

A Problemática da Venda Casada no Mercado Formal e Informal Angolano: Um Olhar Jurídico.

Beloniel Domingos¹

Filipe Dumbo²

“Se você não cuidar do seu cliente o seu concorrente cuidará.”

Bob Hooley

Resumo:

O homem é por natureza um ser social, a sua existência em sociedade está também dependente da satisfação das suas necessidades, que passa entre as várias formas de satisfação, na obtenção de bens e serviços. Muitas vezes este processo de obtenção pode ser beliscado ou subordinado pela vontade egoísta e desenfreado do mercado, em particular de quem está encarregue de fornecer estes serviços. Em face a esta situação nos propomos discutir, não todas as possíveis atitudes egoístas que o mercado ou fornecedor pode apresentar, mas em particular, a venda casada, a problemática em torno deste fenómeno, com foco no mercado formal e informal em Angola, as possíveis causas deste fenómeno, as possíveis consequências, as figuras que se assemelham a este fenómeno, o papel do Estado face a este fenómeno, as possíveis soluções e os grandes desafios a médio e longo prazo para reduzir cada vez mais este fenómeno.

Palavras-chave: venda casada, mercado formal, mercado informal, fornecedor, consumidor.

Abstract:

Man is by nature a social being, his existence in society is also dependent on the satisfaction of his needs, which passes between several, in obtaining goods and services. This procurement process can often be pinched or subordinated by the selfish and unbridled will of the market, particularly those in charge of providing these services. In view of this, we propose to discuss not all the possible selfish attitudes that the market or seller may present, but in particular, tie-in sales, the problems surrounding this phenomenon, with a focus on the formal and informal market in Angola, as possible consequences, the figures that resemble this phenomenon, the possible

¹ Estudante de Direito da Faculdade de Direito da Universidade Católica de Angola.

² Estudante de Direito da Faculdade de Direito da Universidade Católica de Angola.

solutions and the great challenges in the medium and long term to increasingly reduce this phenomenon.

Key-words: tieback, formal market, informal market, provider, consumer.

Abreviações:

ANIESA - Autoridade Nacional de Inspeção Económica e Segurança Alimentar

INADEC - Instituto Nacional de Defesa do Consumidor

CRA - Constituição da República de Angola

CC - Código Civil

LDC - Lei de Defesa do Consumidor

INTRODUÇÃO

O conceito do mercado pode ser entendido de diferentes maneiras, geralmente consideramos o mercado como uma área delimitada para qual convergem compradores e vendedores com fim de realizar negócios e estabelecer um preço único para os bens transacionados.³ Muitas vezes o normal funcionamento do mercado é posto em causa devido a muitos fenómenos, que extravasam as regras do bom funcionamento dos mercados, entre as várias temos a destacar a venda casada, que é objeto do nosso estudo, que é uma prática frequente em sede de mercado, obrigando o comprador a adquirir produtos que não pretendia adquirir sob pena de não adquirir o produto que pretende adquirir, ao contrário do que se prevê, que é a ampla liberdade de escolha do consumidor quanto ao que deseja consumir, não sendo lícita a imposição do fornecedor, de qualquer produto ou serviço para aquisição do outro.

Urge a necessidade de proteger o comprador face a estes comportamentos, que configura uma clara violação aos direitos do consumidor, aos seus princípios que nos próximos momentos serão discutidos com mais profundidade. Por isso, uma vez identificada o problema, as causas e os efeitos, de seguida nos propusemos dar as soluções, a traçar desafios para combate desta anomalia que enfermam grande parte dos mercados, em particular o mercado angolano, com ajuda doutrinária e legal.

1. Direitos do Consumidor em Angola

Para que se dê a proteção a partir da Lei n.º 15/03, de 22 de Julho (LDC), não basta simplesmente adquirir bens ou serviços no mercado, esta proteção só vai ser acionada caso ocorra a chamada relação de consumo, relação esta onde deve estar presente um consumidor, como destinatário final de bens e serviços, e um fornecedor que, com habitualidade e profissionalismo, fornece bens e serviços ao mercado, tendo como fim último a obtenção de lucro. O que pretendemos com o conceito de consumidor e fornecedor não é um estudo exaustivo sobre o mesmo, mas a apresentação da definição legal de consumidor e fornecedor, constante da LDC como elemento delimitador da aplicação do seu regime jurídico.

³ Nilson Holanda, Introdução à Economia, Vozes Editora, p.257.

Nos termos do n.º 1 do art.º 3.º da LDC, considera-se consumidor «toda a pessoa física ou jurídica a quem sejam fornecidos bens e serviços ou transmitidos quaisquer direitos e que os utilize como destinatário final, por quem exerce uma actividade económica que vise a obtenção de lucros». Pela leitura do artigo, depreende-se que não basta que o cidadão adquira bens ou serviços no mercado, importa que ele os utilize como destinatário final.

Nos termos do n.º 2 do art.º 3.º da LDC, consideram-se fornecedor «toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem atividades de produção, construção, transportação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de bens ou prestação de serviços.» Devem estes bens ou serviços ser fornecidos por um comerciante que exerça uma actividade económica com fim lucrativo.

Podemos ter bens e serviços fornecidos e prestados por organismos da administração pública, pessoas coletivas públicas, empresas de capitais ou detidos maioritariamente pelo Estado e por empresas concessionárias de serviços públicos, que significa que também podemos ter o Estado na qualidade de fornecedor, sujeitando-se a LDC.⁴

1.2. A Constituição da República de Angola

A Constituição da República de Angola (CRA) estabelece como garantia geral do Estado, o reconhecimento dos direitos e liberdades fundamentais consagrados na Constituição como sendo invioláveis e cria as condições políticas, económicas, sociais, culturais, de paz e estabilidade que garantam a sua efetivação e proteção, nos termos do art.º 56.º, consagrando expressamente no capítulo III, referente aos Direitos e Deveres Económicos, Sociais e Culturais, os direitos do Consumidor , concretamente no art.º 78.º, nos termos do qual:

Artigo 78.º - Direitos do Consumidor

1. «O consumidor tem direito à qualidade dos bens e serviços, à informação e esclarecimento, à garantia dos seus produtos e à proteção na relação de consumo;
2. O consumidor tem direito a ser protegido no fabrico e fornecimento de bens e serviços à saúde e à vida, devendo ser ressarcido pelos danos que lhe sejam causados;
3. A Publicidade de bens e serviços de consumo é disciplinada por lei, sendo proibidas todas as formas de publicidade oculta, indireta ou enganosa;
4. A lei protege o consumidor e garante a defesa dos seus interesses.

⁴ Vide art.º 3º n.º6 da Lei 15/ 03 de 22 de Julho, Lei de Defesa do Consumidor.

Indo mais além, a C.R.A estabelece também que a organização e a regulação das atividades económicas assentam na garantia geral dos direitos e liberdades económicas em geral, na valorização do trabalho, na dignidade e na justiça social, em conformidade com vários princípios fundamentais, enunciados no art.º 89.º, com realce para a alínea *h)*, «sobre a defesa do consumidor».

1.3. O Direito do Consumidor como Direito Fundamental

Um assunto que começa a suscitar o interesse da sociedade angolana é dos direitos do consumidor, havendo indícios de que os cidadãos querem passar a assumir a defesa dos seus direitos. É inegável que as relações de consumo são das mais importantes nas sociedades modernas, fazendo com que os Estados adotem leis e regulamentos de tutela de direitos do consumidor, procurando, por via do Direito e a Justiça na relação entre o consumidor e o fornecedor, assegurando, deste modo, o necessário equilíbrio entre as partes, com particular atenção para a proteção do consumidor, dada a sua vulnerabilidade nestas relações.

Como já tivemos oportunidade de referir, a CRA consagra os direitos do consumidor como fundamentais, dispondo no seu art. 78.º que o consumidor tem direito à qualidade de bens e serviços, à informação e esclarecimento, à garantia dos seus produtos e à proteção na relação de consumo, assim como o direito a ser protegido, na saúde e na vida, no fabrico e fornecimento de bens e serviços, devendo ser ressarcido pelos danos que lhe sejam causados. O reconhecimento destes direitos como fundamentais indicia o reconhecimento por parte do Estado do crescimento económico e das relações comerciais, em geral, e, em particular, das relações de consumo, em Angola. Só com a LDC, os direitos do consumidor não seriam eficazmente protegidos face à realidade económica do país, aliada à crescente oferta de bens e serviços com que o mercado angolano tem vindo a lidar e à fragilidade do consumidor nas relações de consumo, mormente por falta de conhecimentos técnicos sobre certos bens e serviços, por isso da sua consagração constitucional.

1.4. O Princípio da Boa Fé Objetiva nas Relações de Consumo

Com o surgimento da sociedade em massa e a intensificação da produção, comercialização, consumo e procura de vantagens económicas, criaram-se muitos desequilíbrios nas relações de consumo. A LDC procurou sistematizar esta nova realidade, através de regras protetoras, com o intuito de buscar o equilíbrio e a justiça nas relações obrigacionais de consumo. Deste modo,

passou-se de uma visão individualista do Direito para uma visão social que valoriza a sua função garantidora do equilíbrio e da proteção da confiança e das legítimas expectativas nas relações de consumo. Este sistema de defesa do consumidor trouxe ao ordenamento jurídico angolano a boa fé objetiva, como um suporte ético nessa nova conceção do Direito Privado.

Aplicado aos contratos, o princípio da boa fé em sentido objetivo constitui uma regra de conduta segundo a qual os contratantes devem agir de modo honesto, correto e leal, não só impedindo assim comportamentos desleais, como impondo deveres de colaboração entre eles. É neste sentido que o art.º 227.º n.º 1 do CC e o art.º 15.º, n.º 1 da LDC falam das regras da boa fé na formação dos contratos e não só, acompanhando também a relação contratual desde o seu nascimento, permanecendo durante toda a sua vida e subsistindo após a sua extinção. O princípio da boa fé objetiva está presente na proibição ao fornecedor da adoção de determinadas condutas, entre elas o fornecimento de bens e serviços não adequados para o consumo e a veiculação da publicidade enganosa ou abusiva art.º 20.º e o n.º 3 do art. 21.º todos da LDC. Também é com este fundamento que a LDC dispõe que são nulas as cláusulas contratuais gerais, consideradas abusivas, inseridas nos contratos celebrados entre consumidores e fornecedores. O mesmo princípio impõe que as partes hajam com lealdade e transparência, que os contratos sejam redigidos de forma clara e precisa [...] e que tragam todas as informações relevantes referentes ao contrato a celebrar.⁵

2. O Abuso do Direito

Para se compreender o significado de prática abusiva, é necessário que antes pensemos na questão do abuso do direito. Com efeito, a ideia de prática abusiva tem relação com a doutrina do abuso do direito. A constatação de que o titular de um direito subjetivo pode dele abusar no seu exercício acabou levando o legislador a tipificar certas ações como abusivas. A prática real do exercício dos vários direitos subjetivos acabou demonstrando que, em alguns casos, não havia ato ilícito, mas era o próprio exercício do direito em si que se caracterizava como abusivo. A teoria do abuso do direito, então, ganhou força e acabou preponderando. Pode-se definir o abuso do direito como o resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar dano a outrem, ou em outras palavras, o abuso do direito se caracteriza pelo uso irregular e desviante do direito em seu exercício, por parte do titular.⁶

⁵ Vide na.º 2 do art.º 2.º da L.D.C

⁶ Portal Migalhas Brasil, consultado aos 16 de Agosto de 2021, às 12h00: www.migalhas.com.br,

2.1. Práticas Abusivas

As chamadas "práticas abusivas" são ações e/ou condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas, independentemente de se encontrar ou não algum consumidor lesado ou que se sinta lesado. São ilícitas em si, apenas por existirem de fato no mundo fenomênico.⁷

Prática abusiva é a desconformidade do produto ou serviço em relação às práticas de boa conduta e eticidade do mercado de consumo.⁸

3. Considerações Gerais sobre a Venda Casada

A venda casada que é uma prática abusiva, é conduta desleal do fornecedor de produtos e serviços que impõe ou condiciona o consumidor a aquisição do produto ou serviço que ele não pretendia adquirir, como forma ter acesso ou adquirir o produto que pretende, ou ainda condicionar a aquisição de produtos e serviços a limites quantitativos injustificados.⁹

A definição legal de venda casada encontra-se no art.º 22, nº 1 alínea a) da LDC e é bastante clara: *"condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos"*. Temos como exemplos mais frequentes na nossa sociedade as concessionárias de venda de carro, que condicionam a compra de um carro com o pagamento dos serviços de seguros a escolha da concessionária; ou ainda as empresas que obrigam a compra bens ou serviços só se forem em dupla ou em tripla ou em quantidade determinado pelas mesmas; ou ainda uma Senhora que vende bombom com ginguba que condiciona a compra do bombós só se for acompanhado com ginguba, ou seja, só compra o bombó se comprar também a ginguba.

Duas espécies de prática são tidas como venda casada:

- a) a imposição de aquisição conjunta de dois ou mais produtos ou serviços;
- b) a imposição de limites quantitativos na aquisição de produtos ou serviços.

A primeira hipótese ocorre quando se condiciona a venda de um produto ou serviço à aquisição de outro. A outra conduta reprimida como venda casada está na parte final da disposição supracitada, sem justa causa, de limites quantitativos. Tal prática se dá quando é

⁷ Segundo o Professor Rizzatto Nunes.

⁸ Segundo o Professor Julio Moraes Oliveira.

⁹ Segundo Duarte de Melo, Tasso, 2014.

imposta ao consumidor uma quantidade mínima ou uma quantidade máxima de um produto ou serviço. Em outras palavras, ocorre quando o fornecedor se nega a ofertar ou vender um produto ou serviço se não for adquirida uma quantidade mínima ou se nega a vender acima de determinada quantidade. O limite quantitativo é admissível desde que haja “justa causa” para a sua imposição.

É importante realçar que não são todas as vendas de mais de um produto ou serviço conjuntamente que se manifestam abusivas, o abuso decorre sempre da imposição ou do condicionamento na aquisição de produtos ou serviços à aquisição de outro produto ou serviço que configuram a venda casada.

4. Venda Casada e a Liberdade de Estipulação nas Relações Contratuais

4.1. O Princípio da Autonomia Privada

Salvo as exceções previstas, nos contratos vigora o princípio autonomia privada que deve ser entendida como a liberdade de o indivíduo estabelecer consequências jurídicas que irão se repercutir na sua esfera jurídica. A autonomia privada traduz-se, então, no poder reconhecido a cada indivíduo de, no quadro da ordem jurídica imperante criar a disciplina jurídica a que se subordinam aos seus interesses.¹⁰ A autonomia privada resolve-se, deste modo no reconhecimento, aos particulares, do poder de autodeterminação da sua esfera jurídica, num primeiro momento, e, num segundo instante, no da composição espontâneo dos respetivos interesses, sob sanção da ordem jurídica.¹¹

A liberdade contratual é um corolário da autonomia privada, quando esta se desdobra sobre as obrigações, consistindo na faculdade de as partes decidirem se contratam ou não, com quem contratam e de conformar dentro dos limites da lei, o conteúdo desses mesmos contratos.¹² A liberdade de contratual admite, tradicionalmente duas vertentes: a liberdade de celebração e a liberdade de estipulação. Este último que interessa a nossa investigação, a liberdade de estipulação.¹³

O artº 405º do CC consagra a liberdade de estipulação, que é a faculdade que reconhecida, às partes, de livremente escolherem os efeitos jurídicos que, in concreto, querem ser produzidos, sob a sanção da ordem jurídica. Às partes, é reconhecida a faculdade de, livremente, delimitar o

¹⁰ Orlando Fernandes, Sumário de Direito das Obrigações, editora Casa das Ideias, 2008, p.17.

¹¹ Idem, cit., p.17.

¹² Idem, p.19

¹³ Idem.

conteúdo dos contratos, não tendo de se ater, necessariamente a lei. A liberdade de estipulação pode ser exercido no mesmo momento em que é exercido a liberdade de celebração do contrato, ou sequencialmente, mediante aditamentos ou modificações a um contrato já celebrado.¹⁴

4.2. Restrições à Liberdade de Estipulação

Talvez nos perguntemos por quê a venda casada é proibida se as partes de acordo a liberdade de estipulação têm o poder de determinar o conteúdo do contrato?

Com base na liberdade de estipulação, as pessoas não teriam poder de determinar o que querem vender, como querem e quanto querem vender? Com base neste princípio a Senhora que vende o seu bombóm com ginguba não teria o poder de condicionar a compra do bombóm só se for acompanhado com ginguba? A resposta a todas estas questões é não, porque a liberdade de estipulação não pode ser entendida em termos absolutos, comporta restrições, existem situações onde a liberdade de estipulação não é empregue, ou é empregue sob condicionantes. Um dos exemplos mais comuns, mediáticos e que é objeto do nosso estudo é a venda casada, onde a liberdade de estipulação é afastada.

A liberdade de estipulação pressupõe logicamente a liberdade de celebração, pois quando uma parte não é livre de celebrar um contrato, também não é livre de determinar o seu conteúdo e qualquer limitação à liberdade de celebração acarreta também uma limitação à liberdade de estipulação. É, no entanto, possível ocorrerem limitações à liberdade de estipulação, permanecendo integral a liberdade de celebração, como sucede sempre que a lei entenda determinar imperativamente o conteúdo dos contratos limitando a liberdade de estipulação.¹⁵

As restrições à liberdade de estipulação são normalmente estabelecidas em virtude de uma função de ordenação social do atual direito privado, que pretende disciplinar a liberdade contratual por forma evitar que esta seja exercida em prejuízo a parte economicamente mais fraca.¹⁶

A existência de restrições à liberdade de estipulação é, logo, postulada pela locução “dentro dos limites da lei”, contida no art.º 405.º do CC.

Segundo o professor Orlando Fernandes no seu Manual Sumário do Direito das Obrigações defende que existem três momentos onde a liberdade de estipulação é restringida, o primeiro momento, consubstancia nos “requisitos do objeto do negócio” expresso no art.º 280.º e ss e no

¹⁴ Idem, p.19 e 20.

¹⁵ Menezes Leitão, Direito das Obrigações, Volume I, editora Almeida, 11ª edição, p. 27.

¹⁶ Idem.

art.º 398º /2 todos do CC. O segundo momento tem que haver com os contratos normativos e com os contratos coletivos que são uma espécie de contratos preliminares ou preparatórios. Trata-se de padrões cujo conteúdo é fixado em termos genéricos, com a obrigatoriedade de serem observados, nos contratos individuais. O exemplo vem-nos das convenções coletivas de trabalho. O terceiro momento decorre de determinadas normas imperativas que se refletem no conteúdo dos contratos como é o caso do art.º 1146.º do CC.

No caso concreto, a venda casada, adequa-se perfeitamente também ao primeiro o momento onde a liberdade de estipulação é restringida, “requisitos do objeto do negócio”, ou seja, o nº 1 do art.º 280º do CC proíbe a celebração de negócio cujo objeto é contrário a lei ,quer isso dizer, se for celebrado um negócio incidindo sobre o objeto a lei proíba, esse negócio será nulo. A alínea a) do nº 1 do art.º 22.º da Lei n.º 15/03, de 22 de Julho da LDC, diz-nos que não é permitido o fornecedor celebrar negócio onde condiciona o fornecimento do bem ou serviço ao fornecimento de outro bem ou serviço, bem como sem justa causa, a limites quantitativos. Apesar da ampla liberdade que têm os fornecedores em determinar o conteúdo dos seus negócios, a lei vem proibir que o fornecedor celebre nos moldes referidos.

Existe outra restrição à liberdade de estipulação referenciado pelo professor Menezes Leitão, no seu Manual de Direito das obrigações, vol. I que são as clausulas contratuais gerais ou contratos pré- formulados que também pode ser aplicado a venda casada, que o professor Orlando Fernandes trata por cláusulas contratuais gerais como restrição do facto.

As cláusulas contratuais gerais consistem em situações típicas do tráfego negocial de massas em que as declarações negociais de uma das partes se caracterizam pela pré-elaboração, generalidade e rigidez. Efetivamente, está- se nestes casos perante situações em que uma das partes elabora a sua declaração negocial previamente à entrada das negociações (pré-elaboração), a qual aplica genericamente a todos os seus contraentes(generalidade), sem que a estes seja concedida outra possibilidade que não seja da sua aceitação ou rejeição, estando-lhes por vedada a possibilidade de discutir o conteúdo do contrato (rigidez).¹⁷

Nas cláusulas contratuais gerais é manifesta a impossibilidade fáctica de uma das partes exercer a sua liberdade de estipulação, que fica assim apenas na mão da outra parte. Essa situação é possível de conduzir a efeitos perversos. Uma delas é a circunstância do contrato poder ser celebrado sem que uma das suas partes se possa aperceber do seu conteúdo, só sendo confrontada com o regime contratual que aceitou no momento em que surge um litígio, quando naturalmente é demasiado tarde para reagir. O outro é a possibilidade fáctica de serem

¹⁷ Idem, p.29.

introduzidas nos contratos cláusulas iníquas ou abusivas, como acontece na venda casada, em benefício de um dos contraentes, que qualquer contraente normal tenderia a rejeitar, se pudesse discutir as condições do contrato. Normalmente para evitar estes efeitos perversos, que podem ocorrer em relação a uma generalidade de contraentes, a lei tem que intervir no sentido de restringir a liberdade de estipulação, que realiza essencialmente através de dois vetores:

- 1) Por um lado, procura evitar a introdução no contrato de cláusulas de que o outro contraente não se apercebeu.
- 2) Por outro lado, visa impedir o surgimento de cláusulas abusivas.¹⁸

4.3. Causas Subjacentes Ao Surgimento Da Venda Casada No Mercado Formal E Informal

No mundo existem dois sistemas económicos centrais, que é a economia de direção planificada onde Estado é o único agente económico e a economia de livre mercado onde há o livre funcionamento dos mercados. Cada país aplicando um ou outro. Muitas vezes a aplicação destes sistemas pode parecer ineficaz, por isso muitos países optam por aplicar ambos, combinando-os.

Caso concreto de Angola optou por combinar os dois sistemas, fazendo um sistema misto, ou seja, o modelo económico subjacente a Constituição de 2010 é o sistema misto, modelo este que procura estabelecer um equilíbrio entre a economia de mercado e o interesse público e social que se projeta em vários preceitos da CRA, que temos a destacar o art.º 14 da Lei nº. 18/21 de 16 de Agosto, Lei de Revisão Constitucional, onde diz que o Estado respeita e protege a propriedade privada das pessoas singulares ou coletivas e a livre iniciativa económica e empresarial exercidos nos termos da Constituição e da lei, que é uma demonstração clara que o nosso sistema é também de mercado; e nos termos da alínea *a)* do n.º 1 do art.º 89º da CRA, o Estado tem o papel regulador da economia e coordenador do desenvolvimento económico nacional harmonioso, o art.º 90.º da CRA, diz-nos também as formas que o Estado pode garantir a justiça social, tudo isso também demonstra que o nosso sistema económico tem uma particularidade social, planificada.

Toda esta explanação é para afastar a ideia defendido por muitos que o nosso sistema é de mercado, que serviria como causa principal da existência da venda casada, ou seja, o problema da venda casada não está associado necessariamente ao nosso sistema económico, porque o

¹⁸ Idem, p. 30.

sistema que adotamos constitui um freio a estas práticas. Então afinal quais são as principais causas da venda casada no nosso mercado? Entre as principais causas temos a destacar:

A. A deficiente fiscalização do Estado enquanto regulador.

Diz nos a alínea h) do n.º1 do art. 89.º da C.R.A em síntese que cabe Estado enquanto organizador e regulador da atividade económica a defesa do consumidor onde os seus direitos estão consagrados no art.º 78.º da C.R.A, infelizmente muitas vezes o Estado não protege de forma eficiente estes direitos. No caso concreto de Angola criou-se em princípio o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, que é a entidade por excelência, que é a instituição principal vocacionado para defesa do consumidor.¹⁹ Numa das entrevistas datada em 25 de julho de 2020 no Jornal Nova Africa, Diógenes de Oliveira, Diretor Geral do INADEC na altura, reconhecia que o INADEC não conseguia realizar de forma satisfatória as suas atividades por falta não só de recursos humanos, onde no total tinha apenas 133 funcionários a nível nacional e um total de quatro funcionários a cada província, um número muito baixo, mas também a falta de condições logísticas, etc, que diminui o seu âmbito de atuação e fiscalização.

B. A falta de determinação precisa do modo de relacionamento e limites de atuação entre o INADEC e ANIESA.

Dentro da reforma do Estado que Angola vive, A comissão Interministerial para a Reforma do Estado decidiu, no dia 26 de Junho de 2020 transformar o INADEC numa entidade sem competência para inspecionar a atividade económica,²⁰ onde por Decreto Presidencial n.º267/20 de 16 de Outubro criou-se a ANIESA que passou a ter esta competência, a grande questão que se levanta como INADEC vai defender eficazmente o consumidor se já não tem competência para aplicar uma sanção a quem cometer uma venda casada? Como INADEC vai desenvolver a sua atividade dependendo de outra entidade para prosseguir os seus fins? Pois é tudo isso limita bastante o âmbito de atuação do INADEC.

C. A elevada taxa de analfabetismo em Angola.

Numa das entrevistas no Jornal de Angola a Ministra de Estado para área social de Angola, datada 07 de Setembro de 2019, ao intervir no ato comemorativo do Dia Internacional da

¹⁹ Vide art.º 35.º da Lei n.º 15/03 de 22 de julho, Lei de Defesa do Consumidor.

²⁰ Consultado www.cciportugal-angola.pt, dia 8 de Setembro de 2021, pelas 11h00.

Alfabetização afirmou um em cada quatro angolano é analfabeto, isso demonstra claramente a dimensão nacional do analfabetismo, fator este que pode influenciar o fornecedor a praticar a venda casada e o consumidor a permitir.

D. A falta de livros de reclamações ou o uso indevido destes livros nos estabelecimentos comerciais.

O art.º 2º do DP n.º 234/16, de 9 de Dezembro, estabelece que o livro de reclamações é aplicado a todos os estabelecimentos de fornecimentos de bens ou prestação de serviços, este instrumento jurídico foi criado para quando se esteja diante da probabilidade séria de ter o seu direito ameaçado ou violado para o uso da prerrogativa legal de reclamar, denunciar ou até mesmo queixar-se.²¹ Muitos estabelecimentos infelizmente não têm o livro, ou até têm, mas não usam de forma correta.

E. A falta da cultura de reclamação ou denúncia.

Que pode estar a ser influenciado pelo elevado número de analfabetismo no país, pela pouca confiança nas instituições responsáveis em dar tratamento em caso de violação dos direitos do consumidor, esta desconfiança resulta grandemente pelo excesso de burocracia e pouca celeridade no tratamento das reclamações, denúncias e queixas. Infelizmente sobre a tramitação dos processos na realidade Angolano é conhecido, o sector do consumo não é uma exceção.

F. A transmissão deficiente das informações sobre os direitos do consumidor.

A que reconhecer o grande esforço do Estado, em particular do INADEC na transmissão destas informações, mas deve se reconhecer que muito ainda tem por se fazer porque existem desigualdades nas transmissões das informações, como a informação chegará a todos se grande parte não tem energia elétrica, por isso não podem assistir a televisão, e não podem estar informados sobre as formas de se proteger sobre as práticas abusivas dos fornecedores? Tem sido de facto um grande problema.

G. A enorme dimensão do mercado informal em Angola.

²¹ Consultado www.cciportugal-angola.pt, dia 8 de Setembro de 2021, pelas 11h00.

Em Angola a grande maioria das pessoas empregadas têm emprego informal e a taxa de emprego informal no sector não agrícola na população com 15, ou mais anos, foi de 59,9%.²² Estes dados demonstram como muita gente faz parte do sector informal e a dimensão do mesmo, sendo o sector informal um sector super incontrolável, o excesso de venda casada, podem ser milhares num único dia, as dificuldades de regular este sector é um grande causador de venda casada.

H. Desconhecimento da violação dos direitos por parte do próprio fornecedor.

Às vezes por falta de conhecimento o próprio fornecedor não sabe que a sua prática é errada, é abusiva, etc.

4.4. Consequências da Venda Casada no Mercado Formal e Informal.

As consequências dependem de pessoa a pessoa, mas sem sombra de dúvidas que a consequência principal é a redução do poderio económico financeiro do consumidor, ou seja, se um consumidor é obrigado a comprar algo para ter acesso o que pretende ou comprar em uma determinada quantidade, implica claramente mais despesas, mais dinheiro, que o mesmo talvez não pretendia gastar, mas terá de gastar para ter acesso ao que de facto pretende.

Uma outra consequência seria a não satisfação das necessidades do consumidor uma vez, pela condição imposta ao consumidor torna impossível adquirir o bem ou serviço, por exemplo uma pessoa que vai ao cinema, não lhe é permitido entrar no cinema com as suas pipocas porque o cinema só permite pipocas compradas dentro do cinema, que é relativamente mais caro consumidor por não ter dinheiro para comprar as pipocas vendidas no cinema, vai ter as suas necessidades não satisfeitas.

Uma outra consequência que pode ser apontado é a aquisição de bens e serviços que de facto o consumidor não precise.

5. Figuras Afins da Venda Casada.

No tráfego jurídico existirão muitas situações parecidas a venda casada, mas uma vez analisadas os seus pressupostos conduzirão a outras figuras entre as quais temos a destacar: os contratos mistos, união de contratos, venda a grosso, as coisas que constituem parte integrante.

²² Instituto Nacional de Estatística. Indicadores de Emprego e Desemprego, 1ª edição, p. 11.

- a) *Os contratos mistos*, são contratos que fundem-se o regime de dois ou mais contratos total ou parcialmente típicos. A distinção entre este contrato com a venda casada é que na venda casada não existe fusão de regimes jurídicos e já nos contratos mistos existe fusão de regime jurídicos de dois ou mais contratos²³ uma outra distinção que pode ser levantado é que na venda casada os contratos, cada contrato mantêm a sua individualidade, são dois ou mais contatos que estão ser celebrados por força do condicionamento, de forma simultâneo, já nos contratos mistos a fusão leva-nos apenas a um tipo contratual, não estamos a celebrar vários contratos, estamos mesmo a celebrar um único contrato com a fusão de regime vários contratos. Uma outra diferença que pode ser levantada, na venda casada a prestação não corresponde uma contraprestação de um tipo contratual diferente, já nos contratos mistos, precisamente na sua modalidade “contratos de tipo duplo ou geminado” uma prestação pode corresponder uma contraprestação de um tipo contatual diferente, temos como exemplo o arrendamento de um apartamento , vinculando-se a arrendatária de prestar a sua atividade laboral como empregada de limpeza.²⁴ Uma outra diferença é que na venda casada não utiliza estrutura de um dado tipo contratual como plataforma para lograr uma finalidade característica de outro tipo contratual, já nos contratos mistos precisamente contratos cumulativos faz se isso, temos como exemplo por via da compra e venda se alcançam fins típicos da doação, ou seja, a pessoa celebra compra e venda de um bem, mas na verdade o que mesmo pretende é doa-lo,etc.²⁵
- b) *A união de contratos*, que são contratos celebrados de forma simultâneos , onde cada contrato mantêm a sua individualidade, conservam a sua identidade e os vários regimes não se fundem, cumulam-se.²⁶ Este tipo contratual também não se reduz a venda casada porque, enquanto na venda casada os condicionamentos resultam da vontade de uma parte, neste caso o fornecedor, na união de contratos os condicionamentos resultam da vontade de ambas as partes como acontece por exemplo na união interna e alternativa, ou ainda pode não haver condicionamentos, como no caso da união externa, onde a celebração simultâneo dos contratos é feita de forma acidental, sem o vendedor ou o

²³ Orlando Fernandes, sumário, cit., p.109.

²⁴ Idem, p. 110.

²⁵ Idem.

²⁶ Idem, p. 112.

comprador condicionarem, como exemplo um individuo que vai na cantina e compra, bolacha, lapizeira, caderno, etc.²⁷

- c) *Venda à grosso*, que é a atividade comercial que consiste na aquisição de produtos aos importadores e /ou a produtores e na sua venda a grosso, realizada em instalações adequadas à natureza da mercadoria a comercializar , não efetuando venda direta ao público consumidor.²⁸ O comércio a grosso não reduz- se também a venda casada. Existirá muitas situações em que o fornecedor condicionará a compra d e determinados produtos ou serviços numa quantidade estabelecido pela mesma, pode isto consistir numa venda a grosso ou venda casada? A resposta a está questão não é absoluta, deve- se se analisar primeiro os requisitos da venda a grosso:
- i. tenha capacidade civil e comercial nos termos da legislação comercial em vigor.
 - ii. Possua infraestrutura comercial a grosso , de construção definitiva, na qualidade de proprietária ou arrendatário, em local devidamente delimitado, coberto e fechado, com uma área mínima de armazenamento de 300m² e capacidade de execução de operações de carga e descarga de mercadorias, fora das zonas urbanas e cidades.
 - iii. Não seja inibido exercício de comércio por falência ou insolvência.
 - iv. Não esteja inibida do exercício de comércio por sentença transitada em julgado.²⁹ Não cumprido estes requisitos não é venda a grosso e se o fornecedor exigir a compra a uma determinada quantidade estaremos em presença da venda casada.
- d) *Coisas que constituem parte integrante*, é toda coisa móvel ligada materialmente ao prédio com carácter de permanência.³⁰ As coisas que constituem parte integrante também não se confunde com a venda casada, porque na venda casada o bem ou serviço a ser fornecido mantém a sua autonomia, enquanto as coisas que constituem parte integrante, a venda da coisa principal, a coisa que constitui parte integrante deve acompanhar a coisa principal, visto que se forem retirados, perdem a sua autonomia como coisa, não se trata de uma venda casada de bens ou serviços na medida em que

²⁷ Idem.

²⁸ Vide n.º 13º do art.º 4.º da Lei n.º 1/07 de 14 de Maio, Lei das Atividades Comerciais.

²⁹ Vide art.º 16º do DP n.º 289/10, de 30 de Novembro.

³⁰ Pedro Pais de Vasconcelos, Teoria Geral do Direito Civil, Editora Almedina, 8ª edição, p.205.

desde que começou integrar a coisa principal começa a fazer parte dela de carácter permanente, como se uma coisa se trata-se.

6. Situações Onde a Venda Casada Não Deve Ser Proibida

Praticamente todos os produtos podem ser fragmentados, tanto no sentido físico quanto econômico, o que pode trazer dificuldades quando da tentativa de determinar se o que está sendo vendido no mercado é efetivamente uma venda casada ou se esta reunião de bens consiste, em verdade, em um único produto. De forma geral, a resposta da questão parece transitar em torno da própria característica da demanda existente, para que certos itens sejam vendidos em conjunto ou separadamente.

Pode haver exceções (como a moça que gostaria de colocar no casaco fecho especial ou trocar os cadarços de seu tênis por outros coloridos), os consumidores usuais não se interessariam pela aquisição de um paletó sem os botões, tão pouco sapatos sem amarrilhos.³¹

Em algumas situações, a venda casada deve ser considerada legal, a nosso ver, como por exemplo: a loja de ternos masculinos que não vende a calça separada, não comete prática abusiva, assim como o fabricante de gelado que comercializa o seu produto em potes de um, dois litros, e não vende apenas a "bola" do gelado, também não pratica ato ilícito.

A possibilidade também deve existir, por exemplo, nas vendas promocionais do tipo "pague 2 e leve 3", desde que o consumidor possa adquirir, caso queira, o produto singular pelo preço normal. Nesses casos de imposição limite mínimo, sobretudo por serem situações mais delicadas, deverá o intérprete analisar se há razoabilidade ou não na limitação, de forma a evitar os abusos, tanto pelo fornecedor como pelo consumidor.³² No que diz respeito ao limite da quantidade do produto adquirido, a LDC não estabeleceu proibição de forma absoluta, pois caso haja a presença da justa causa, a venda casada será permitida, assim, será legal a obtenção de um produto o qual esteja em consonância, portanto, há de se levar em consideração, que se configuram como válido, os produtos industrializados que acompanham o padrão tradicional no mercado, como o sal vendido em pacotes com 500 gramas, a farinha, os cereais, dentre outros. Assim como também as empresas de fast-food que alegam que seu objetivo não é vender brinquedos, e sim comida. Portanto, o brinquedo é meramente um brinde que é oferecido quando se adquire um determinado lanche. E "brindes" não consistem em venda casada, uma vez que o consumidor tem a opção de comprar o lanche sem o brinde.

³¹ Consultado FORGIONI, 2018. p. 310.

³² Segundo GARCIA, 2008, p. 222.

Quanto aos casos que envolvem os pacotes promocionais o fornecedor que o disponibiliza com desconto e, alternativamente assegura de forma clara e sem burlas o produto individualmente, porém sem desconto, não está limitando as possibilidades de escolha do consumidor. Portanto não configura prática abusiva.

7. Venda Casada no Mercado Formal

Mercado formal como o próprio nome corresponde o significado, caracteriza-se como uma formalização legal de qualquer tipo de negócio de produtos ou de serviços conciliada com um conjunto de regras, leis, normas jurídicas, com a finalidade de verificar e controlar esse mercado.³³

7.1. Venda Casada em Banco

A venda casada em bancos ocorre quando, para contratar um produto ou serviço financeiro, o cliente é informado que tem de pagar também por outro serviço ou produto. Esta prática comum no dia a dia de bancos e seguradoras é expressamente proibida.³⁴

Em Angola os principais exemplos da ocorrência da venda casada com produtos financeiros e seguros são: o seguro habitacional vinculado a financiamento imobiliário; a imposição de depósito a prazo constituído para envio de remessa para o estrangeiro. Dentre elas estão certas imposições feitas por bancos para abrir conta ou oferecer crédito, como, por exemplo, somente dar empréstimos se o consumidor fechar algum tipo de seguro (residencial ou de vida).

7.2. Venda Casada nos Cinemas, Bares e Restaurantes

Se já foi ao cinema, certamente já deve ter notado que é expressamente proibida a entrada de alimentos que não foram adquiridos dentro do mesmo estabelecimento. A prática de impedir que o consumidor ingresse na sala de exposição do cinema com a pipoca comprada fora do local é abusiva.³⁵

³³Consultado <https://www.monografias.com/pt/docs/Mercado-formal-e-informal-FKW4NPX7X>, no dia 18 de Agosto de 2021, pelas 9h00.

³⁴ Consultado <https://www.parmais.com.br/blog/o-que-e-venda-casada-em-bancos>, no dia 18 de Agosto de 2021, pelas 11h00.

³⁵ Segundo o professor RIZZATO NUNES.

Como se sabe, a venda casada é uma imposição feita pelo fornecedor ao consumidor. Ela se dá quando o vendedor exige do consumidor que, para ele comprar um produto, tem que obrigatoriamente adquirir outro (o mesmo se dá com os serviços).

Trata-se de uma prática abusiva casada ao contrário, pois quer forçar o consumidor a comprar os produtos vendidos no local. Além do que, é antipático e improdutivo.³⁶

Em Angola é comum encontrar também bares e restaurantes uma limitação no consumo, prática consiste em obrigar os clientes a gastarem um valor mínimo em bebidas, porções e pratos para entrada no estabelecimento.

Por exemplo: quando uma casa noturna cobra um ingresso de cinco mil kwanzas consumíveis, trata-se de uma venda casada. Se o cliente não quiser ou não conseguir consumir todo esse valor enquanto estiver lá, não receberá a diferença de volta. Dessa forma o cliente fica sem opção: ou ele gasta toda a cota ou irá pagar por algo que não aproveitou.

7.3. Venda Casada no Sector das Telecomunicações.

Em Angola já há empresas que fornecem combos de internet, telefone e TV, como a TV Cabo e a ZAP (Fibra) que fornece um combo de internet e TV, essa última ao contrário da TV Cabo não fornece esses serviços de forma separada, o que configura uma venda casada.

Se o cliente quiser contratar só o plano de internet ou de TV, a empresa é obrigada por lei a fornecer o serviço de forma separada a um preço justo. É contra o ordenamento jurídico angolano impor que o cliente adquira os dois itens de uma vez, ainda que seja permitido fazer uma promoção para vender o combo por um preço menor.

No caso da internet e do telefone, a cobrança de taxas mínimas independentemente do consumo não é ilegal, já que a empresa tem um custo para garantir a disponibilidade do serviço.

7.4. Venda Casada nos Salões de Festas com Buffet.

Se você já pesquisou salões para casamento, festas e outros eventos do tipo, deve ter se deparado com a tentativa de impor que o salão e o buffet sejam contratados juntos, é raro, mas acontece, configurando assim uma venda casada.

O aluguer do espaço e a alimentação dos convidados são serviços distintos, portanto devem ser vendidos separadamente. Se o fornecedor quiser oferecer os dois serviços, sem problemas,

³⁶ Idem.

desde que o cliente também tenha a opção de reservar o salão e contratar o buffet de outro lugar, se assim preferir.

8. No Mercado Informal.

Não se pode falar de venda casada no mercado informal sem antes conceituar, entender o que é o mercado informal. O mercado informal é aquele que envolve elementos que ou não são regulamentados (não há legislação específica que determine como devem ser comercializados) ou da comercialização de produtos ilegais, sendo uma forma de mercado que existe para o bem e para o mal, às margens da lei, sem garantia e proteção adequadas aos consumidores, produtores e fornecedores.³⁷

Feita as análises das causas e das consequências em torno deste fenómeno no mercado formal e informal, chega a agora o momento de apresentar as principais formas de manifestação, como se traduzem. Como já vimos anteriormente em Angola a grande maioria das pessoas empregadas têm empregos informais 80,8%³⁸, os números demonstram como é grande o mercado informal, como é grande o sector económico “incontrolável”. Se o mercado formal onde existem regras e meios de fiscalização apresenta grandes dificuldade de controle imaginemos um sector informal onde os próprios agentes muitas vezes ditam as suas regras? Pois é, é um sector difícil. A dimensão do sector informal reflete claramente na diversidade de espécies de vendas casadas que possam existir, desde a Senhora que vende bombó com ginguba, obrigando quem comprar bombó tenha sempre acompanhado com ginguba e vice-versa, até a zungueira que obriga o comprador a comprar certo produto só se for em quantidade determinadas pelas mesmas. São inúmeras práticas abusivas do género no mercado informal, porque o que mais acontece neste sector é a condução dos seus destinos, em função das vontades, convicções e regras do vendedor, por não existirem regras, ou até existirem, mas não existem órgãos capazes de fiscalizar o cumprimento destas regras.

9. Soluções e Possíveis Desafios para o Problema da Venda Casada.

Depois de vermos como este fenómeno opera no mercado formal e informal, urge a necessidade de apresentar soluções para reduzi-lo.

Sociedade e família

³⁷ Vide www.brainly.com.br às 11h, dia 17 de Agosto de 2021.

³⁸ Instituto Nacional de Estatística. Indicadores de Emprego e Desemprego, 1ª edição, p. 11.

A primeira solução apontada é que a família, a sociedade em geral desempenhem com eficácia os seus papéis como moralizadores. Como podem fazer isso? No caso da família é fundamental desde a infância até a idade adulta, semeie valores morais como a sinceridade, honestidade, solidariedade, compaixão, etc; quanto à sociedade em geral, no caso particular das escolas e igrejas também devem ser semeadores, fomentadores destes mesmos valores. No mercado informal por exemplo, as senhoras zungueiras podem não conhecer regras jurídicas sobre o funcionamento do mercado, mais se tiverem estes princípios, estes valores bem inculcados, com certeza evitarão práticas abusivas do género. O primeiro grande desafio está lançado para a família e a sociedade em geral.

Direito de informação

A segunda solução apontados por nós passa pela efetivação plena, do direito de informação, que é um direito fundamental com respaldo constitucional, previsto no artº 40º da C.R.A e o nº 1 do artº 78º da C.R.A onde diz-nos que o consumidor tem direito à informação, é preciso que a informação chegue a todo canto do país, de Cabinda ao Cunene, do mar ao leste, de forma igual a todos consumidores sobre os direitos que os mesmos têm, esta mesma informação chegue também ao fornecedor, porque muitas vezes o fornecedor só viola direitos do consumidor por não saber os direitos que correspondem ao consumidor. O segundo grande desafio está lançado que é a necessidade do aumento de alcance da informação.

Fiscalização

A terceira solução apontada, é um Estado mais fiscalizador. Sabemos que nos termos do nº 1 do art.º 89º da CRA cabe o Estado a função de organizador e regulador da atividade económica, protegendo o consumidor. O terceiro grande desafio está lançado, que é um Estado mais interventivo e fiscalizador.

Meios para reclamações, denúncias e queixas

A quarta solução apresentado por nós passa necessariamente por garantir mais meios para que os consumidores possam fazer as suas reclamações, denúncias e queixas e que processamento destes pedidos sejam feitos de forma mais célere. O Direito à reclamação, à denúncia ou à queixa é um direito fundamental com valor constitucional previsto no art.º 73º da CRA. Cabe ao Estado criar as condições para que estes direitos possam ser exercidos e principalmente para que haja celeridade nas soluções, visto que o princípio da celeridade é um dos princípios fundamentais para o bom funcionamento da Administração Pública. O quarto

desafio que passa pela criação de mais meios de reclamação, denúncia ou queixa, pela celeridade e rapidez nas soluções.

Transformação do mercado informal em formal

A quinta solução, passa pela transformação ou tornar formal o mercado informal para dar maior margem de controle. Aqui desafio é maior, é um trabalho de muitos e muitos anos, mas se queremos proteger de facto todos os consumidores de forma igual, como previsto no art.º 23º da CRA é preciso começar já. É preciso que o Estado crie políticas de transformação paulatina do sector informal para o sector formal. O quinto grande desafio está lançado, que passa entre vários na opção de mecanismos que dão maior margem de controle do sector informal tornando-o formal.

Clarificação da relação ANIESA e o INADEC

A sexta solução apresentada, passa pela clarificação das formas de relacionamento entre a ANIESA e o INADEC, traçar os limites de atuação, delimitar as competências. O sexto grande desafio passa em precisar os campos de atuação das entidades responsáveis pela proteção dos consumidores, evitando conflito de competência e evitar que cidadão fique na dúvida em que entidade recorrer.

Conclusão

Tendo em vista os fatos mencionados, é inegável a presença da venda casada em Angola, no qual, esse abuso é praticado tão frequentemente, que muitas vezes não é sequer percebido, desde o mercado formal ao mercado informal, esta prática é muitas vezes motivadas entre vários, por uma fiscalização pouco eficaz presente em Angola.

Chegamos a conclusão apesar do respaldo constitucional, legislação existente e a criação de instituições vocacionadas para a defesa do consumidor, a proteção efetiva dos direitos do consumidor ainda não é o mais desejado, por isso com este artigo pretendemos chegar ao maior número de mentes possíveis de forma a tomarem conhecimento e formarem juízos sobre essa matéria, que é muito importante para todos nós enquanto consumidores, porque, afinal todo mundo é consumidor, logo o seu direito como consumidor também está em eminência de ser violado, afinal milhares de direitos do consumidor são e podem estar a ser violados em minutos, segundos ou até milésimos.

Referências Bibliográficas

- ESTATÍSTICA, Instituto Nacional de -Indicadores de Emprego e Desemprego, 1ª edição, p. 11
FERNANDES, Orlando -Sumário de Direito das Obrigações, editora Casa das Ideias 2008.
HOLANDA, Nilson - Introdução À Economia, editora Vozes, 8ª edição.
Jornal de Angola, edições de 7 e 20 de Setembro de 2019, 26 de junho de 2020.
LEITÃO, Menezes - Direito das Obrigações, 11ª edição, volume I, editora Almedina 2014.
SANTOS, António Carlos dos, Maria Eduarda Gonçalves e Maria Manuel Leitão Marques-Direito Económico, editora Almedina, 6ª edição 2013.
VASCONCELOS, Pedro Pais de - Teoria Geral do Direito Civil, editora Almedina, 8ª edição 2015.

Sites:

Brainly: www.brainly.com.br às 11h, dia 17 de Agosto de 2021

Migalhas: www.migalhas.com.br , no dia 16 de Agosto de 2021 pelas 12 h00

Monografias: <https://www.monografias.com/pt/docs/Mercado-formal-e-informal-FKW4NPX7X> , no dia 18 de Agosto de 2021 pelas 9h00

Parmais: <https://www.parmais.com.br/blog/o-que-e-venda-casada-em-bancos>, no dia 18 de Agosto de 2021, pelas 11h00

Legislação:

Constituição da República de Angola

Código Civil

Decreto Presidencial n.º 289/10, de 30 de Novembro, regulamento sobre a organização, exercício e funcionamento da atividade de comércio a grosso

Decreto Presidencial n.º 267/20 de 16 de Outubro

Lei n.º 05/03, de 22 de Julho, Lei de Defesa do Consumidor

Lei n.º 01/07, de 14 de Maio, Lei de das atividades comerciais

Lei n.º 18/21, de 16 de Agosto, Lei de Revisão Constitucional

