

REVISTA DE COMERCIO E CONTABILIDADE



LI/BOA

1926
N. 1

REVISTA DE COMERCIO E CONTABILIDADE

DIRECTOR, ADMINISTRADOR E EDITOR: *FRANCISCO CAETANO DIAS*

PROPRIEDADE DA EMPRESA DA REVISTA DE COMERCIO

Redacção e Administração (provisórias): Rua Coelho da Rocha, 16, 1.º — LISBOA

SUMÁRIO DO N.º 1 (JANEIRO, 1926): Palavras Iniciais — A Essencia do Comercio — A Cotação C. I. F. inclui as Despezas com a Factura Consular? — A Avaliação das Mercadorias no Inventario — Como os Outros nos Vêem — A Inutilidade dos Conselhos Fiscais e dos Commissários do Governo nos Bancos e nas Sociedades Anónimas — Contabilidade: Problemas de Lançamentos.

SAI NO DIA 25 DO MEZ A QUE DIZ RESPEITO.

Numero avulso: Esc. 3\$00; Assinatura (por 6 numeros): Esc. 15\$00.

(Para as Colonias e Estrangeiro acresee, em ambos os casos, o porte).

COMPOSTA E IMPRESSA NA IMPRENSA BELEZ — RUA DA ROSA, 99 A 107 — LISBOA

Fortuna

UMA MAQUINA DE ESCREVER
DIGNA DA SUA MARCA

5 ANOS DE GARANTIA

PREÇO: 100 DOLLARS

RUA DOS RETROZEIROS, 58 — TELEF. C. 1020

L I S B O A

EM 1875

A "SMITH PREMIER" foi a primeira verdadeira

MAQUINA DE ESCREVER

EM 1926

A "SMITH PREMIER" é a primeira

MAQUINA DE ESCREVER

O NOVO MODELO No. 60, DE
TECLADO REDUZIDO, TEM 46
TECLAS COM 92 CARACTERES,
MAIS 6% DE MAQUINA QUE
QUALQUER OUTRA MARCA.

OFICINA DE REPARAÇÕES — A
PRIMEIRA QUE SE ESTABELE-
CEU EM PORTUGAL, HA 20
ANOS.

CONCESSIONARIOS EM PORTUGAL E ILHAS

H. Braamcamp Sobral, Lda.

LISBOA — 86, Rua do Arsenal, 90 (Tel. C. 1863)

PORTO — 25, T. da Bainharia, 2.º (Tel. 2350)

PAPELARIA

VIUVA MARQUES

(V.ª DE MANOEL DA COSTA MARQUES) TELEF. C. 2678

RUA DO OURO, 36 — LISBOA

Colossal Sortimento

DE

ARTIGOS PARA ESCRITORIO

Papeis Estrangeiros para Correspondencia

PAPEL CONTINUO, MILIMETRICO, VEGETAL,
FERRO PRUSSIANE E TELA

Livros Comerciais para Escrituração

CARNETS PARA NOTAS

CANETAS COM TINTA

DAS PRINCIPAIS MARCAS DO MUNDO

Waterman, Wall, Conklin, etc., etc.

Livros para serviço de Notariado

ESTOJOS DE DESENHO

REGUAS DE CALCULO das melhores marcas
ALBERT NESTLER e A. W. FABER

INSTRUMENTOS DE PRECISÃO

LUPAS, BINOCULOS e BAROMETROS
dos principais fabricantes *ZEISS, GOERZ e BUSCH*

TINTAS DE ESCREVER: STEPHENS
— WAGNER — ANTOINE — FERREIRA —
INDIANA — PORTUGAL

J. ANÃO & C.^A L.^{DA}



OFICINAS PARA REPARAÇÕES E RECONSTRUÇÕES EM MA-
QUINAS DE ESCREVER, DE CALCULAR E DUPLICADORES.

OFICINA DE NIQUELAGEM EM BRANCO
E PRETO, COBRIAGEM E ESMALTAGEM

OFICINA DE MARCENARIA PARA FABRICAÇÃO DE MOVEIS
PARA ESCRITORIO

*Artigos para maquinas de escrever, de calcular,
duplicadores e de escritorio*

RUA DOS FANQUEIROS, 376, 2.º, D.

Telefone N.º 3536 LISBOA End. Tel. JOSANÃO

A REVISTA DE COMERCIO E CONTABILIDADE



ENCARREGA-SE, DESEMPENHANDO-SE COM PLENA COMPETENCIA E PERFEIÇÃO, DE TRABALHOS DE REDACÇÃO E TRADUCCÃO EM PORTUGUES, FRANCEZ E INGLEZ, INCLUINDO A CONFECÇÃO DE PROSPECTOS E IMPRESSOS PUBLICITARIOS, E A EXECUÇÃO DE CORRESPONDENCIA COMMERCIAL; DE ORIENTAR E ACONSELHAR EM MATERIA DE PUBLICIDADE; E DE TODA A ESPECIE DE ESCRITURAÇÃO COMMERCIAL, INDUSTRIAL E AGRICOLA — ABERTURAS, SEGUIMENTOS E FECHOS DE ESCRITAS, EXAMES E VERIFICAÇÕES.

REVISTA DE COMERCIO
E CONTABILIDADE

REVISTA DE COMERCIO
E CONTABILIDADE

DEP. LEG.

REVISTA DE COMERCIO E CONTABILIDADE



Bo. 91307

DIRECTOR

FRANCISCO CAETANO DIAS

VOL. I.

JANEIRO A JUNHO, 1926

1926

IMPRESA BELEZA

RUA DA ROSA, 99 - 107

LISBOA

REVISTA DE COMERCIO
E CONTABILIDADE



DIRETOR

FRANCISCO CAETANO DIAS

VOLUME

ANEXO A JUNHO 1930

IMPRESSA BELLA

1930

PALAVRAS INICIAIS

DESTINA-SE esta Revista, conforme o seu título indica, ao estudo dos problemas fundamentais do comércio e da contabilidade. Propriamente falando, não ha em comércio, nem em contabilidade, problemas que não sejam fundamentais, pois é sabido que, tanto em uma coisa como em outra — em tudo que envolve método, — um lapso de detalhe pode acarretar consequências desastrosas. Por isso os problemas que aqui se estudarão, embora uma ou outra vês pareçam, e só á primeira vista, ser de pouca importância, serão sempre dos primaciais, ou por essencia ou por oportunidade, nas materias a cujo estudo esta Revista se dedica.

Não é nosso intuito entrar demasiadamente no que se pode chamar a sociologia do comércio, nem carregar demasiado, e tecnicamente de mais, a nota jurídica, ou outra qualquer nota especial, onde quer que tenha que ser ferida. Mas, se nos afastaremos da especialidade extrema, também nos não prenderemos á generalidade abstrusa. Seremos, quanto possa ser, concretos dentro da abstracção natural das teorias e das doutrinas.

Toda a teoria deve ser feita para poder ser posta em prática, e toda a prática deve obedecer a uma teoria. Só os espiritos superficiais desligam a teoria da prática, não olhando a que a teoria não é senão uma teoria da prática, e a prática não é senão a prática de uma teoria. Quem não sabe nada dum assunto, e consegue alguma coisa nêle por sorte ou acaso, chama «teórico» a quem sabe mais, e, por igual acaso, consegue menos. Quem sabe, mas não sabe aplicar, — isto é, quem afinal não sabe, porque não saber aplicar é uma maneira de não saber — tem rancor a quem aplica por instinto, isto é, sem saber que realmente sabe. Mas, em ambos os casos, para o homem são

de espirito e equilibrado de inteligencia, ha uma separação abusiva. Na vida superior a teoria e a prática completam-se. Fôram feitas uma para a outra.

A indole desta Revista, tanto em materia de comercio, como em materia de contabilidade, é provar que a teoria e a prática fôram feitas uma para a outra.

Cada problema que tratarmos, faremos por tratá-lo sempre aprofundamente, e em toda a sua extensão. Tratar um problema é isto. Mas, assim como variaremos o estudo dos problemas, não teremos só um estilo para descrever as soluções que lhes encontrarmos. Se em certo artigo formos solenes, em outro se-lo-hemos menos. Isso não importa. A maneira de tratar os assuntos é como o tom de voz em que se fala: tanto se pode dizer a verdade em voz baixa como em voz alta. Os americanos, que são quem mais profundamente estuda os problemas tecnicos, expõe-nos, muitas vêses, humoristicamente. Levam, até, esse genero de exposição, em alguns casos, a pontos quasi inconcebiveis para nós europeus, tantas vêses solenemente incompetentes.

Isto é dito em previsão de que se estranhe que não ponhamos na exposição de todas as materias o ar grave de quem tem uma missão transcendente a cumprir. Não forçaremos, porém, essa nota, como não forçaremos nenhuma outra. O nosso intuito é expôr de modo que nos possam lêr comerciantes feitos e comerciantes por fazer, contabilistas que o são e contabilistas que o não são. Uma ou outra afirmação será excusada para um comerciante ou para um contabilista; é que é para o estudante do comercio ou da contabilidade. Outras irão um pouco além do interêsse a supôr no principiante nestas materias: é que são para os que já não são principiantes nelas. Assim, doseando, procuraremos expôr num estilo e numa maneira que correspondam á media dos públicos vários a quem nos dirigimos. A êsses públicos pertence o decidir, apoiando-nos ou não, se atingimos ou errámos o alvo que nos propuzemos.

Cartas a Bancos e Sociedades Anónimas, quando se dirigem aos Bancos ou Sociedades impessoalmente, empregam o tratamento de «V. S.as» e abrem com «Il.mos Srs.» (nunca com «Amigos e Srs.»). Quando, porém, sejam dirigidas á Direcção ou Directores, abrem com «Ex.mos Srs.», e o tratamento é de «Ex.as».

A ESSENCIA DO COMERCIO

AQUI ha ânos, antes da Grande Guerra, correu os meios inglêses, como exemplo demonstrativo da insinuação comercial alemã, a noticia do caso curioso das «taças para ovos» (*egg-cups*) que se vendiam na India.

O inglêso costuma comer os ovos», a que nós chamamos «quentes», não em copos e partidos, mas em pequenas taças de louça, do feitio de meio ovo, e em que o ovo portanto entra até metade; partem a extremidade livre do ovo, e comem-no assim, com uma colher de chá, depois de lhe ter deitado sal e pimenta. Na India, colonia britânica, assim se comiam, e naturalmente ainda se comem, os ovos «quentes». Como é de supôr, eram casas inglêsas as que, por tradição aparentemente inquebravel, exportavam para a India as taças para este fim.

Sucedeu, porém, que, alguns ânos antes da Guerra, as firmas inglêsas exportadoras dêste artigo notaram que a procura dêle na India decrescera quasi até zero. Estranharam o facto, buscaram saber a causa, e não tardou que descobrissem que estavam sendo batidas por casas exportadoras alemãs, que vendiam identico artigo *ao mesmo preço*.

Se as casas alemãs houvessem entrado no mercado indio com o artigo a preços mais baixos, sem duvida que os agentes dos exportadores inglêses teriam advertido estes sem demora. Mas, como o preço era igual, e a qualidade igual tambem, não era necessário o aviso; nem houve receio senão quando se verificou que havia rasão para mais que receio — isto é, quando se verificou que, nestas condições de duvidosa vantagem para um novo concorrente, o artigo alemão vencêra por completo.

Feita a averiguação ansiosa da causa dêste misterio, não tardou que se descobrisse. Os ovos das galinhas indianas eram — e naturalmente ainda são — ligeiramente maiores que os das galinhas da Europa, ou, pelo menos, das da Grã-Bretanha. Os fabricantes inglêses exportavam as taças de tipo unico que produziam para o consumo domestico. Essas taças, evidentemente, serviam de um modo imperfeito aos ovos das galinhas da India. Os alemães notaram isto, e fizeram taças ligeiramente maiores, proprias para receber esses ovos. Não tinham que alterar qualidade (podiam, até, baixá-la), nem que diminuir preço: tinham certa a victoria por o que em linguagem scientifica se

chama a adaptação ao meio. Tinham resolvido, na Índia e para si, o problema de comer o ovo de Colombo.

Esta história, em aparência tão simples, encerra um ensinamento que todo comerciante, que o não seja simplesmente por brincar às vendas, devia tomar a peito compreender na sua essência. Um comerciante, qualquer que seja, não é mais que um servidor do público, ou de um público; e recebe uma paga, a que chama o seu «lucro», pela prestação dêsse serviço. Ora toda a gente que serve deve, parece-nos, buscar agradar a quem serve. Para isso é preciso estudar a quem se serve — mas estudá-lo sem preconceitos nem anticipações; partindo, não do principio de que os outros pensam como nós, ou devem pensar como nós — porque em geral não pensam como nós — mas do principio de que, se queremos servir os outros (para lucrar com isso ou não), nós é que devemos pensar como êles: o que temos que vêr é como é que êles efectivamente pensam, e não como é que nos seria agradável ou conveniente que êles pensassem.

Nada revela mais uma incapacidade fundamental para o exercicio do commercio que o habito de concluir o que os outros querem sem estudar os outros, fechando-nos no gabinete da nossa propria cabeça, e esquecendo que os olhos e os ouvidos — os sentidos, enfim — é que fornecem os elementos que o nosso cerebro ha de elaborar, para com essa elaboração formar a nossa experiencia.

O estudo do público, isto é, dos mercados, é de três ordens — económico, psicológico, e propriamente social. Isto é, para entrar num mercado, seja domestico ou estranho, é preciso (1) saber as condições de aceitação económica do artigo, e aquelas em que trabalha, e em que oferece, a concorrência; (2) conhecer a indole dos compradores, para, à parte questões de preço, saber qual a melhor fórma de apresentar, de distribuir e de réclamar o artigo; (3) averiguar quais são as circunstancias especiais, se as houver, que, de ordem profunda e social ou politica, ou superficial e de moda ou de momento, obrigam a determinadas correcções no resultado dos dois estudos anteriores.

É espantoso — não: é pavoroso — o numero de comerciantes que cotam para um mercado, estrangeiro e até nacional, espontaneamente ou solicitados, sem averiguar se não estarão cotando um preço que seja um disparate

de tal ordem que os desqualifique intelectualmente — e a desqualificação intelectual é por vêses pior que a moral — no espirito dos que recebem a oferta.

Quando um comerciante, que use a cabeça para fins mais interiores que a colocação do chapéu, verifica que lhe é impossivel cotar convenientemente para certo mercado, deve responder a um pedido de cotação que, dada estas ou aquelas circunstancias, não pode cotar nesse momento; ou que oferece a um preço mais alto que o do mercado (mas mostre que conheça o preço do mercado), porém que o artigo, se é mais caro, é porque é melhor; ou que, por não ter nesse momento disponivel senão um tipo dêsse artigo, não pode cotar senão em determinadas condições.

A maioria dos comerciantes — sim, e infelizmente, a maioria! — não faz isto, nem nada que disto se aproxime. Cota um preço, porque êsse preço lhe dará certo lucro, e não olha a mais. Não lhe passa pela cabeça, sequer, que é preciso, ás vêses, não cotar com lucro, sendo essa ausencia de lucro uma autentica despeza de publicidade. E porque não lhe passa isto pela cabeça? Porque vive só no presente, e tem casa comercial sem ámanhã. Porque não pensa que, mesmo quando se não possa cotar convenientemente, se deve atrair convenientemente; e que a demonstração de inteligencia e de estudo das conveniencias e necessidades alheias é uma demonstração da posição sobre os ombros de uma cabeça que contém miolos.

O estudo psicológico do mercado é tambem importante, mas, ao passo que o seu estudo económico é essencial e fundamental em qualquer genero de comercio, é o comercio de retalho, e as formas do outro comercio (de origem directamente industrial) que com êle têm similhaça, que mais têm que atender a este elemento. A maneira de fabricar, de apresentar, de distribuir e de rêclamar um artigo varia conforme a indole geral dos individuos que compõem o mercado onde se pretende vendê-lo. Num meio de gente educada as condições são diferentes, para todos estes casos, do que num meio de analfabetos. Um meio provinciano — educado ou não — tem uma psicologia distinta da de um meio de cidade.

O modo de encarar a vida, ou, pelo menos, certos aspectos da vida, varia de país para país, de região para região. A humanidade, sem duvida, é a mesma em toda a parte. Sucede, porém, que em toda a parte é diferente. É a mesma nas coisas essenciais, nos sentimentos fundamentais; mas, as mais das vezes, não são as coisas realmente essenciais que ela tem por essenciais, nem os sentimentos fundamentais que a preocupam como fundamen-

tais. Em todos os tempos, em todas as terras, é o local, o superficial, o ocasional o que mais tem preocupado a humanidade. Ora é ao que mais preocupa a humanidade, e constitue portanto as suas necessidades, que o commercio essencialmente se dirige. E é por isso que o commerciante, que de veras o seja, tem para consigo mesmo o dever de estudar psicologicamente, e um a um, os agrupamentos humanos a que destina os seus artigos.

O estudo propriamente social do meio é aparentado com o seu estudo psicológico, mas, ao mesmo tempo, distinto d'êles. O estudo psicológico tem por objecto a mentalidade típica dos componentes de um determinado meio commerciavel; o estudo propriamente social tem por objecto os hábitos puramente exteriores, as convenções, permanentes ou de acaso (e a estas últimas chama-se modas), e os caprichos incaracteristicos d'esses mesmos indivíduos. É claro que êsses hábitos e essas convenções formam parte da indole dessa gente; mas é uma parte «externa», que não pode ser adivinhada através de um estudo cuidadoso dos indivíduos, mas tem que ser conhecida, mais propriamente, através do estudo do meio em que êles vivem, considerado como destacado d'êles.

Suponhamos que temos que introduzir determinado artigo na Itália. Nem para todos os artigos se dará — mas sem duvida haverá alguns para cuja colocação importe considerar (á parte as circunstancias económicas, de que não estamos agora tratando) o italiano como italiano; o italiano como romano, venesiano, genovês, etc.; o italiano como governado pelo regime fascista; o italiano como crescentemente detestador da França; e assim indefinida, mas, ao mesmo tempo, muito definidamente.

Um industrial, que inventasse e produzisse um typo de whisky novo, bom e barato, teria um mercado certo nas ilhas britânicas; mas, se tivesse a lembrança de ornar as garrafas d'esse liquido de um rotulo com a bandeira daquêl imperio, não deveria admirar-se de vêr a maioria dos habitantes do Estado Livre da Irlanda impôr-se o horroroso sacrificio de o não beber. O producto estava psicologicamente certo para esse meio, mas estava «socialmente» errado. Parece-nos que assim transmitimos claramente ao leitor a ideia da distincção entre o criterio psicologico, e o, por assim dizer, sociológico no estudo commercial dos mercados.

Em resumo: O commerciante é um servidor do público; tem que estu-

dar esse público, e as diferenças de público para público se o artigo que vende ou explora não é limitado a um mercado só. O comerciante não pode ter opiniões *como comerciante*, nem deve fazer comercialmente qualquer coisa que leve a crêr que as tem. Um comerciante português que faça um rotulo encarnado e verde, ou azul e branco, comete um erro comercial: quem segue a política das côres do rotulo não lhe compra o produto por isso, e quem segue a política oposta deixa muitas vêses de o comprar. Por um lado não ganha, por o outro perde.

Mais incisivamente ainda: O comerciante não tem personalidade, tem comercio; a sua personalidade deve estar subordinada, como comerciante, ao seu comercio; e o seu comercio está fatalmente subordinado ao seu mercado, isto é, ao público que o fará comercio, e não brincadeira de crianças com escritório e escrita.

Nenhuma carta deve estar sem resposta mais de 5 dias, sendo nacional, ou 10 dias, sendo estrangeira. Uma demora maior obriga legitimamente a apresentar uma desculpa, em geral falsa, e que, ao contrário do que em geral julgam os que pedem desculpa, é quasi sempre tida por falsa, mesmo que seja verdadeira. Ou a carta não tem resposta, e não se lhe responde; ou tem resposta, e se lhe responde logo; ou não pode ter resposta logo, e então escreve-se dizendo isso. A fama de ser atencioso e cortês vale mais que uma estampilha. É uma publicidade barata.

Nas cartas comerciais onde seja essencial sêr-se muito preciso, é conveniente evitar-se aquela precisão verbal excessiva que parece jurídica. Nenhum comerciante gosta de ter, ainda que momentaneamente, a impressão de que é o advogado do correspondente que lhe está escrevendo. A precisão comercial deve ter sempre um ar casual e despreocupado — o da conversa dum homem inteligente.

No fecho das cartas onde se dá tratamento de Excelencia nunca se emprega a palavra «estima.» Às Excelencias compete «consideração» ou «respeito.» Estima é só para as Senhorias.

A COTAÇÃO C. I. F. INCLUI AS DESPEZAS COM A FACTURA CONSULAR?

COMO toda a gente sabe, é elemento necessário em todas as cotações comerciais a indicação do logar de entrega da mercadoria.

São de facil compreensão as indicações usuais para transacções na mesma praça, ou dentro do país, não surgindo, em geral, mal-entendidos senão por lapso de redacção ou omissão involuntária ou propositada. Quando, porém, se trata de importadores, e de cotações, para estes, de exportadores estrangeiros, é conveniente saber-se bem o que abrange o sentido das abreviaturas que em geral se empregam para esses fins.

A mais simples, e a que menos se presta a complicações, é a vulgaríssima F. O. B. (*free on board*), que como toda a gente sabe, indica que a mercadoria é posta «livre a bordo», isto é, que todas as despesas desde que ela entra a bordo, começando pelo frete e pelo seguro, são de conta do comprador.

Menos vulgar é a cotação F. A. S. (*free along side*), que quer dizer «livre ao lado» do navio — isto é, a mercadoria posta no cais, ou em batelão, junto do barco em que ha de ser carregada. São, em geral, os americanos que usam — e, ainda assim, poucas vêses — esta formula, que importa, em todo o caso, não ignorar.

É porém com a cotação C. I. F., que indica, como todos sabem, que a cotação inclui o custo da mercadoria, o seu frete, e o seu seguro, que póde surgir um ponto de dúvida; e tanto pode surgir que efectivamente surgiu, sendo assunto de uma consulta feita o ano passado á Associação Comercial de Lisbôa, e de uma opinião interessante e decisiva de um dos membros da sua Secção de Importação e Exportação — opinião essa que a Direcção desta Camara de Comercio aceitou e fêz sua por unanimidade.

Trata-se de saber se o certificado de origem e a factura consular — no caso da consulta tratava-se especialmente da factura consular — se devem considerar incluídos na cotação C. I. F. A solução seria indiferente se a factura consular não ascendesse por vêses a uma percentagem relativa-

mente alta sobre o preço de factura da mercadoria. E, mesmo que assim não fôsse, nunca haveria mal em se compreender bem o assunto.

Salvo entendimento em contrário, as casas exportadoras estrangeiras, e nomeadamente as americanas, facturam à parte — isto é, fóra do preço C. I. F. — as despesas com a factura consular ou com o certificado de origem. É bom saber-se que assim fazem. Mas também interessa saber se assim na verdade deve ser.

Em Julho de 1924 uma firma importadora de Lisboa formulou á Associação Comercial esta pergunta: «se a cotação C. I. F. (sem outra indicação) para qualquer mercadoria de um porto estrangeiro para Portugal compreende as despesas com a factura consular, ou devem essas despesas ficar a cargo do comprador?»

Consultada a Secção de Importação e Exportação sobre este problema deu um dos membros dessa secção, o Sr. Carlos Moitinho d'Almeida, a seguinte resposta, que, devidamente autorizados, transcrevemos:

«A indicação C. I. F. (*cost, insurance, freight*, isto é, custo, seguro, frete) deve entender-se evidentemente como abrangendo apenas aquilo que explicitamente indica. O problema posto pelo nosso consocio consiste pois em determinar se a factura consular se pode presumir incluída em qualquer das designações componentes da formula C. I. F. Pondo de parte o «seguro» que nada pode ter para o caso, temos que considerar se a factura consular se pode ter por parte necessariamente componente, quer do «custo», quer do «frete», da mercadoria.

«Ora a factura consular é proveniente de uma exigencia oficial do país importador, em cuja alfandega tem que ser apresentada; é natural pois que a consideremos, não como parte do «custo», ou mesmo do «frete», da mercadoria, mas como uma espécie de antecipação, ou primeiro documento, das despesas aduaneiras de importação.

«Se assim é — e assim parece dever ser, — a factura consular deve ficar fóra da designação C. I. F., como ficam todas as despesas aduaneiras no país importador. E o uso abona em absoluto este critério: o normal é o vendedor pagar a factura consular por conta do comprador, lançando a débito dêste, ordinariamente na propria factura que lhe envia, a importancia dela.

«A meu vêr, pois, e salvo o caso de designação em contrário, a despesa

com a factura consular não deve entender-se como incluída na designação C. I. F.»

Foi este o parecer que a Direcção da Associação Comercial de Lisboa adotou, e que parece realmente fixar, de um modo inequívoco, a verdadeira doutrina sobre o assunto.

Cumprê porêem advertir que ha certos ramos do commercio — o de carvão, por exemplo — em que a «designação em contrário», a que a opinião transcrita se refere, é subentendida. São casos, contudo, de ramos especiais de commercio, que obedecem tradicionalmente a condições especiais; e esta é uma delas.

O assunto do ambito da cotação C. I. F. ficará completamente esclarecido com a tradução seguinte (dos parágrafos que interessam) das «condições» impressas de uma grande firma industrial exportadora dos Estados Unidos:

«Salvo especificação em contrario ao dar-se a cotação, o seguro nas vendas C. I. F. entende-se ser unicamente o seguro marítimo, e apenas para o destino a que o preço de venda se refere, livre de avaria particular... Outras fórmulas de seguro, quando se desejem, terão que ser explicitamente designadas pelo comprador antes de fechado o negocio, e o custo adicional será de conta dêle.

«Todas as despesas consulares para legalisar as facturas, selar os conhecimentos ou outros documentos exigidos pelas leis do país a que as mercadorias são destinadas, serão pagas pelo comprador, e não serão incluídas no preço de venda. Salvo combinação em contrario, subentende-se que o vendedor fica autorizado a pagar estas despesas por conta do comprador, adicionando-as ao custo da factura. O vendedor obterá os documentos consulares na qualidade de agente do comprador, tendo este préviamente explicado a forma pela qual as mercadorias devem ser declaradas; e, no caso que êste o não tenha feito, o vendedor fará as declarações conforme julgar melhor, não sendo em caso algum responsavel por multas ou outras despesas motivadas por qualquer êrro, em que a falta de instruções necessariamente o tenha induzido.»

Estes parágrafos, considerados juntamente com o parecer do Sr. Moitinho d'Almeida (que não só estabelece, mas justifica, a doutrina sobre o assunto), envolvem, a nosso vêr uma explicação sufficiente da matéria.

A AVALIAÇÃO DAS MERCADORIAS NO INVENTARIO

O **PROBLEMA** da avaliação das mercadorias é dos mais discutidos em contabilidade. Da sua longa discussão não saiu ainda, até hoje, um critério definitivo, pelo qual todos os comerciantes e contabilistas concordem em se orientar.

O Código Ferreira Borges (art. 654.º) estipulava para as sociedades que as mercadorias e objectos se avaliassem no inventário pelo preço da compra ou aquisição, ou por menos, se na ocasião do inventário o seu valor fôsse menor. O actual Código, porém, não se refere a êste assunto, dando assim ampla liberdade ao comerciante para confeccionar como entender o seu inventário. Este critério, ou, antes, esta ausência de critério, origina a possibilidade de falsos resultados, propositados ou não: as sociedades, por vezes, valorizam o seu activo sem que essa avaliação corresponda ao valôr verdadeiro dêle, e seguem-se as consequencias lamentáveis que todos temos tido ocasião de observar. Urge, pois, que se olhe para êste assunto com algum cuidado, e se adote, depois do devido estudo, um critério uniforme na matéria.

Há, aliás, na nossa legislação já uma indicação nêste sentido. O Código Civil (art. 2092 e seg.) estabelece a fórmula por que se devem fazer as avaliações nos inventários judiciais; não havendo razão para existir essa norma em direito civil e não haver nenhuma em direito comercial, onde é tão precisa, ou mais, do que naquêle.

Vejamos alguns dos critérios propostos para a avaliação das existencias. São cinco os principais:

- 1.º — pelo valôr do preço do custo;
- 2.º — pelo valôr do preço corrente no mercado;
- 3.º — pelo valôr do preço do custo *ou* do preço corrente no mercado, conforme o que fôr menor;

4.º — pelo valôr médio entre o preço do custo e o preço corrente no mercado;

5.º — pelo valôr do preço do custo para obter o lucro, e do preço corrente para a avaliação das mercadorias.

Todos êstes critérios teem defensores, abundando os dos dois primeiros. Esta diversidade de opiniões entre tratadistas, a quem se não póde negar a competencia, vem mostrar que, se na legislação comercial ha a falta de um critério a êsse respeito, não é contudo muito fácil obter um número suficiente de opiniões autorizadas para fazer preferir um dos critérios a todos os outros.

*

Para se avaliar devidamente do resultado prático da aplicação dos cinco critérios expostos, e tornar a exposição o mais concreta, e por isso o mais clara, possível, vamos resolver um problema simples pela aplicação sucessiva dêsses critérios.

Um comerciante comprou 5.000 metros de pano a 2\$00 o metro, não tendo efectuado nêsse âno nenhuma venda. O seu balanço, abstraindo de outros valores, é o seguinte :

ACTIVO		PASSIVO
<i>Fazendas Gerais</i>		<i>Capital</i>
5.000 metros a 2.000.....	10.000\$00	s/ entrada
	<u>10.000\$00</u>	<u>10.000\$00</u>

No âno seguinte vendeu a pronto pagamento pano da importancia total de 9.000\$00.

Procedendo em 31 de Dezembro ao seu balanço, verificou a existencia de 2.000 metros e de 9.000\$00 em numerário.

A conta Razão «Fazendas Gerais» apresenta um saldo devedor da importancia de 1.000\$000.

Aplicando os critérios acima referidos, temos :

1.º — Dando às fazendas existentes o preço do custo, o balanço será :

ACTIVO	PASSIVO
<i>Fazendas Gerais</i>	<i>Capital</i>
2.000 metros a 2\$00 (preço do custo)..... 4.000\$00	s/ entrada..... 10.000\$00
<i>Caixa</i>	<i>Lucros e Perdas</i>
Numerário em cofre..... 9.000\$00	Lucro 3.000\$00
13.000\$00	13.000\$00

2.º — Avaliando as fazendas existentes pelo preço corrente no mercado, e supondo que este preço seja 2\$500, o balanço apresenta-se da seguinte fórmula:

ACTIVO	PASSIVO
<i>Fazendas Gerais</i>	<i>Capital</i>
2.000 metros a 2\$50 (preço corrente no mercado)..... 5.000\$00	s/ entrada..... 10.000\$00
<i>Caixa</i>	<i>Lucros e Perdas</i>
Numerário em cofre..... 9.000\$00	Lucro..... 4.000\$00
14.000\$00	14.000\$00

3.º — Valorizando as fazendas pelo menor preço — do custo ou o corrente no mercado — e sendo aquele de 2\$00, e o menor, o balanço é o seguinte:

ACTIVO	PASSIVO
<i>Fazendas Gerais</i>	<i>Capital</i>
2.000 metros a 2\$00 (o menor preço que tem no mercado)..... 4.000\$00	s/ entrada..... 10.000\$00
<i>Caixa</i>	<i>Lucros e Perdas</i>
Numerário existente..... 9.000\$00	Lucro..... 3.000\$00
13.000\$00	13.000\$00

4.º — Valorização das fazendas pela média dos preços do custo e corrente no mercado.

Supondo que aquêles preços são respectivamente 2\$00 e 2\$50, a média será 2\$25; de onde o balanço seguinte:

ACTIVO		PASSIVO	
<i>Fazendas Gerais</i>		<i>Capital</i>	
2.000 metros a 2\$25.....	4.500\$00	s/ entrada.....	10.000\$00
<i>Caixa</i>		<i>Lucros e Perdas</i>	
Numerário em cofre.....	9.000\$00	Lucro	3.500\$00
	<u>13.500\$00</u>		<u>13.500\$00</u>

5.º — Dar às fazendas o valôr do preço da compra para obter o lucro e o valôr do preço corrente para a valorização das existencias.

Sendo aquêles preços respectivamente 2\$00 e 2\$50, emprega-se uma nova conta que se pôde designar «Resultados a Liquidar», e o balanço apresenta-se da maneira seguinte:

ACTIVO		PASSIVO	
<i>Fazendas Gerais</i>		<i>Capital</i>	
2.000 metros a 2\$50.....	5.000\$00	s/ entrada.....	10.000\$00
<i>Caixa</i>		<i>Resultados a liquidar</i>	
Numerário em cofre.....	9.000\$00	Pela avaliação dada aos valores de inventário..	1.000\$00
	<u>14.000\$00</u>	<i>Lucros e Perdas</i>	
		Lucro	3.000\$00
			<u>14.000\$00</u>

Recapitulando, compararemos, pelo quadro seguinte, os diversos lucros e valôres dados à existencia das fazendas obtidos pela aplicação dos diversos critérios:

Critérios	Valôr da existencia das fazendas	Lucro	Conta de Resultados a Liquidar
1.º — Valôr do preço do custo.....	4.000\$00	3.000\$00	—
2.º — Valôr do preço corrente no mercado.....	5.000\$00	4.000\$00	—
3.º — Valôr do preço do custo <i>ou</i> do preço corrente no mercado, conforme o que fôr menor.....	4.000\$00	3.000\$00	—
4.º — Valôr médio entre os preços do custo e o corrente no mercado	4.500\$00	3.500\$00	—
5.º — Valôr do preço do custo para obter o lucro, e do preço corrente no mercado para avaliação das mercadorias.....	5.000\$00	3.000\$00	1.000\$00

Qual dêstes critérios é que será preferível seguir?

Examinemos, pela mesma ordem, as vantagens e desvantagens que nos parecem apresentar:

1.º — A vantagem de avaliar as existencias pelo valôr do preço do custo é obter a exactidão dos resultados durante certo período; a desvantagem é de não dar a conhecer a verdadeira posição do comerciante no momento em que efectuou o seu balanço.

2.º — Já êste critério tem como vantagem o exprimir no preço corrente no mercado o valôr das existencias, mostrando portanto a situação do comerciante no momento de fazer o seu balanço; mas apresenta como desvantagem o ter que incluir como resultados o que só se pôde obter depois da venda.

3.º — A avaliação pelo menor preço, quer seja o do custo, quer o corrente no mercado, tem a vantagem, para o comerciante cauteloso, de o garantir contra qualquer surpresa, e, para as sociedades anónimas, de inhibir as direcções de valorisar o seu activo com o único fim de dar bons dividendos aos accionistas; mas tem a desvantagem de não dar a conhecer ao comerciante a sua situação verdadeira, ou os resultados certos que obteve.

4.º — Dar às mercadorias o valôr médio dos preços do custo e corrente no mercado apresenta a vantagem, e ao mesmo tempo a desvantagem, de se

aproximar da situação verdadeira do comerciante e dos resultados obtidos sem contudo exprimir a posição exata, pois se aproxima da verdade mas não chega a ela.

5.º — Dar dois preços — o do custo para obter os resultados, e o corrente no mercado para avaliar as mercadorias — tem a grande vantagem de traduzir resultados certos e de dar situações verdadeiras. Tem a desvantagem de dar dois preços às existências, e portanto mais trabalho.

É, contudo, êste último critério o que, a nosso vêr, apresenta melhor excesso de vantagens sobre desvantagens. Do melhor grado, porém, receberemos as opiniões dos nossos leitores sôbre o assunto, e com prazer as publicaremos, desde que venham fundamentadas, de modo a esclarecer bem o ponto de vista que se adota.

O nosso fim é vêr se se póde chegar, pelo menos por maioria de opiniões, a escolher o critério que é preferível seguir.



Escreve-se sempre em breves palavras — nas mais breves que seja possível — a uma casa inglêsa, e desenvolvidamente a uma casa americana. Os inglêses querem vêr tudo depressa; os americanos querem vêr tudo.

A uma firma inglêsa, que não seja individual, abre-se a carta com «Dear Sirs», e fecha-se com «Yours faithfully.» A uma casa americana nas mesmas condições, abre-se a carta com «Gentlemen», e fecha-se com «Yours very truly.» No caso de firmas individuais, a diferença de fecho permanece, mas a abertura é a mesma — «Dear Sir» — para o inglêz e para o americano.

Uma carta áspera ou violenta é sempre injustificada, porque é sempre inútil. Indispõe, e não dá resultado. Quem não paga porque não quer, não passa a pagar por lhe dizerem que não paga porque não quer. Isso já êle sabe. E quem não paga porque não pode não fica contente que se lhe diga ou se lhe insinúe que não paga porque não quer.

COMO OS OUTROS NOS VÊM

A OPINIÃO dos estrangeiros — quando não sejam daquêles que não nasceram para poder ter opiniões — é sempre interessante, ainda que seja errônea, porque representa um ponto de vista que a nós, nacionais, não é possível conseguir, por isso mesmo que somos nacionais. *Ah, se nos fôsse dado vermo-nos a nós como os outros nos vêem!* diz o poeta escocês. Não que os outros vejam necessariamente mais certo que nós; mas vêem diferentemente. E é conjugando as impressões de quem vê de perto e de quem vê de longe que se pode conseguir qualquer coisa que se aproxime de uma opinião justa sôbre um conjunto e as suas partes componentes.

Com êste fim, e a devida vênia, traduzimos da *British Export Gazette* o seguinte artigo sobre *A Situação Comercial em Portugal*. Com êste título, e o subtítulo *A Expansão Tolhida e o Crédito Prejudicado por Constantes Mudanças Administrativas*, diz aquêlê mensário inglêz:

«Se em verdade se não pôde dizer que a situação comercial em Portugal dê quaisquer indícios claros de melhoria, ha porêz, que notar, como elemento compensador, o esfôrço que por fim o Govêrno está fazendo para remediar a situação. Aquêles dos nossos leitores, que tratam com este mercado ou por êle exportam, interessará saber que se elaborou recentemente um plano de largo auxílio ao commercio e á industria pela expansão do ambito de operações do Banco de Desconto de Portugal. Esta, e outras propostas de melhoria, resultaram de uma discussão franca, abrangendo toda a situação, entre o Primeiro Ministro e os homens de negocio, representados no lance pela Camara de Comercio de Lisboa. O que, porêz, é urgentemente preciso, e mais que tudo preciso, é uma garantia de estabilidade administrativa, pois as mudanças frequentes de govêrno, motivadas em geral por questões minimas, se teem revelado extremamente desequilibradoras e altamente prejudiciais para o commercio. Continuam também as transacções a ressentir-se gravemente da desvalorisação da moeda, e o crédito comercial do mercado tem sido sèriamente comprometido pela inabilidade, em muitos casos, de pagar-nos devidos prazos.

«O vulto do commercio portuguez importa, em números redondos, em entre 27 e 28 milhões esterlinos. No âno passado atingiu £ 28.039.124. Po-

rêm mais de três-quartos desta soma representam importações, e menos de um-quarto significa exportações. A balança adversa é, pois, realmente de mais do dobro do dinheiro recebido pela República em paga dos produtos exportados. É duvidoso se há qualquer outro país do mundo que apresente uma balança comercial tão pouco satisfatória. Este deplorável estado de coisas é devido, na maior parte, á mudança constante de critérios administrativos. Se não fôsem estas influencias estranhas e inibitivas, que em rápida sucessão intervêm, com proibições de importação e de exportação, mudanças pautais constantes, modificação de taxas marítimas, impostos sobre transacções, etc., o commercio de Portugal estaria incontestavelmente em melhor pé e em condições de maior desenvolvimento. Apesar de desvantagens desta ordem, é realmente de pasmar que um país neste apêrto comercial e em constante desassocego não tenha quasi nenhuns desempregados.

«Portugal devia estar em situação de exportar infinitamente mais do que exporta. Mesmo a sua indústria básica, a agricultura, é conduzida pelos processos mais primitivos e com maquinismos e implementos não menos imperfeitos. Calculou-se já que, com a devida irrigação, o emprego de sistemas modernos, e um regime melhor de transportes, os resultados agrícolas subiriam, pelo menos, a mais 100 por cento do que são. Quanto á industria mineira, o facto é que a exploração dos valiosos jazigos de carvão, de ferro, de pirites de cobre, etc., nunca recebeu coisa que se pareça com uma atenção sistemática, dada a falta de energia barata e de facilidades de transporte. O capital inglês figura predominantemente em varias das emprêsas mineiras, e, se êsse capital tivesse qualquer incentivo para as desenvolver, resultariam vantagens incalculaveis para o país e para o seu commercio. Presentemente apenas estão aproveitados 15.900 cavalos dos provaveis 500.000 que se calcula que as quedas de agua possam fornecer; e dos jazigos de ferro, cujo vulto se calcula em 75 milhões de toneladas, só 30.000 se tiram anualmente.

«Com o estímulo proveniente de condições administrativas de maior estabilidade, não só aumentaria muito o interêsse do capital inglês por êste mercado, mas com êle aumentaria o interêsse dos importadores e comerciantes portugueses pelos produtos do Reino Unido. A Inglaterra é, com grande avanço sobre os outros países, o melhor cliente de Portugal, pois lhe compra quasi dois-terços do vinho que ele exporta, três-quartos do figo, amendoa e alfarroba, e uma parte consideravel da produção de cortiça, sardinhas, e minério. Portugal préza muito as suas longas, quasi vetustas, relações comerciais com a Grã-Bretanha, e, mesmo na situação presente, a maioria dos

tecidos importados, toda a folha-de-Flandres para as latas de sardinhas, e uma grande percentagem das outras manufacturas compradas são de origem inglesa. Mas as casas comerciais portuguezas encontram grande difficuldade em fazer compenetrar os fabricantes e exportadores ingleses da exigentissima legislação que regula a importação de mercadorias neste mercado, e, em especial, dos regulamentos asfixiantes que dizem respeito ás declarações de carga e aos certificados de origem... Que o intercambio anglo-português tenderá a desenvolver-se em condições de maior estabilidade e de melhoria financeira, é o que ha toda rasão para prevêr, considerando, sobretudo, os planos governamentais a que nos referimos. É porê m muito de de-sejar que os meios comerciais portuguezes continuem a exercer pressão sobre as instancias officiais para que se efectuem mais reformas e se restabeleça a confiança dos carregadores britânicos na estabilidade de muitos dos negociantes que não fazem agora face aos seus compromissos com aquêla costumada prontidão que dêles era de esperar».

Um comerciante nunca officia. Mesmo dirigindo-se ás instancias officiais, não abdica da fórmula comercial — a que para o caso seja mais apropriada — de abrir e fechar a carta.

É do pior gôsto, e do pior efeito, desculpar-se um chefe com «um êrro dum empregado.» Não ha êrros de empregados. Todo o êrro dum empregado é apenas o êrro de ter empregados que fazem êrros.

Uma carta em francês nunca fecha com a inclusão da palavra «considération» quando seja para iguais ou para superiores. «Considération» é só para inferiores. O equivalente francês do emprego portuguez da palavra «consideração» é o emprego ou de «salutations distinguées» ou de «sentiments distingués». O ponto é digno de referir-se porque ha até muitos francêses que o ignoram.

A INUTILIDADE DOS CONSELHOS FISCAIS E DOS COMISSARIOS DO GOVERNO NOS BANCOS E NAS SOCIEDADES ANÓNIMAS

OS SCANDALOS ainda recentes, que se tornaram conhecidos do público através dos relatórios publicados no *Diario do Govêrno*, vieram pôr mais uma vês em evidencia a inutilidade prática dos Conselhos Fiscais e dos Commissários do Govêrno — inutilidade essa reconhecida no estrangeiro pela substituição a essas entidades, realmente ficticias, de outras mais susceptiveis de se desempenhar do mistér que a nossa legislação impõe áquelas. Os Conselhos Fiscais e os Commissários do Govêrno — aqueles mais do que estes — são pontos de apoio da confiança do accionista, que julga que nêles encontra o contrôle da applicação e a salvaguarda dos capitais que confiou ao Banco ou á Sociedade Anónima a dentro ou junto, da qual êles funcionam.

Reconhecendo as Sociedades Anónimas que a melhor fórmula de chamar o capital é a distribuição ruidosa de grandes dividendos, procuram freqüentemente, por meio de lançamentos artificiais, encobrir um estado verdadeiro, de pouco desfôgo; publicam, para dar uma apparencia de prosperidade, relatórios de prosa literária no fim dos quais os accionistas são definitivamente ludibriados pela confiança que lhes trás o inevitável «parecer» do Conselho Fiscal, com o costumado voto de louvor á Direcção, e a indicação aos accionistas que aprovelem o Relatório de contas e a distribuição de dividendo que êle consigna.

Os accionistas aprovam tudo — umas vezes porque o dividendo é magnifico, outras porque simplesmente confiam na indicação que lhes é dada. E a Direcção e o Conselho Fiscal recebem os respectivos louvores. São homens habeis, uns; são homens sérios, outros. Tudo está, pois, necessariamente certo.

Acontece, porém, que muitas vezes está errado. E é isso que os relatórios recentemente publicados põem em evidencia.

Quando se cai na suspensão de pagamentos, os accionistas acordam. Mas, como esperavam que o Conselho Fiscal os acordasse, e o Conselho Fiscal dorme por natureza, acordam sempre tarde, e perdem... não o comboio mas o dinheiro.

Ha Sociedades Anónimas em que não acontece isto. Mas ha porventura alguma Sociedade Anónima em que, *tanto quanto o sabe o accionista*, não possa acontecer isto? Que elementos tem o accionista para poder saber ao certo que isso lhe não póde acontecer? A prosperidade do Banco ou da Companhia? Mas a prosperidade é a que lhe é dada pelos dividendos, e que sabe êle se êsses dividendos não são o seu próprio capital, e o dos crédores da Sociedade Anónima, em vez do lucro autentico da prosperidade verdadeira de uma sociedade progressiva? Sabe o accionista ao certo se não é assim? Não sabe, porque aqueles elementos em quem delega a fiscalisação, 1.º não fiscalisam, 2.º mesmo que fiscalisem, não sabem fiscalisar. Quantos são os membros dos Conselhos Fiscais que examinam a valer as contas da Sociedade Anónima? Quantos são os membros dos Conselhos Fiscais que tem as habilitações precisas, de contabilistas, para êsse exame? Salvo casos excepcionais, os membros dos Conselhos Fiscais são escolhidos por serem homens sérios e de boa posição social. Não consta, porém, que a seriedade seja a contabilidade, nem que a boa posição social seja um curso intuitivo de guarda-livros.

Escolhem-se homens sérios para os Conselhos Fiscais. Mas os homens sérios podem ser estúpidos — ha muitos —; os homens sérios podem ser confiados — ha muitissimos —, os homens sérios podem ser desleixados — ha imensos —, e o accionista perde o seu dinheiro, sem que os homens muito sérios deixem de ser muito sérios, o que é uma consolação insufficiente para quem perdeu o dinheiro que fiou da fiscalisação incompetente, senão inexistente, dos homens de muita seriedade.

Tudo isto, no fundo, é uma comédia sem graça. A Direcção de uma Sociedade Anónima é, por natureza, um conselho tecnico de gerencia; o Conselho Fiscal de uma Sociedade Anónima é, por natureza, um conselho técnico de fiscalisação. A Direcção produz resultados; o Conselho Fiscal verifica êsses resultados. E como os resultados se traduzem por números, isto é, por contas, parece que o Conselho Fiscal deve ser constituído por gente especializada no exame e conferencia de contas. E parece tambem que o Conselho Fiscal deve ser constituído por gente suficientemente independente da Gerencia para poder fiscalisar essas contas com independencia. O que se faz entre nós? Elege-se um Conselho Fiscal de pessoas de probidade e incompetencia, e, é claro, de pessoas em magnificas relações de amizade com a Gerencia, e portanto com toda a confiança nela. Em resumo: o melhor fiscal dos actos de alguém é um amigo incompetente. E' ou não uma comédia?

Dos Commissários do Govêrno nem é bom falar. Dos membros do Conselho Fiscal ainda se póde presumir, visto que são accionistas, um certo interesse pela Sociedade Anónima a que pertencem, se bem que que o interesse não crie competencia, nem pese mais, na maioria dos casos, que o desleixo natural de quem é incompetente e confiado. Mas dos Commissários do Govêrno nem esse presumivel interesse se pode presumir. São funcionarios do Estado, que é, como toda a gente sabe, o mais mal servido de todos os patrões. São nomeados por obscuros lances do xadrês partidário, em prémio de serviços políticos e para que veraneiem todo o âno no seu commissariado; são nomeados para não fazer nada, e é efectivamente o que fazem. Dêles, pois, é o Reino dos Céus... Deixemo-los e volvamos á terra.

Independencia e competencia são as duas qualidades que se exigem em quem fiscalisa. O ter interesse em fiscalisar é secundário: o doente não percebe mais da doença que o médico, embora seja quem tem mais interesse na cura. Ora, se independencia e competencia são as qualidades a exigir ao fiscal, está naturalmente indicado que a fiscalização das Sociedades Anónimas deve ser entregue a peritos contabilistas inteiramente alheios à sociedade que fiscalizam. Assim se faz, por exemplo, em Inglaterra. Não ha ali Conselhos Fiscais, ou outros quaisquer mitos da mesma espécie. As contas de gerência das Sociedades Anónimas são examinadas, e por fim aprovadas, por peritos contabilistas estranhos às Sociedades, e com responsabilidade penal directa. Êsses peritos (*auditors*) teem poderes para examinar toda a escrita, para verificar todas as transacções, para fazer à Direcção todas as perguntas que entenderem dever fazer para cabal desempenho do seu mistér.

E assim é que deve ser. De todas as fórmias das sociedades comerciais as Sociedades Anónimas são as que mais se prestam ao abuso e ao desleixo da Gerencia, pois que nelas ha uma intervenção já teoricamente periódica, mas, em geral, praticamente nula dos socios (isto é, dos accionistas) na gerência. Ha mistér, pois, que deleguem em alguem a fiscalisação que nem podem, nem em geral sabem, exercer. Delegá-la em Conselhos Fiscais equivale a delegá-la em ninguem, ou a delegá-la na própria gerencia a fiscalisar. Não, não ha outra solução senão os *auditors*, os peritos contabilistas — competentes porque são técnicos, independentes porque não pertencem à Sociedade, e responsaveis criminalmente por abuso, ou mesmo desleixo, no exercício do seu cargo.

* * *

Uma firma, embora individual, ganha sempre em falar no plural.

CONTABILIDADE

PROBLEMAS DE LANÇAMENTOS

I

TRANSFORMAÇÃO DUMA SOCIEDADE EM NOME COLECTIVO EM SOCIEDADE ANONIMA

A sociedade em nome colectivo Morais & Fernandes resolveu transformar-se em sociedade anonima sobre a designação «Sociedade de Viveres». O balancete do Razão relativo a 30 de Junho de 19... é o seguinte:

Contas	Débito	Crédito	SALDOS	
			Devedores	Credores
Capital.....	—	1.200.000\$00	—	1.200.000\$00
Caixa.....	585.341\$25	567.491\$00	17.850\$25	—
Armação e Moveis.....	23.500\$00	—	23.500\$00	—
Viaturas	75.000\$00	—	75.000\$00	—
Gado	13.500\$00	—	13.500\$00	—
Depósitos à Ordem.....	834.276\$20	732.174\$80	102.101\$40	—
Mercadorias Gerais.....	1.395.827\$40	593.253\$55	802.573\$85	—
Devedores Gerais.....	743.891\$10	597.980\$85	145.910\$25	—
Credores Gerais.....	174.260\$00	250.080\$00	—	75.820\$00
Gastos Gerais.....	95.384\$25	—	95.384\$25	—
Soma.....	3.940.980\$20	3.940.980\$20	1.275.820\$00	1.275.820\$00

O capital da sociedade anónima é de 1.500.000 escudos, dividido em 15.000 acções de 100 escudos cada.

A sociedade Morais & Fernandes recebe 11.000 acções, as restantes 4.000 acções subscritas encontram-se já liberadas.

A Sociedade de Víveres aceita como pagamento das 11.000 acções entregues a Moraes & Fernandes, os saldos do balancete acima citado que não sejam numerário, dívidas ou encargos, e não faz inventário senão no fim de Dezembro.

Passar ao Diário os lançamentos de liquidação da sociedade em nome colectivo e de abertura da sociedade anónima.

SOLUÇÃO

*Lançamentos no Diário da sociedade em nome colectivo
Moraes & Fernandes*

<hr/>	
<i>Capital</i>	1.200.000\$00
<i>a Diversos</i>	
a saber:	
<i>a Luís Moraes c/ capital</i>	600.000\$00
<i>a Antonio Fernandes c/ capital</i>	600.000\$00
<hr/>	

Sendo as 11.000 acções entregues em troca dos saldos do balancete que não sejam numerário, dívidas ou encargos, temos :

Mercadorias	802.573\$85
Armação e Moveis	23.500\$00
Viaturas	75.000\$00
Gado	13.500\$00
	<hr/>
	914.573\$85
Valor das acções	1.100.000\$00
Excesso a favor.....	185.426\$15

donde o seguinte lançamento da passagem do Activo para a Sociedade de Víveres.

REVISTA DE COMERCIO E CONTABILIDADE

<i>Sociedade de Viveres</i>	1.365.861\$90
<i>a Diversos</i>	
a saber:	
<i>a Caixa</i>	17.850\$25
<i>a Depósitos à Ordem</i>	102.101\$40
<i>a Armação e Moveis</i>	23.500\$00
<i>a Viaturas</i>	75.000\$00
<i>a Gado</i>	13.500\$00
<i>a Mercadorias Gerais</i>	802.573\$85
<i>a Devedores Gerais</i>	145.910\$25
<i>a Lucros e Perdas</i>	185.426\$15

<i>Diversos</i>	
<i>a Sociedade Viveres</i>	1.365.861\$90
a saber:	
<i>Credores Gerais</i>	
tomadas do n/ passivo	75.820\$00
<i>Luís Morais c/ capital</i>	
valor de 5.000 acções 550.000\$00	
valor do trespasse... <u>95.020\$95</u>	645.020\$95
<i>António Fernandes c/ capital</i>	
valor de 5.000 acções 550.000\$00	
valor do trespasse... <u>95.020\$95</u>	645.020\$95

<i>Lucros e Perdas</i>	185.425\$15
<i>a Diversos</i>	
a saber:	
<i>a Gastos Gerais</i>	95.384\$25
<i>a Luís Morais c/ capital</i>	45.020\$95
<i>a Antonio Fernandes c/ capital</i>	45.020\$95

Lançamento no Diário da sociedade anónima «Sociedade de Viveres»

<i>Acções</i>	1.500.000\$00
<i>a Capital</i>	
Emissão de 15.000 acções de 100\$00 cada uma e representativas do capital da «Sociedade de Vi- veres»	1.500.000\$00
<hr/>	
<i>Diversos</i>	
<i>a Acções</i>	1.500.000\$00
a saber:	
<i>Morais & Fernandes</i> valor de 11.000 acções tomadas.	1.100.000\$00
<i>Accionistas</i> valor de 4.000 acções subscritas	400.000\$00
<hr/>	
<i>Caixa</i>	400.000\$00
<i>a Accionistas</i>	
valor recebido das acções subs- critas	400.000\$00
<hr/>	
<i>Diversos</i>	
<i>a Moraes & Fernandes</i>	1.365.861\$90
Tomada do s/ activo:	
<i>Caixa</i>	17.850\$25
<i>Depósitos à Ordem</i>	102.101\$40
<i>Armação e Moveis</i>	23.500\$00
<i>Viaturas</i>	75.000\$00
<i>Gado</i>	13.500\$00
<i>Mercadorias Gerais</i>	802.573\$85
<i>Devedores Gerais</i>	145.910\$25
<i>Trespasse</i>	185.426\$15

<i>Moraes & Fernandes</i>	75.820\$00
<i>a Credores Gerais</i>	
Tomada do passivo.....	75.820\$00

<i>Moraes & Fernandes</i>	190.041\$90
<i>a Diversos</i>	
Liquidação do saldo.....	
<i>a Caixa</i>	
Pagamento	90.041\$90
<i>a Depósitos à Ordem</i>	
n/ cheque n.º	100.000\$00



Evite-se sempre dar á uma casa estrangeira referencias no nosso país ou na nossa praça que não sejam bancarias. E mesmo as referencias bancarias, convêm dá-las de um modo a que se póde chamar translato. Faça-se com que o banco local que nos conhece, e nos serve portanto de referencia, transmita ao seu correspondente no país estrangeiro respectivo as informações que póde dar a nosso respeito ; cite-se depois como referencia o banco por intermedio dêsse seu correspondente. Deve sempre facilitar-se a consulta de referencias, a não ser, é claro, que estas sejam falsas. Isso, porém, já não é comercio.

Uma carta visivelmente circular — sobretudo se fôr impressa ou copiografada — é o pior meio de propaganda ou de publicidade que se conhece. Evite-se, em todo impresso de propaganda, a fôrma de carta. Faça-se um pequeno prospecto, um folheto diminuto; empregue-se um postal sem fôrma epistolar; mas não se faça uma parecença de carta, porque uma carta implica atenção ou consideração, e uma coisa impressa implica o contrario. Uma consideração geral, uma consideração ás séries, não se entende. Ha só um caso em que a circular impressa é aceitavel: é quando anuncia ou reclama um livro, ou outra qualquer publicação. A identidade de natureza entre o objecto reclamado e a fôrma do reclame esbate o contra-efeito da circular.

Um anuncio difere dum cartaz em que o cartaz deve chamar a atenção e prendê-la no mesmo acto, isto é, de um só golpe, ao passo que o anuncio deve chamar a atenção para depois prendê-la. Ha, pois, muitos anuncios que são simples cartazes em miniatura. Só por qualquer circumstancia particular — estranha portanto á indole do anuncio — pôde um anuncio deste género servir o fim a que se destina. E é singular que os alemães, tão notavelmente especialistas por indole e educação, tão constantemente empreguem o anuncio-cartaz, isto é, o anuncio em que o interessê reside no simples aspecto e disposição tipográfica. É o unico lapso — mas é um lapso grave — da tecnica publicitaria alemã.

Remington

MAQUINAS DE ESCREVER PARA TODOS OS USOS

Para viagem :

A NOVA REMINGTON PORTATIL — leve, elegante, forte e bela — é a unica maquina de escrever portatil que tem teclado universal.

Para correspondencia :

A NOVA REMINGTON 12 — com selector de colunas que poupa horas com o seu unico ajuste automatico

Para mapas :

A NOVA REMINGTON 11 — Com o tabulador decimal fazendo a escrita nas colunas dos mais complicados mapas tão facilmente como a mais simples carta.

Para contabilidade :

A NOVA REMINGTON ADDING & SUBTRACTING TYPEWRITER — que escreve e ao mesmo tempo soma as facturas diminuindo os descontos e prova os totaes automaticamente.

Para silencio :

A NOVA REMINGTON NOISELESS — (Escreve sem som).

Para economia :

ACESSORIOS REMINGTON — Pois as fitas, papel quimico, etc., são os produtos mais finos fabricados.

REMINGTON EM PORTUGAL

SÉDE — LISBOA — 109, Rua Nova do Almada

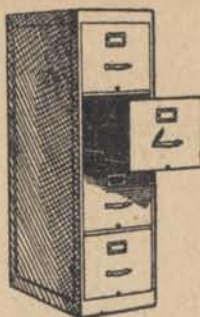
Telefone: Central 1220
eleg. REMINGTON-lisboa

PORTO — 75, Rua de Mousinho da Silveira — Telefone 1276

COIMBRA — 119, Rua dos Fanqueiros — Telefone 550

FARO — 19, Rua Direita.

ARQUIVOS PARA CORRESPONDENCIA
EM AÇO — FABRICO AMERICANO
OS MELHORES



J. Gonçalves

66 — RUA DO AMPARO — 3.º

TELEF. — N. 4190

LISBOA

WOODSTOCK
A MAQUINA DE ESCREVER PREFERIDA
PELOS DACTILOGRAFOS

F. MARQUES JUNIOR

PAPEIS NACIONAES
E ESTRANGEIROS.
BILHETES POSTAIS
ILUSTRADOS.

SORTIMENTOS COM-
PLETOS DE ARTIGOS
PARA ESCRITORIO.

RUA DO ARSENAL, 108, 2.º E 3.º

L I S B O A

LOJA DOS
POSTAIS
RUA DO ARSENAL, 112

MAQUINAS
DE ESCREVER

MAQUINAS
DE CALCULAR

DUPLICADORES

TELEF.
N. 3158

OLIVER, LDA.

PAPEL
QUIMICO

FITAS PARA
MACHINAS

ARTIGOS PARA
ESCRITORIO

RUA DA PRATA
250, 2.º

L I S B O A

MAQUINA DE ESCREVER



A MAIS USADA EM PORTUGAL

MAIS DE 6:000 A USO NO PAIZ

“CORONA”

A Mais Perfeita, Completa e Resistente
de Todas as Maquinas Portateis

SOC. COM. LUSO-AMERICANA, L.^{DA}

145, Rua da Prata
LISBOA

122, R. S.^{ta} Catarina
PORTO

oportunidades

Um novo processo de fabricação de azulejos a frio, sem prensa, quasi sem instalação, dando resultados magnificos a um preço de custo que é cerca de um-terço do preço de custo dos azulejos fabricados por outro processo.

Um novo revestimento de parede, imitando perfeitamente a pedra e reproduzindo exactamente o seu toque, dureza, aspecto e resistencia ás temperaturas; aplica-se em uma só camada, por um só operario, e a qualquer material desde o ferro e o tijolo ao cartão.

Grelhas especiais para padarias, produzindo uma economia de 50 %, e deixando ao fabricante um lucro de 100 %.

Instalações de evaporação por novos processos e para todos os fins; instalações especiais para a concentração de sumo da uva e o fabrico de calda de tomate.

Do melhor grado se fornecem todas as informações tanto a respeito destas oportunidades comerciais como a respeito de outras.

caixa postal 39 / lisboa

Toscano & C.^a L.^{da}



MAQUINAS
MOTORES
TRACTORES
AUTOMOVEIS
CAMIONS