



Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr. general
28 de abril de 2025
Español
Original: inglés

Novena Conferencia de las Naciones Unidas Encargada de Examinar Todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas

Ginebra, 7 a 11 de julio de 2025

Tema 19 del programa provisional

**Examen voluntario entre homólogos del derecho
y la política de protección del consumidor**

Examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor: Angola

Resumen*

* Las observaciones, interpretaciones y conclusiones que figuran en este documento pertenecen a los autores y no reflejan necesariamente las opiniones de las Naciones Unidas, su personal o los Estados Miembros. El presente documento es un resumen del informe completo sobre el examen voluntario entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor de Angola.



I. Introducción

1. Los exámenes voluntarios entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor proporcionan una evaluación externa e independiente de la eficacia del sistema de protección del consumidor en un país, analizando los marcos legislativo, institucional y de políticas públicas y la aplicación de la legislación pertinente, para determinar sus principales características y los aspectos susceptibles de mejora en dichos marcos y aplicación; evaluar las contribuciones de las partes interesadas pertinentes en este ámbito; y recomendar medidas apropiadas a las autoridades. La UNCTAD ayuda a los países a aplicar las recomendaciones mediante un proyecto de fomento de la capacidad adaptado al contexto. Angola es el séptimo Estado miembro de la UNCTAD y el primer miembro de lengua portuguesa que se ofrece voluntario para un examen entre homólogos del derecho y la política de protección del consumidor¹. El examen entre homólogos se realiza tras la participación de Angola en el proyecto de la UNCTAD de asistencia técnica y fomento de la capacidad sobre competencia y protección del consumidor para los países en desarrollo africanos de lengua portuguesa y Timor Oriental, financiado por Portugal².

II. Contexto político, económico y social

2. Con una superficie aproximada de 1.246.700 km², Angola es el séptimo país más grande de África. Ubicado en la costa centrooccidental de África Meridional, limita con la República Democrática del Congo, Namibia, Zambia y el océano Atlántico. Tiene una población de más de 36 millones de habitantes y está dividido administrativamente en 21 provincias, incluido el enclave de Cabinda. Su capital es Luanda y su moneda, el kwanza³. El idioma oficial del país, en el que se hablan varias lenguas nacionales, es el portugués. Angola posee numerosos recursos minerales, como petróleo, gas natural, diamantes y oro. Los bosques cubren más de la mitad de la superficie de su territorio. Impulsada principalmente por el petróleo, la economía registró un crecimiento del 4,1 % del producto interno bruto en 2024, apoyado por reformas económicas que mejoraron la estabilidad fiscal y la gobernanza⁴. Angola tiene un gran potencial agrícola, pero afronta retos vinculados con el clima que lastran su productividad, como sequías prolongadas, una disponibilidad de agua cada vez más variable y fenómenos meteorológicos extremos⁵. Entre los principales indicadores sociales de la población cabe citar: el 76 % de los habitantes son económicamente activos; el 69 % vive en zonas urbanas; el 48 % tiene acceso a la electricidad; y el 39 % utiliza Internet.

III. Marco legislativo

3. El reconocimiento y la institucionalización de los derechos del consumidor comenzaron con la creación del Instituto Nacional de Defensa del Consumidor (INADEC), mediante el Decreto núm. 5/97, de 25 de julio de 1997. A pesar de que entonces el país no contaba con un marco legislativo oficial de protección del consumidor, los movimientos de consumidores habían cobrado impulso y varias asociaciones de consumidores, entre ellas la Federación Angoleña de Asociaciones de Consumidores, iniciaron sus actividades más o menos al mismo tiempo que el INADEC. La creación de un organismo público dependiente del Ministerio de Industria y Comercio, junto con el creciente papel de las asociaciones de

¹ TD/B/C.I/CPLP/6. Hasta la fecha, Chile, el Gabón, Indonesia, Marruecos, el Perú y Tailandia se han sometido a un examen entre homólogos.

² Véase <https://unctad.org/project/technical-assistance-and-capacity-building-competition-and-consumer-protection-african>.

³ Véanse <https://angolex.com/paginas/leis/lei-da-divisao-politico-administrativa-14a-24a.html> y <https://data.un.org/en/iso/ao.html>.

⁴ Véase <https://mep.gov.ao/noticia/467/sector-petrolifero-e-medidas-de-estimulo-a-economia-real-elevam-o-pib-para-46-no-3o-trimestre-2024-trata-se-do-maior-crescimento-desde-2015>.

⁵ Véanse <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/12/07/angola-s-economic-diversification-and-development-potential-are-inextricably-linked-to-climate-resilience> y <https://africarenewal.un.org/en/magazine/shifting-development-paradigm-angola>.

consumidores, allanó el camino para la aprobación de una legislación marco sobre los derechos del consumidor, que desembocó en la Ley núm. 15/03 de Defensa del Consumidor, de 22 de julio de 2003. Esta ley define los derechos del consumidor, impone obligaciones a las empresas y confía a instituciones como el INADEC, el Consejo Nacional del Consumo y el Ministerio Público un mandato de protección del consumidor.

4. El régimen de protección del consumidor se ha ampliado para abarcar ámbitos fundamentales como las cláusulas generales de los contratos, los mecanismos de reclamación, la mediación y solución de controversias, las prácticas comerciales y las normas de publicidad. Esta evolución se ha visto respaldada por la legislación específica, incluida la Ley núm. 4/03 sobre Cláusulas Generales de los Contratos, de 18 de febrero de 2003; la Ley núm. 12/16 de Mediación y Conciliación, de 12 de agosto de 2016; y el Decreto núm. 234/16, de 9 de diciembre de 2016, que dispone la obligatoriedad de llevar un libro de reclamaciones. Este último es un mecanismo práctico para la presentación *in situ* de reclamaciones por los consumidores en caso de controversia, que promueve el acceso a la justicia, la transparencia y la efectividad de los derechos del consumidor y normaliza el proceso de reclamación, reforzando así la supervisión legal y apoyando el deber del Estado, recogido en la Ley de Defensa del Consumidor, de proteger a los consumidores. La efectividad de los derechos del consumidor también se ha visto reforzada por la Ley núm. 1/07 de Actividades Comerciales, de 14 de mayo de 2007 —modificada en virtud de la Ley núm. 26/21, de 18 de octubre de 2021— y la Ley núm. 9/17 General de Publicidad, de 13 de marzo de 2017. Un hito importante consistió en la incorporación en la Constitución de 5 de febrero de 2010 de un artículo sobre los derechos del consumidor.

A. Evolución del derecho y la política de protección del consumidor

5. La Federación Angoleña de Asociaciones de Consumidores reúne, entre otras, a las siguientes asociaciones: Asociación de Consumidores y Profesionales del Marketing en Red; Asociación de Defensa del Consumidor y del Medio Ambiente; Asociación de Defensa del Consumidor de Angola; Organización de Defensa del Consumidor; Movimiento Ecologista y de Defensa del Consumidor; y Unión de Consumidores por una Alimentación Saludable⁶.

6. La Ley de Defensa del Consumidor consagra los principios generales de la política de protección del consumidor, establece obligaciones para los proveedores de bienes y servicios y asigna un mandato de protección del consumidor a varias instituciones. El marco jurídico se ha reforzado progresivamente con la obligación de los establecimientos comerciales de llevar un libro de reclamaciones, la Ley de Mediación y Conciliación y la Ley General de Publicidad, así como con la normativa sobre competencia (Ley núm. 5/18 de Competencia, de 10 de mayo de 2018 y Decreto núm. 240/18, de 12 de octubre de 2018, por el que se reglamenta la Ley de Competencia), para promover prácticas leales en el mercado en aras del bienestar de los consumidores, facilitando su acceso e inclusión.

B. Legislación sobre protección del consumidor

1. Constitución

7. Los derechos del consumidor están consagrados en el artículo 78 de la Constitución, que establece que el consumidor tiene derecho a bienes y servicios de calidad, a información y aclaraciones, a la garantía de sus productos y a protección en la relación de consumo. El consumidor tiene derecho a ser protegido de la fabricación y el suministro de bienes y servicios nocivos para la salud y la vida, y deberá ser indemnizado por los daños y perjuicios que estos le causen. La publicidad de bienes y servicios de consumo está regulada por ley, y se prohíbe toda forma de publicidad oculta, indirecta o engañosa. La legislación protege a los consumidores y garantiza la defensa de sus intereses. El artículo hace referencia al derecho a bienes y servicios de calidad, al derecho a la información y aclaraciones, a la garantía de los productos y a la protección en las relaciones de consumo, así como a la protección contra el

⁶ Véase <https://consumare.org/membros/angola>.

suministro de productos o servicios nocivos para la salud de los consumidores y a la prohibición de la publicidad oculta, indirecta o engañosa⁷.

8. El reconocimiento de los principales derechos del consumidor en la Constitución lo sitúa al más alto nivel del sistema legislativo nacional. Algunos principios fundamentales de la organización y regulación de las actividades económicas, recogidos en el artículo 89 de la Constitución, también son pertinentes para el sistema de protección del consumidor. Entre ellos cabe citar el papel del Estado como regulador de la economía y coordinador de un desarrollo económico nacional armonioso; la libertad de iniciativa económica, con arreglo a la ley; una economía de mercado basada en los principios y valores —previstos y garantizados por la ley— de la sana competencia, la moral y la ética; y la protección del consumidor y el medio ambiente.

2. Ley de Defensa del Consumidor

9. La Ley de Defensa del Consumidor establece los principios generales de la política de protección del consumidor y detalla sus derechos. La ley incluye normas sobre la responsabilidad por deficiencias de los bienes y servicios, las cláusulas abusivas, las prácticas comerciales y la publicidad, el acceso de los consumidores a la justicia y la responsabilidad del Estado de proteger esos derechos. Además, la ley designa las instituciones competentes en la materia, reconoce a las asociaciones de consumidores y confía al ministerio público el mandato de representar a los consumidores ante los tribunales. Según el artículo 2 de la ley, corresponde al Estado proteger a los consumidores, apoyar la constitución y el funcionamiento de asociaciones de consumidores y hacer cumplir la Ley de Defensa del Consumidor, funciones que abarcan intervenciones legislativas y reglamentarias en los diferentes ámbitos y dimensiones de las relaciones contractuales relacionadas con el consumo. La ley es exhaustiva y ofrece una definición detallada de un conjunto de derechos del consumidor, especialmente en los siguientes ámbitos⁸:

- a) La calidad de los bienes y servicios;
- b) La protección de la vida, la salud y la seguridad física contra los riesgos causados por prácticas en el suministro de bienes y servicios considerados peligrosos o nocivos;
- c) La información y divulgación sobre el consumo adecuado de los bienes y servicios, garantizando la libertad de elección y la igualdad en los contratos;
- d) La protección de los intereses económicos y contra la publicidad engañosa y abusiva;
- e) La prevención y compensación efectivas de los daños y perjuicios patrimoniales y morales individuales, homogéneos, colectivos y difusos;
- f) La protección jurídica, administrativa y técnica de la defensa de sus derechos ante los tribunales.

10. El alcance de los derechos del consumidor se establece con mayor detalle en el artículo 5 y siguientes, y se ajusta en general a las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, aprobadas por la Asamblea General en 1985 y revisadas en 1999 y 2015⁹.

11. Con arreglo al artículo 5 de la Ley de Defensa del Consumidor, el derecho a bienes y servicios de calidad supone que los productos deben ser aptos para satisfacer los fines a los que se destinan y las legítimas expectativas del consumidor, y los proveedores deben garantizar el buen estado y funcionamiento de los bienes muebles no fungibles durante al menos un año, un plazo de garantía que se suspenderá durante el tiempo que insuman las reparaciones de defectos de origen. La Ley núm. 1/07 de Actividades Comerciales refuerza esta obligación, estipulando una garantía de un año para los bienes duraderos y exigiendo a

⁷ Véanse <https://angolex.com/paginas/leis/constituicao-da-republica-de-angola.html#Artigo78> y <https://angolex.com/paginas/leis/lei-da-primeira-revisao-constitucional.html>.

⁸ Véase <https://angolex.com/paginas/leis/lei-de-defesa-do-consumidor.html>.

⁹ A/RES/70/186.

los productores o importadores que ofrezcan servicio técnico y piezas de repuesto durante al menos cinco años a contar de la fecha en que el modelo deje de ser fabricado o importado (de conformidad con las directrices 25 y 33 de las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor).

12. El artículo 6 de la Ley, sobre el derecho a la protección de la vida, la salud y la seguridad física, prohíbe la comercialización de bienes y servicios que presenten riesgos para los consumidores, salvo los considerados normales y previsibles, en cuyo caso el proveedor deberá facilitar información adecuada a ese respecto. Además, se prohíbe el suministro de productos o servicios que, en condiciones de uso normal, entrañen riesgos incompatibles con la protección de la salud y la seguridad de las personas. Para evitar la difusión de productos o servicios peligrosos, las autoridades deberán notificar la existencia de esos bienes y servicios a las entidades reguladoras, que a su vez podrán ordenar su retirada del mercado o su prohibición. Los proveedores también deberán adoptar medidas, como advertir a los consumidores.

13. La Ley de Defensa del Consumidor y el estatuto de la Autoridad Nacional de Inspección Económica y Salubridad Alimentaria se ajustan en líneas generales a las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor, que establecen que los Estados deberían adoptar medidas para garantizar que los productos sean inocuos, incluidas reglamentaciones, normas y registros de seguridad (directriz 16)¹⁰.

14. Los artículos 7 a 9 de la ley, relativos al derecho de los consumidores a la información y educación, exigen al Estado que promueva actividades educativas sobre el consumo en los programas de estudio, apoye las iniciativas de las asociaciones de consumidores y forme a profesionales en este ámbito (de acuerdo con las directrices 42 y 43 de las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor). Sin embargo, la legislación no incluye una referencia general a las necesidades de los consumidores en situación vulnerable. El marco de protección del consumidor no menciona expresamente a grupos de población, como los niños, los ancianos, las familias de bajos ingresos, las personas con discapacidad y las que viven en zonas remotas, a los que se suele conceder una protección adicional. Se espera que las asociaciones de consumidores y los servicios municipales proporcionen información general a los consumidores y que esta información se encuentre en bases de datos sobre los derechos del consumidor. En cambio, los comerciantes deberán facilitar información sobre la composición, el precio, la calidad, la cantidad y los riesgos de los productos y servicios. Los consumidores dispondrán de un plazo de retractación de siete días hábiles cuando el comerciante incumpla esta obligación. Este último podrá ser considerado responsable de los daños y perjuicios, y esta responsabilidad se extenderá a toda la cadena de producción. Sin embargo, la legislación angoleña no ofrece información clara sobre las condiciones de suministro, los períodos de garantía o los medios de reclamación o solución de controversias. La legislación también presenta lagunas en relación con los contratos a distancia y el comercio electrónico, y no hace referencia a la importancia de garantizar un nivel de protección equivalente al que se ofrece en las transacciones presenciales (directrices 5 y 63). Por lo tanto, la Ley de Defensa del Consumidor podría mejorarse para proteger mejor a los consumidores.

15. El derecho a la indemnización por daños y perjuicios, previsto en los artículos 10 a 12 de la ley, abarca la compensación por pérdidas derivadas de defectos de fabricación, montaje, envasado o por la falta de información adecuada. Por regla general, los comerciantes serán objetivamente responsables de los daños y perjuicios causados, incluso si no se prueba su culpabilidad. Cuando un producto sea deficiente en calidad o cantidad, el consumidor podrá exigir la sustitución de las piezas defectuosas o, si esto no es posible, elegir entre recibir un nuevo producto del mismo tipo, un reembolso, una reducción proporcional del precio o un aumento de peso o medida del producto. Lo mismo se aplicará también a los servicios. La protección de los intereses económicos de los consumidores es fundamental para corregir las asimetrías con respecto a los comerciantes y garantizar la equidad y buena fe en las relaciones de consumo. En virtud del artículo 15 de la Ley, los consumidores no estarán obligados por cláusulas contractuales de las que no hayan sido informados previamente o que

¹⁰ Véase <https://angolex.com/paginas/decreto-presidencial/estatuto-organico-da-autoridade-nacional-de-inspeccao-economica-e-seguranca-alimentar-267a-20a.html>.

sean difíciles de entender. Además, las cláusulas contractuales se interpretarán a favor del consumidor, a quien no podrá exigirse que pague por bienes o servicios que no solicitó, ni que solvante los gastos de su devolución. Existe un período de reflexión de siete días respecto de las compras realizadas fuera de establecimientos comerciales.

16. Corresponde al Gobierno garantizar una relación equilibrada en el consumo de bienes y servicios esenciales, como el agua, la energía, las telecomunicaciones y el transporte público. La Ley de Defensa del Consumidor trata de las cláusulas abusivas, y establece la nulidad de las cláusulas contractuales que contravengan sus disposiciones. Los consumidores y sus asociaciones podrán solicitar una declaración de nulidad al Ministerio Público. Además, la Ley núm. 4/03 sobre Cláusulas Generales de los Contratos exige la transparencia de la información sobre los contratos, enumera cláusulas prohibidas o potencialmente inválidas y faculta al Ministerio Público y a las asociaciones de consumidores para iniciar actuaciones a ese respecto.

17. Según el artículo 17 de la Ley de Defensa del Consumidor, en el caso de los contratos de crédito al consumo, deberá suministrarse previamente información clara sobre los precios, tipos de interés, comisiones y condiciones de pago. La disposición establece salvaguardias contra los tipos de interés abusivos y consagra el derecho del consumidor al reembolso anticipado de la deuda. La normativa del Banco Nacional de Angola complementa esta protección. También son pertinentes las normas sobre prácticas comerciales y publicidad, que obligan a los proveedores a facilitar información correcta sobre los productos y servicios y prohíben la publicidad engañosa o abusiva. La Ley núm. 9/17 General de Publicidad refuerza estos principios, impone restricciones a la participación de menores de edad en anuncios y garantiza la transparencia y el respeto de los derechos del consumidor. Entre las sanciones administrativas cabe citar las multas, la incautación y la destrucción de los bienes, la suspensión de las actividades y el cierre de los establecimientos. Sin embargo, las infracciones y sanciones no se establecen en detalle, y se requiere un régimen procesal administrativo o de faltas más preciso para garantizar la protección del consumidor y disuadir a los interesados de incurrir en prácticas ilegales. La protección jurídica, administrativa y técnica garantiza a los consumidores los medios para defender sus derechos, ya sea de forma individual o colectiva.

18. En materia de controversias, el INADEC puede dirigir a los consumidores a centros de arbitraje para la solución extrajudicial de controversias y apoyar medios alternativos de acceso de los consumidores a la justicia. Además, el INADEC, el Ministerio Público y las asociaciones de consumidores pueden defender los derechos e intereses del consumidor a través del sistema judicial, ya que se les ha otorgado la facultad de interponer demandas contra las prácticas desleales, engañosas o fraudulentas. La Ley núm. 12/16 de Mediación y Conciliación no está dedicada a los derechos de los consumidores pero también se aplica a las controversias en este ámbito que pueden resolver el INADEC, los organismos reguladores y algunas asociaciones de consumidores. Desde 2014, el Centro de Solución Extrajudicial de Controversias ofrece mediación, conciliación y arbitraje, también en casos de consumo, proporcionando una alternativa al sistema judicial más rápida y accesible¹¹.

C. Instituciones responsables de la protección del consumidor

1. Instituciones Públicas

19. El INADEC forma parte de la administración pública indirecta y goza de autonomía administrativa y financiera bajo la supervisión del Ministerio de Industria y Comercio¹². Con sede en Luanda, el INADEC lleva a cabo su misión en todo el territorio angolano, a través de servicios descentralizados, como los servicios provinciales, y se ocupa al mismo tiempo de la coordinación metodológica y administrativa. La norma por la que se establecían la misión y las funciones del INADEC fue derogada mediante el Decreto núm. 267/20, de 16 de

¹¹ Véanse <http://www.servicos.minjusdh.gov.ao/noticias/155/centro-extrajudicial-ja-conta-com-regulamento-de-arbitragem> y https://gue.gov.ao/porta/public/assets/pdf/folheto_informativo.pdf.

¹² Véanse https://www.saflii.org/ao/legis/num_act/ridinddc603.pdf, <https://mindcom.gov.ao/web/sobrenos> y <https://lex.ao/docs/presidente-da-republica/2016/decreto-presidencial-n-o-94-16-de-10-de-maio/>.

octubre de 2020, por el que se procedió a una reforma administrativa destinada a alinear el INADEC con las funciones de la Autoridad Nacional de Inspección Económica y Salubridad Alimentaria. Este decreto no disolvió el INADEC ni transfirió sus responsabilidades¹³. Desde la aprobación de ese decreto, las actividades del INADEC se han expuesto en detalle en sus informes anuales, y se ha seguido haciendo referencia al Instituto en el Presupuesto General del Estado. La revocación de sus competencias estatutarias ha generado incertidumbre, pero el INADEC ha seguido protegiendo los derechos del consumidor, coordinando las políticas y luchando contra las prácticas perjudiciales. Se han suprimido sus funciones de inspección del mercado del INADEC, pero se mantienen las de protección del consumidor, que la Autoridad Nacional de Inspección Económica y Salubridad Alimentaria no ha asumido. A pesar de estos cambios, el INADEC sigue funcionando eficazmente, como lo demuestran los informes anuales de actividad correspondientes al período 2020-2024.

20. La Autoridad Nacional de Inspección Económica y Salubridad Alimentaria se creó para centralizar los organismos reguladores de la actividad económica y reducir así la duplicación de funciones. La Autoridad es responsable de garantizar el respeto de las disposiciones aplicables a las actividades económicas, en particular en lo que respecta a la inocuidad de los alimentos. La Autoridad supervisa y regula las prácticas comerciales y desempeña un papel fundamental en el control de la calidad e inocuidad de los productos alimenticios y otros bienes de consumo en el mercado (Decreto núm. 267/20 y artículos 22 a 24 de la Ley núm. 1/07, relativos a la garantía, la calidad y los precios de los productos y los plazos de garantía).

21. La *Provedoria de Justiça* (oficina del defensor del pueblo) es el órgano público independiente encargado de defender los derechos, libertades y garantías de los ciudadanos en relación con la administración pública. Está representada en diez de las provincias. Los consumidores pueden presentar una reclamación ante la oficina, que puede emitir recomendaciones a los órganos de la administración pública (Ley núm. 29/20, de 28 de julio de 2020).

22. El Banco Nacional de Angola garantiza la estabilidad de los precios, preservando el valor de la moneda nacional y la estabilidad del sistema financiero, y se encarga de supervisar las instituciones financieras y otras entidades que prestan servicios bancarios financieros, y de proteger a los clientes de los servicios bancarios. Esto incluye las disposiciones sobre la apertura, el mantenimiento, los movimientos y el cierre de cuentas bancarias por parte de personas físicas y jurídicas, así como las normas particulares aplicables a los créditos a la vivienda y la construcción, los requisitos para obtenerlos y sus plazos, condiciones y costos. Estas últimas normas son fundamentales para que los clientes puedan acceder a préstamos hipotecarios compatibles con sus niveles medios de ingresos. El Banco también tramita las reclamaciones de los clientes, con arreglo a la Ley núm. 14/21 de Régimen General de las Instituciones Financieras, de 19 de mayo de 2021, la Notificación núm. 12/16, de 5 de septiembre de 2016, sobre la comercialización de productos y servicios financieros y los procedimientos aplicables a esta, por la que se refuerza la protección del consumidor y se promueve la transparencia y la disciplina del mercado financiero minorista, la Notificación núm. 1/23, de 30 de enero de 2023, la Notificación núm. 9/23, de 3 de agosto de 2023, y la Instrucción núm. 6/12, de mayo de 2018, sobre los términos, las condiciones y los procedimientos aplicables a la tramitación de las reclamaciones.

23. Según la Ley núm. 18/22, de 7 de julio de 2022, la Agencia Angoleña de Regulación y Supervisión de Seguros es responsable de la regulación, supervisión e inspección de las actividades de seguro y reaseguro, con miras a garantizar la estabilidad e integridad del mercado, la protección de los derechos de los tenedores y los beneficiarios de las pólizas y prácticas leales y eficientes. El régimen general de las instituciones financieras, previsto en la Ley núm. 14/21, también es aplicable a estos productos y servicios.

¹³ Véase <https://lex.ao/docs/presidente-da-republica/2020/decreto-presidencial-n-o-267-20-de-16-de-outubro/>.

24. El Instituto Nacional de Comunicaciones regula, supervisa y controla el sector de las comunicaciones, incluidas las comunicaciones electrónicas y los servicios postales, garantizando la calidad de los servicios en un entorno competitivo (Decreto núm. 108/16 de Reglamento General de las Comunicaciones Electrónicas, de 25 de mayo de 2016, y Decreto núm. 44/02, de 6 de septiembre de 2002, sobre el acceso a la actividad de prestación de servicios de telecomunicaciones de uso público).

25. La Autoridad Reguladora de la Competencia aplica el derecho y la política de la competencia de acuerdo con los principios de economía de mercado y sana competencia, fomentando una cultura de la competencia en la economía y el funcionamiento eficiente de los mercados en aras del interés superior de los consumidores (Ley núm. 5/18, Decreto núm. 240/18, y Decreto núm. 313/18 de Estatuto Orgánico de la Autoridad Reguladora de la Competencia, de 21 de diciembre de 2018, por el que se definen sus atribuciones, facultades y deberes).

2. Instituciones no gubernamentales

26. Las asociaciones de consumidores son organizaciones no gubernamentales, es decir, personas jurídicas sin fines de lucro cuyo objetivo es proteger los derechos e intereses de los consumidores o de sus miembros¹⁴. Dependiendo del ámbito en el que operen, las asociaciones de consumidores pueden tener un alcance local o nacional y contar con al menos 3.000 o 5.000 miembros, respectivamente. Pueden perseguir un interés general o particular. Los diversos derechos de las asociaciones de consumidores están reconocidos, y se asigna al ministerio público la responsabilidad de defender a los consumidores. A las asociaciones de consumidores se confiere, entre otras cosas, la condición de interlocutores sociales en asuntos relacionados con la política de protección del consumidor, es decir, la posibilidad de designar representantes para integrar los organismos públicos consultivos o de coordinación en este ámbito; el derecho a solicitar ante las autoridades administrativas o judiciales la incautación o retirada del mercado de bienes, o la prohibición de servicios perjudiciales para los derechos e intereses de los consumidores; el derecho a participar en los debates sobre la regulación de los precios de los bienes y servicios esenciales, en particular los del gas, el agua, la energía, las telecomunicaciones y el transporte público, y a formular observaciones y solicitar aclaraciones sobre las tarifas y la calidad de los servicios; el derecho de acción colectiva; el derecho a reclamar y denunciar y la legitimación procesal para intervenir en procedimientos penales y de control de infracciones administrativas; el derecho a recibir apoyo del Estado, a través de las administraciones locales y central, en la aplicación de sus objetivos, entre otros en lo que respecta a la formación, la información y la representación de los consumidores; y el derecho a la exención de costos y tasas y a beneficios fiscales idénticos a los concedidos a las instituciones privadas de solidaridad social.

IV. Marco operacional

27. En el marco de la aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor y de su mandato, el INADEC está incrementando las actividades relacionadas con iniciativas de sensibilización en ámbitos como la inocuidad alimentaria, la salud y la sostenibilidad, ya que la protección del consumidor es una cuestión transversal que afecta a todas las actividades económicas. Como se señala en sus informes anuales del período 2020-2024, el INADEC ha intensificado los contactos con otras entidades públicas y privadas que protegen los derechos e intereses de los consumidores, como las universidades.

28. Para aplicar el sistema de protección al consumidor, el INADEC procura fortalecer las relaciones institucionales y mejorar el marco legislativo nacional. Una de las prioridades se refiere al incumplimiento por parte de las empresas de las normas de protección del consumidor y del sistema del libro de reclamaciones. Por consiguiente, la supervisión del mercado ha sido una tarea continua. El INADEC realizó 750 inspecciones a establecimientos comerciales en 2024, en las que detectó 890 infracciones que dieron lugar a actuaciones, y llevó adelante 600 campañas informativas dirigidas a los operadores económicos, la mayoría

¹⁴ Véase https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf.

de ellas sobre el libro de reclamaciones, el marco legislativo y la atención al cliente¹⁵. Además, en 2024, 208 empresas se inscribieron en el programa nacional de formación, lo que permitió capacitar a 691 personas. El INADEC procura detectar fallas y lagunas del marco legislativo de protección del consumidor relacionadas con la supervisión del mercado, para proponer mejoras. En este contexto, INADEC y algunos organismos reguladores han identificado la necesidad de seguir desarrollando las disposiciones sobre las obligaciones de los operadores económicos activos en el comercio electrónico, para reforzar la protección del consumidor y aumentar su confianza en los mercados digitales.

29. El INADEC se encarga de recibir y tramitar las reclamaciones, incluidas las presentadas a través del libro establecido a tal efecto. Agilizar estos procesos es fundamental para mejorar el análisis y la solución de las controversias de consumo. En 2024, el INADEC recibió 2.283 reclamaciones, la mayoría de ellas relacionadas con productos defectuosos; un mal servicio; el incumplimiento del contrato; las garantías; los retrasos en la entrega; y la educación. De las reclamaciones presentadas, se resolvieron 1.122. Las intervenciones dieron lugar a reembolsos a los consumidores por un total de 7.651.722.756,17 kwanzas (8.374.742 dólares).

30. El INADEC se esfuerza por alinear el régimen nacional de protección del consumidor con las normas internacionales, en particular las de las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor y las de la Comunidad de Países de Lengua Portuguesa¹⁶. El INADEC ha observado que estas normas recomiendan el consumo sostenible, lo que representa nuevos retos para los consumidores y ofrece oportunidades de educación y concienciación en apoyo de la transición ecológica. El objetivo es garantizar que los productos y estilos de vida sostenibles sigan siendo accesibles, con independencia de la ubicación geográfica o los ingresos del consumidor. El INADEC está determinado a atender las necesidades de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja, que requieren una protección adicional¹⁷. En cuanto a las actividades de formación, educación y sensibilización de los consumidores, el INADEC pretende llegar al mayor número de consumidores mediante su participación continua en programas de radio y televisión dedicados a los derechos del consumidor. El INADEC aspira a promover una transformación digital mediante la creación de un entorno digital más seguro en el que los derechos del consumidor estén protegidos y una competencia leal promueva una innovación destinada lograr mejores productos para todos.

31. La integración comercial regional y la cooperación económica son prioritarias, sobre todo con la puesta en marcha de la Zona de Libre Comercio Continental Africana, que hace hincapié en la expansión del comercio electrónico, y la entrada de Angola en la zona de libre comercio de la Comunidad de África Meridional para el Desarrollo¹⁸. En este sentido, es importante garantizar la seguridad de las importaciones y proteger a los consumidores de las prácticas desleales de las empresas de terceros países, como se indica en la recomendación de la UNCTAD sobre la prevención de la distribución transfronteriza de productos de consumo considerados inseguros¹⁹.

V. Conclusiones y recomendaciones

32. Para mejorar la protección del consumidor en Angola se requiere un marco legislativo, institucional y operacional sólido, que garantice la aplicación efectiva de las políticas y el cumplimiento de las normas de protección del consumidor. El sistema de protección del consumidor se ve reforzado por la Constitución, que consagra los derechos del consumidor

¹⁵ Véanse <https://www.angop.ao/noticias/economia/inadec-redobra-fiscalizacao-aos-estabelecimentos-comerciais/> y <https://www.govserv.org/AO/Luanda/733033846753723/Instituto-Nacional-de-Defesa-do-Consumidor>.

¹⁶ Véase <https://www.cplp.org/id-2763.aspx>.

¹⁷ Véase <https://www.angop.ao/noticias/economia/angola-aumenta-cultura-de-defesa-dos-direitos-do-consumidor/>.

¹⁸ Véase <https://www.sadc.int/pt-pt/not%3AC3%ADcias/angola-finaliza-os-preparativos-para-aderir-zona-de-comercio-livre-da-sadc-reforcando>.

¹⁹ TD/RBP/CONF.9/9.

y garantiza su protección. La Ley de Defensa del Consumidor desarrolla y detalla los derechos y principios conexos, velando por el acceso de los consumidores a bienes y servicios de calidad, la protección de su salud y seguridad y el respeto de las salvaguardias económicas, de conformidad con las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor. Aplicar y hacer cumplir estas disposiciones es fundamental para hacer valer plenamente los derechos del consumidor y promover un mercado equitativo y transparente.

33. Sin embargo, tras más de 20 años desde su aprobación, es preciso revisar la Ley de Defensa del Consumidor para incorporar nuevos conceptos, actualizar las obligaciones de los comerciantes y armonizar las garantías de los productos y los procedimientos de reclamación. Teniendo en cuenta los retos globales en materia de protección del consumidor inherentes a la digitalización, pueden ser precisas normas nuevas y ajustadas sobre ámbitos como el comercio electrónico, las telecomunicaciones y los servicios financieros²⁰. La incorporación de estos nuevos conceptos puede contribuir a ajustar el marco normativo nacional a las mejores prácticas internacionales y a proteger mejor a los consumidores.

34. El marco institucional también requiere una revisión. Es necesario definir claramente el papel del INADEC y otorgarle autonomía administrativa, financiera, técnica y operacional. Es preciso mejorar la coordinación entre el INADEC y los organismos reguladores sectoriales para poner remedio a las incoherencias y asegurar una supervisión más eficaz. Es importante poner en funcionamiento el Consejo Nacional del Consumo para contar con una plataforma estructurada para el diálogo y la cooperación regulares entre los organismos públicos y los representantes de la sociedad civil, incluidas las asociaciones de empresas y consumidores y otras entidades no gubernamentales.

35. La tramitación de las reclamaciones de los consumidores debería ser uno de los aspectos en los que deben centrarse las mejoras. El INADEC se encarga de analizar las consignadas en los libros de reclamaciones. Sin embargo, en algunos sectores, como los servicios financieros y las comunicaciones electrónicas, existen procedimientos y plazos distintos. Se requiere un enfoque armonizado y coordinado para dar una respuesta coherente y más eficaz a las reclamaciones de los consumidores. Además, debería abordarse expresamente la protección de los consumidores en situación vulnerable, para prever medidas específicas, sobre todo en materia de acceso a la información y educación, de acuerdo con las directrices internacionales.

36. Los mecanismos alternativos de solución de controversias deberían complementar los medios tradicionales de acceso a la justicia. El INADEC y algunos organismos reguladores intervienen actualmente en la solución de controversias de consumo, pero un centro de solución extrajudicial de controversias específico podría ofrecer a los consumidores un mecanismo más accesible, asequible y sencillo. La cooperación entre el Ministerio de Industria y Comercio y el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos es fundamental para desarrollar este recurso y ampliar las opciones de que disponen los consumidores en materia de solución de controversias y compensación.

37. También podría ampliarse la educación de los consumidores. La Ley de Defensa del Consumidor hace referencia a políticas educativas sobre los derechos del consumidor (de conformidad con las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor), pero estas políticas deben estructurarse mejor para su difusión efectiva en los centros de enseñanza y mediante campañas de concienciación pública. Reforzar la educación del consumidor mediante su inclusión en los planes de estudio y campañas de información puede empoderar a los consumidores y promover una ciudadanía activa. Además, las iniciativas previstas basadas en los datos sobre reclamaciones y consultas de los consumidores pueden mejorar aún más la participación y concienciación de la población.

²⁰ TD/B/C.I/CPLP/29, TD/B/C.I/CPLP/34, TD/B/EDE/8/2. Véase <https://unctad.org/meeting/ad-hoc-expert-meeting-financial-consumer-protection>.

38. Deberían concebirse herramientas digitales para centralizar y racionalizar la información sobre protección del consumidor. Una plataforma integral en línea en la que los consumidores puedan acceder a la legislación pertinente, presentar reclamaciones y obtener orientación podría facilitar la interacción con los consumidores y su participación, y mejorar la transparencia.

39. La eficacia de las medidas y acciones de protección del consumidor depende de que se disponga de recursos humanos y financieros suficientes. En este sentido, el INADEC y otros organismos de protección del consumidor necesitan financiamiento y personal suficientes para cumplir sus mandatos de manera eficaz. Por último, el fomento de una mayor colaboración público-privada entre los organismos públicos, las partes interesadas del sector privado y las organizaciones de consumidores puede crear un sistema de protección del consumidor más completo y con mayor capacidad de respuesta.

40. Las recomendaciones se resumen en el cuadro.

<i>Tema</i>	<i>Recomendaciones</i>	<i>Destinatarios</i>
Marcos legislativos y de política	Revisar la Ley de Defensa del Consumidor, para abordar ámbitos nuevos y emergentes, como la regulación del comercio electrónico; la formulación de un régimen aplicable a la protección del consumidor en las telecomunicaciones; y la revisión del estatuto del INADEC	Gobierno y Asamblea Nacional
Marco institucional	Poner en funcionamiento el Consejo Nacional del Consumo en tanto foro consultivo para todos los asuntos relacionados con la protección del consumidor. Alentar la cooperación entre todos los organismos públicos responsables de la protección del consumidor, mediante acuerdos de cooperación o memorandos de entendimiento. Aumentar los recursos humanos y financieros del INADEC, para mejorar la ejecución de las acciones y la aplicación de la ley. Apoyar la profesionalización de las asociaciones de consumidores, mediante el financiamiento público de las asociaciones acreditadas u otros medios. Promover y apoyar los mecanismos extrajudiciales de solución de controversias de consumo, en cooperación con el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.	Ministerio de Industria y Comercio
Marco operacional	Desarrollar el sitio web y el portal del consumidor del INADEC; publicar en él información sobre el sistema institucional de protección del consumidor en Angola, incluida una lista de autoridades y sus respectivos canales de comunicación, así como sobre la legislación, las campañas de concienciación y las alertas; y permitir la presentación de reclamaciones y solicitudes en línea. Ampliar los programas de educación de los consumidores en el sistema educativo, fomentando una cultura de protección del consumidor a través de todos los medios de comunicación disponibles, con especial atención en las poblaciones en	INADEC, empresas y agrupaciones de consumidores INADEC y otros reguladores

<i>Tema</i>	<i>Recomendaciones</i>	<i>Destinatarios</i>
	situación vulnerable y de desventaja, en colaboración con las asociaciones de consumidores. Promover el diálogo con las asociaciones empresariales y sus miembros, con fines informativos y educativos, fomentando las mejores prácticas empresariales, en consonancia con las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor.	
