 257º do Código da Propriedade Industrial).

DIREITOS CONFERIDOS PELO REGISTO (artigo 258º do Código da Propriedade Industrial):

O registo da marca confere ao seu titular o direito de impedir sem o seu consentimento que quaisquer terceiros façam uso, no exercício de atividades económicas, de um rival idêntico ou confundível com a sua marca, desde que se destine a produtos ou serviços idênticos.

GARANTIAS QUE ACOMPANHAM A MARCA REGISTRADA:

- a) Não pode ser obtido um registo da mesma marca ou de marca confundível para o mesmo tipo de produtos ou serviços (artigo 239º, número 1, alínea a) do Código da Propriedade Industrial).
- b) O uso de uma marca que constitua reprodução ou imitação de uma marca registada sujeita o seu autor a sanções criminais (artigo 323º e 324º do Código da Propriedade Industrial), bem como responsabilidade civil por perdas e danos.

LOGÓTIPO:

Noção de logótipo:

É o sinal que serve para distinguir sujeitos (individuais ou coletivos, públicos ou privados) que prestam serviços ou produzem bens destinados ao mercado (artigo 304º A do Código da Propriedade Industrial).

PRINCÍPIOS CONSTITUTIVOS DO LOGÓTIPO:

- 1ª Princípio da capacidade distintiva: enquanto sinais distintivos de entidades (e, muitas vezes, de estabelecimentos) os logótipos não-de ser constituídos de modo a poderem desempenhar uma função individualizada / diferenciada (artigo 304º H do Código da Propriedade Industrial).

- 2ª Princípio da licitude: segundo o artigo 304º H do Código da Propriedade Industrial deve ser recusado o registo do logótipo que contenha certos símbolos, brasões, emblemas ou distinções do Estado ou religiosos (artigo 304º H, número 3 do Código da Propriedade Industrial).
- 3ª Princípio da novidade: para cumprir a função diferenciadora, o logótipo de um sujeito deve ser distinto, inconfundível ou novo relativamente a logótipos de outros sujeitos (EDP ⇔ O Feliz (Braga)).

Nos termos do artigo 304º I, número 1, alínea a) do Código da Propriedade Industrial é fundamento de recuso de registo a reprodução, a imitação no todo ou em parte de logótipos já registados por outrem, para distinguir uma entidade cuja atividade seja idêntica à exercida pela entidade titular do logótipo já registado. Daqui decorre que a novidade dos logótipos é exigida tão só em relação a entidades que exercem atividades idênticas ou afins (atividades concorrentes).

Segundo o artigo 304º I, número 1, alínea b) do Código da Propriedade Industrial é fundamento de recusa o registo do logótipo a reprodução ou imitação total ou parcial de marca anteriormente registada por outrem para produtos idênticos ou afins aos produzidos ou fornecidos pela entidade que pretende o registo do logótipo se for suscetível de induzir o consumidor em erro ou confusão (exemplo: logótipo Milaneza – marca de pneus Milaneza → não confunde, é aceite).

- 4ª Princípio da verdade (artigo 304º H, número 3, alínea d) do Código da Propriedade Industrial).

DURAÇÃO DO LOGÓTIPO (artigo 304º L do Código da Propriedade Industrial):

O logótipo dura 10 anos indefinidamente renováveis.

CONCORRÊNCIA DESLEAL:

Existe concorrência desleal, independentemente da violação de direitos privativos da propriedade industrial se um agente económico praticar um ato de concorrência contrário às normas e usos honestos de qualquer ramo de atividade (artigo 317º do Código da Propriedade Industrial).

A reversão da concorrência desleal consiste na proibição de determinadas práticas que afetam todos aqueles que atuam no mercado de forma honesta.

Existem essencialmente 4 tipos de concorrência desleal:

- Atos de confusão (artigo 317º, número 1, alínea a) do Código da Propriedade Industrial)
- Atos de descrédito (artigo 317º, número 1, alínea b) do Código da Propriedade Industrial)
- Atos de apropriação (artigo 317º, número 1, alínea c) e f) do Código da Propriedade Industrial)
- Atos de desorganização (artigo 318º do Código da Propriedade Industrial)