



DIÁRIO DA REPÚBLICA

ÓRGÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE ANGOLA

Preço deste número - Kz: 190,00

Toda a correspondência, quer oficial, quer relativa a anúncio e assinaturas do «Diário da República», deve ser dirigida à Imprensa Nacional - E.P., em Luanda, Rua Henrique de Carvalho n.º 2, Cidade Alta, Caixa Postal 1306, www.imprensanacional.gov.ao - End. teleg.: «Imprensa».

ASSINATURA

Ano

As três séries	Kz: 611 799.50
A 1.ª série	Kz: 361 270.00
A 2.ª série	Kz: 189 150.00
A 3.ª série	Kz: 150 111.00

O preço de cada linha publicada nos Diários da República 1.ª e 2.ª série é de Kz: 75.00 e para a 3.ª série Kz: 95.00, acrescido do respectivo imposto do selo, dependendo a publicação da 3.ª série de depósito prévio a efectuar na tesouraria da Imprensa Nacional - E. P.

SUMÁRIO

Presidente da República

Decreto Presidencial n.º 225/15:

Altera os artigos 8.º, 10.º, 37.º e 38.º do Decreto Presidencial n.º 184/15, de 30 de Setembro, que cria a Agência para a Promoção do Investimento e Exportações de Angola — APIEX e adita o artigo 28.º-A ao Estatuto Orgânico. — Revoga toda a legislação que contrarie o disposto no presente Diploma.

Despacho Presidencial n.º 139/15:

Autoriza a abertura do Concurso Limitado por Prévia Qualificação e aprova o Programa de Procedimentos dos Concursos para Conclusão e Construção de Infra-Estruturas de Pólos de Desenvolvimento Industrial e cria a Comissão de Avaliação dos referidos concursos.

Ministérios das Finanças e do Ensino Superior

Decreto Executivo Conjunto n.º 693/15:

Aprova a cobrança de taxas no processo de reconhecimento de estudos do ensino superior feitos no exterior do país e no processo de homologação de estudos do ensino superior feitos em território nacional. — Revoga toda a legislação que contrarie o disposto no presente Diploma.

Ministério da Comunicação Social

Decreto Executivo n.º 694/15:

Aprova o regulamento interno da Direcção Nacional de Publicidade. — Revoga o Decreto Executivo n.º 79/07, de 2 de Julho.

Banco Nacional de Angola

Aviso n.º 11/15:

Regula a classificação dos subsistemas de compensação e de liquidação do Sistema de Pagamentos de Angola (SPA). — Revoga o Aviso n.º 1/09, de 24 de Março.

PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Decreto Presidencial n.º 225/15 de 24 de Dezembro

Considerando que através do Decreto Presidencial n.º 184/15, de 30 de Setembro, foi criada a Agência para a Promoção do Investimento e Exportações de Angola — APIEX que

materializa a adopção de um conjunto de medidas de política que constituem uma forte alavanca para a implementação da Nova Política Comercial em matéria de internacionalização do mercado, das empresas e dos produtos nacionais;

Havendo necessidade de dotar a mesma de um serviço executivo voltado para o processo produtivo interno e que se encarregue de proceder à recolha e tratamento de informações sobre a estrutura, comportamento e tendências do mercado internacional e, em particular, com o sector empresarial, realizar ações tendentes a facilitar a inserção dos produtos angolanos no circuito comercial externo;

O Presidente da República decreta, nos termos da alínea d) do artigo 120.º e do n.º 1 do artigo 125.º, ambos da Constituição da República, o seguinte:

ARTIGO 1.º (Aprovação)

É aprovada a alteração dos artigos 8.º, 10.º, 37.º e 38.º do Decreto Presidencial n.º 184/15, de 30 de Setembro, que cria a Agência para a Promoção do Investimento e Exportações de Angola — APIEX.

ARTIGO 2.º (Alteração do artigo 8.º)

A alínea c) do n.º 3 do artigo 8.º do Estatuto Orgânico da Agência para a Promoção do Investimento e Exportações de Angola — APIEX, passa a ter a seguinte redacção:

«ARTIGO 8.º
[...]

- [...]
- 1. [...]
- a) [...]
- b) [...]
- c) [...];
- d) [...].
- 2. [...].
- a) [...]

2. A reclamação deverá ser decidida no prazo de 90 dias, notificando-se o interessado do teor da decisão e da respectiva fundamentação.

3. Salvo disposição legal em contrário, presume-se indeferida para efeitos de impugnação judicial-tributária a reclamação que não é decidida no prazo previsto no número anterior.

ARTIGO 12.º
(Revogação)

É revogada toda a legislação que contrarie o disposto no presente Diploma.

ARTIGO 13.º
(Dúvidas e omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da interpretação e aplicação do presente Diploma são resolvidas pelos Ministros do Ensino Superior e das Finanças.

ARTIGO 14.º
(Entrada em vigor)

O presente Diploma entra em vigor a partir da data da sua publicação.

Publique-se.

Luanda, aos 23 de Novembro de 2015.

O Ministro das Finanças, *Armando Manuel*.

O Ministro do Ensino Superior, *Adão Gaspar Ferreira do Nascimento*.

MINISTÉRIO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Decreto Executivo n.º 694/15 de 24 de Dezembro

Havendo necessidade de se adequar o Regulamento Interno da Direcção Nacional de Publicidade ao novo Estatuto Orgânico do Ministério da Comunicação Social;

Em conformidade com os poderes delegados pelo Presidente da República, nos termos do artigo 137.º da Constituição da República de Angola, e de acordo com os artigos 5.º e 25.º, ambos do Estatuto Orgânico, aprovado pelo Decreto Presidencial n.º 102/14, de 12 de Maio, determino:

ARTIGO 1.º
(Aprovação)

É aprovado o Regulamento Interno da Direcção Nacional de Publicidade, anexo ao presente Diploma do qual é parte integrante.

ARTIGO 2.º
(Revogação)

É revogado o Decreto Executivo n.º 79/07, de 2 de Julho.

ARTIGO 3.º
(Dúvidas e omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da aplicação do presente Decreto Executivo são resolvidas pelo Ministro da Comunicação Social.

ARTIGO 4.º
(Entrada em vigor)

Este Diploma entra em vigor na data da sua publicação.

Publique-se.

Luanda, a 1 de Dezembro de 2015.

O Ministro, *José Luís de Matos Agostinho*.

REGULAMENTO INTERNO DA DIRECÇÃO NACIONAL DE PUBLICIDADE

CAPÍTULO I Definição e Atribuições

ARTIGO 1.º
(Definição)

A Direcção Nacional de Publicidade do Ministério da Comunicação Social é o serviço executivo directo do Ministério ao qual compete o estudo, acompanhamento, orientação, promoção e desenvolvimento dos serviços de publicidade.

ARTIGO 2.º
(Atribuições)

São atribuições da Direcção Nacional de Publicidade as seguintes:

- a) Reunir e sistematizar as informações sobre a actividade publicitária;
- b) Proceder ao registo das empresas ou agências de publicidade;
- c) Fiscalizar os conteúdos publicitários;
- d) Emitir pareceres técnicos em matérias relativas à sua especialidade;
- e) Desempenhar as demais funções que lhe sejam acometidas por lei ou por determinação superior.

CAPÍTULO II Estrutura

ARTIGO 3.º
(Estrutura)

1. A Direcção Nacional de Publicidade é dirigida por um Director Nacional.

2. A Direcção Nacional de Publicidade tem a seguinte estrutura interna:

- a) Departamento de Publicidade;
- b) Departamento de Fiscalização dos Conteúdo Publicitários;
- c) Departamento de Agências de Publicidade e Registo.

ARTIGO 4.º
(Chefia dos Departamentos)

Os Departamentos que integram a Direcção Nacional de Publicidade são dirigidos por Chefes de Departamento Nacional.

CAPÍTULO III Competência

ARTIGO 5.º (Director Nacional)

Ao Director Nacional de Publicidade compete o seguinte:

- a) Gerir, planificar, orientar, coordenar as actividades da Direcção Nacional;
- b) Submeter à apreciação superior as propostas, pareceres e estudos relacionados com a actividade da Direcção;
- c) Propor a promoção, nomeação e transferência dos funcionários da Direcção;
- d) Apresentar superiormente o relatório anual das actividades da Direcção;
- e) Manter a disciplina laboral;
- f) Transmitir aos funcionários da Direcção as orientações superiores, principalmente as saídas dos Conselhos de Direcção e Editorial;
- g) Desenvolver outras tarefas que lhe sejam atribuídas superiormente.

ARTIGO 6.º (Departamento de Publicidade)

O Departamento de Publicidade tem as seguintes competências:

- a) Reunir e sistematizar informações sobre a actividade publicitária;
- b) Estudar a tipologia da publicidade utilizada, e propor o seu ajuste aos princípios previstos na legislação vigente sobre a matéria;
- c) Coligir legislação do interesse do Sector da Comunicação Social e propor a edição de separatas sobre a mesma;
- d) Procurar conhecimento actualizado sobre os diferentes meios e suportes publicitários;
- e) Propor a planificação de tarefas específicas sobre a actividade publicitária;
- f) Colaborar com as Instituições do Executivo, do Estado e da Sociedade Civil para a implementação das políticas de publicidade;
- g) Interpretar elementos sobre publicidade, fornecidos por produtores ou agências e aconselhar ou não a sua utilização pelas Instituições Públicas;
- h) Elaborar, em colaboração com o Departamento de Agências de Publicidade e Registo, Departamento de Fiscalização dos Conteúdos Publicitários, os pareceres sobre publicidade que lhe forem solicitados;

- i) Analisar a publicidade difundida e divulgada pelos meios audiovisuais, e propor os ajustes necessários nos termos da Lei n.º 9/02, de 30 de Julho, e demais legislação vigente sobre a matéria;
- j) Desenvolver outras tarefas que lhe sejam cometidas superiormente.

ARTIGO 7.º (Departamento de Fiscalização dos Conteúdos Publicitários)

Compete ao Departamento de Fiscalização dos Conteúdos Publicitários:

- a) Fiscalizar o exercício da actividade das agências de publicidade registadas;
- b) Proceder à fiscalização dos conteúdos publicitários, nos termos da Lei n.º 9/02, de 30 de Julho, e demais legislação vigente sobre a matéria;
- c) Proceder à análise e apreciação da documentação que lhe for presente para o registo;
- d) Emitir pareceres nos processos para obtenção de visto de trabalho das entidades que pretendam exercer actividade publicitária;
- e) Reunir e sistematizar toda a informação sobre a actividade publicitária veiculada através de outdoors e outros suportes;
- f) Desenvolver outras tarefas que lhe sejam cometidas superiormente.

ARTIGO 8.º (Departamento de Agências de Publicidade e Registos)

Compete ao Departamento das Agências de Publicidade e Registos:

- a) Reunir e sistematizar informações periódicas sobre as agências de publicidade registadas;
- b) Arquivar as cópias dos certificados de registo, dos pareceres e da documentação presente pelos agentes publicitários;
- c) Enviar notas escritas para as agências publicitárias relativas às suas solicitações;
- d) Coligir listas das agências de publicidade registadas;
- e) Preparar todo o expediente conducente ao registo das empresas ou agências de publicidade e outras entidades que pretendam exercer a actividade publicitária;
- f) Proceder à análise e apreciação da documentação que lhe for presente para o registo das entidades que pretendam exercer a actividade publicitária;
- g) Elaborar, em colaboração com o Departamento de Publicidade e Gestão de Publicidade Institucional,

- os pareceres sobre vistos de trabalho que lhe forem solicitados;
- h) Estudar os meios de publicidade, com o fim de reunir e sistematizar informações sobre os mesmos;*
 - i) Propor e orientar a planificação de tarefas específicas relativas ao registo das agências publicitárias;*
 - j) Zelar e controlar nos limites admitidos pela lei competente, os serviços prestados pelas Direcções Provinciais da Comunicação Social em relação a actividade publicitária;*
 - k) Manter actualizados os registos e elaborar uma base de dados em suporte informático e físico sobre as agências e entidades registadas;*
 - l) Elaborar propostas para manter um serviço de registos eficiente e eficaz;*
 - m) Proceder à entrega dos certificados de registo, pareceres e notas aos agentes publicitários;*
 - n) Exercer outras funções que lhe sejam superiormente acometidas.*

ARTIGO 9.º

(Competência dos Chefes de Departamento)

Aos Chefes de Departamento compete o seguinte:

- a) Apresentar propostas e emitir pareceres no âmbito das atribuições dos respectivos Departamentos;*
- b) Propor às áreas de trabalho nos respectivos Departamentos e os seus responsáveis;*
- c) Propor a aquisição do material necessário ao funcionamento das áreas e velar pela sua conservação;*
- d) Executar as demais tarefas que sejam atribuídas pelo Director Nacional de Publicidade;*
- e) Apresentar relatórios periódicos da actividade dos respectivos Departamentos.*

CAPÍTULO IV

Disposições Finais

ARTIGO 10.º

(Resolução de dúvidas)

As dúvidas e omissões decorrentes da execução e aplicação do presente Regulamento Interno são resolvidas pelo Ministro da Comunicação Social.

ARTIGO 11.º

(Vigência)

O presente Regulamento Interno entra em vigor na data da sua publicação.

O Ministro, *José Luis de Matos Agostinho.*

BANCO NACIONAL DE ANGOLA

Aviso n.º 11/15 de 24 de Dezembro

Havendo necessidade de actualizar a regulamentação dos subsistemas de compensação e liquidação do Sistema de Pagamentos de Angola (SPA), com vista a adoptar mecanismos de controlo de riscos;

Considerando, igualmente, a necessidade de estabelecer directrizes para o funcionamento dos referidos subsistemas, bem como as responsabilidades relacionadas com a operacionalização dos mesmos;

Considerando o estabelecido no n.º 2 do artigo 3.º da Lei n.º 5/05, de 29 de Julho, Lei do Sistema de Pagamentos de Angola;

Nos termos das disposições combinadas do artigo 7.º da Lei n.º 5/05, de 29 de Julho, Lei do Sistema de Pagamentos, e do artigo 51.º da Lei n.º 16/10, de 15 de Julho, Lei do Banco Nacional de Angola, determino:

ARTIGO 1.º (Objecto e âmbito)

1. O presente Aviso tem como objecto regular a classificação dos subsistemas de compensação e de liquidação do Sistema de Pagamentos de Angola (SPA), tendo em vista a adopção de mecanismos de controlo de riscos, bem como dispor sobre o funcionamento e operacionalização dos referidos subsistemas, e sobre as responsabilidades dos respectivos operadores.

2. Estão sujeitas ao disposto no presente Aviso e às normas complementares divulgadas pelo Banco Nacional de Angola (BNA) as seguintes entidades:

- a) Os operadores dos subsistemas de compensação e de liquidação do SPA;*
- b) Os prestadores de serviços de pagamento;*
- c) Os participantes directos e indiretos dos subsistemas de compensação e de liquidação.*

ARTIGO 2.º (Definições)

Para efeitos do presente Aviso, entende-se por:

- a) Subsistema de pagamentos:* um conjunto de regras, procedimentos e instrumentos que permite a transferência de fundos entre as instituições participantes. Inclui os participantes e a entidade que opera o mecanismo central;
- b) Subsistema de importância sistémica:* subsistema que, em decorrência da natureza ou dos montantes das transacções nele processadas, pode abalar a confiança do público em geral no sistema de pagamentos e na moeda, ou gerar risco sobre a solidez e o regular funcionamento do sistema financeiro