

LEI Nº 4.883, DE 11 DE JULHO DE 2012.

(Autoria do Projeto: Poder Executivo)

Dispõe sobre a política de turismo do Distrito Federal.

O GOVERNADOR DO DISTRITO FEDERAL, FAÇO SABER QUE A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL DECRETA E EU SANCIONO A SEGUINTE LEI:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a política de turismo do Distrito Federal, seus princípios, diretrizes e estratégias.

Art. 2º Para os fins desta Lei, devem ser observados os seguintes conceitos:

I – turismo: resultado obtido a partir do deslocamento voluntário de pessoas por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas, para local diferente do de sua residência e de seu trabalho, com fins de lazer ou outros não relacionados com o exercício de atividade remunerada ou com a obtenção de lucro;

II – viajante: pessoa que se desloca para fora de seu local de residência permanente, por motivo outro que não o de fixar residência, assim considerado:

a) excursionista: pessoa que se desloca individualmente ou em grupo para local diferente do de sua residência permanente, por período inferior a vinte e quatro horas, sem efetuar pernoite;

b) turista: pessoa que se desloca para fora de seu local de residência permanente, por mais de vinte e quatro horas e menos de um ano, realizando pernoite, por motivo outro que não o de fixar residência, realizando gastos de qualquer espécie com renda auferida fora do local visitado;

c) turista de negócios: pessoa que se desloca individualmente ou em grupo para local diferente do de sua residência permanente, motivada por interesses voltados à atividade lucrativa ou de desenvolvimento profissional;

III – destino Brasília: conjunto de regiões administrativas e municípios do entorno pertencentes à Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno – RIDE, definido com base nos estudos que subsidiaram a realização do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS, com interesse turístico, agrupadas de forma a facilitar o planejamento e a organização turística integrada, bem como a oferta de produtos e serviços turísticos mais competitivos nos mercados-alvo;

IV – atrativo turístico: todo elemento material e imaterial, sejam objetos, equipamentos turísticos, pessoas, fenômenos, eventos ou manifestações culturais, com capacidade para, de forma isolada ou em combinação com outros, atrair viajantes a uma determinada localidade da RIDE;

V – equipamento turístico: conjunto de edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística, compreendendo meios de hospedagem, centros de convenções, centros culturais, terminais de passageiros e demais espaços com finalidade turística;

VI – demanda turística: bens e serviços turísticos esperados, exigidos ou consumidos em turismo, considerados o nível de renda, os preços e as necessidades dos seus consumidores;

VII – oferta turística: conjunto de atrativos turísticos com capacidade para induzir pessoas a visitar determinada localidade com fins turísticos;

VIII – atividades características do turismo: aquelas que existiriam em quantidade significativamente reduzida em caso de ausência de turistas, especificadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE;

IX – atividades relacionadas ao turismo: aquelas que se beneficiam diretamente com a presença de visitantes, especificadas pelo IBGE;

X – produto turístico: conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço;

XI – destino turístico: lugar ou espaço geográfico onde são ofertados os produtos turísticos consumidos por uma demanda efetiva;

XII – eventos temáticos: aqueles que têm como objetivo discutir e promover assuntos relevantes para o turismo local, bem como as respectivas políticas públicas em relação aos segmentos da oferta e da demanda turística e do turismo social;

XIII – eventos de apoio à comercialização: aqueles que têm como objeto ações relacionadas à articulação, à mobilização e à sensibilização, além da promoção e comercialização dos roteiros, produtos e serviços turísticos do destino Brasília em âmbito local, regional, nacional e internacional;

XIV – eventos de promoção e geradores de fluxo turístico: aqueles que efetivamente contribuam para a movimentação de fluxos regionais, nacionais e internacionais de turistas no destino Brasília, como também para a propagação da imagem positiva do destino, interna e externamente;

XV – segmento de mercado: distribuição do mercado em grupos homogêneos em função de algumas características que identificam seus componentes.

Art. 3º A Política de Turismo do Distrito Federal orienta-se pelos seguintes princípios:

I – sustentabilidade, buscada por meio da promoção de equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente;

II – desenvolvimento socioeconômico, gerando efeitos positivos sobre a qualidade de vida da população da RIDE;

III – mobilização, por meio da articulação de atores locais e da sociedade civil organizada no processo de desenvolvimento econômico do Distrito Federal;

IV – visão sistêmica, voltada a propiciar a valorização do turismo num ambiente multidisciplinar, caracterizado pela confluência dos inúmeros campos de conhecimento que o influenciam;

V – estabelecimento de parcerias entre os setores público e privado, para uma gestão compartilhada do turismo na RIDE;

VI – valorização do patrimônio natural e cultural, com enfoque na vocação de Brasília para o turismo cultural, cívico e arquitetônico;

VII – uso sustentável dos atrativos e dos recursos naturais;

VIII – inclusão social, com a ampliação do acesso ao turismo e da geração de emprego e renda oriundos da atividade turística;

IX – tolerância, respeito e compreensão mútua, promovendo o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade, orientação sexual e quaisquer outras formas de discriminação;

X – competitividade, por meio de diversificação e especialização da oferta disponibilizada, de modo a atender à segmentação da demanda estabelecida no mercado turístico, e por meio da qualidade dos produtos;

XI – especialização profissional, por meio do estímulo às atividades científicas e acadêmicas voltadas para o turismo, bem como da valorização e da empregabilidade dos segmentos profissionais envolvidos na atividade turística;

XII – qualidade, por meio do estímulo a padrões de excelência na qualidade dos produtos e serviços oferecidos e dos profissionais envolvidos na atividade turística, bem como por meio do combate à informalidade e do estabelecimento de critérios de fiscalização e de certificação de produtos e serviços;

XIII – integração, atuando em regime de cooperação com os órgãos, as entidades de classe e as associações representativas voltadas à atividade turística.

Art. 4º A Política de Turismo do Distrito Federal é estruturada nas áreas estratégicas de gestão e fomento ao turismo, de desenvolvimento de produtos e serviços turísticos, e de promoção e apoio à comercialização.

§ 1º São objetivos da Política de Turismo do Distrito Federal:

I – na área estratégica de gestão e fomento ao turismo:

- a) desenvolver o turismo por meio de um planejamento estratégico e participativo, envolvendo o setor produtivo do turismo nas discussões em torno dos projetos turísticos prioritários;
- b) integrar o turismo, bem como suas atividades características e relacionadas, com as demais políticas setoriais;
- c) disseminar o turismo como atividade que contribui para o desenvolvimento socioeconômico e sociocultural, a conservação ambiental, a valorização cultural, a qualidade de vida e o uso racional dos recursos naturais;
- d) incentivar e viabilizar investimentos e financiamentos para o setor turístico, de modo a propiciar desenvolvimento para o Distrito Federal;
- e) fomentar a realização de estudos e pesquisas socioeconômicas que orientem o desenvolvimento do setor turístico e dos setores a ele relacionados;
- f) apoiar e incentivar o fortalecimento das entidades sem fins lucrativos representativas do turismo no Distrito Federal;

II – na área estratégica de desenvolvimento de produtos e serviços:

- a) desenvolver e ampliar a oferta turística, visando à sua identificação, estruturação e diversificação;
- b) dinamizar a oferta turística disponibilizada pelo Poder Público e pela iniciativa privada, visando a uma maior competitividade nos mercados prioritários;
- c) fomentar a qualificação dos equipamentos e atrativos turísticos, por meio de ações que visem à normatização do setor turístico, à certificação de produtos e serviços, à educação para o turismo e à qualificação profissional;
- d) consolidar a imagem do destino e a diversificação dos produtos turísticos;

III – na área estratégica de promoção e apoio à comercialização:

- a) promover os destinos turísticos do Distrito Federal e entorno, a partir de produtos e serviços nos mercados nacionais e internacionais, por meio de ações de divulgação e comercialização;
- b) apoiar a comercialização de produtos e serviços em eventos de promoção e geradores de fluxo turístico;
- c) priorizar ações voltadas preferencialmente para os segmentos-âncora de turismo de eventos e negócios, arquitetônico e cívico;
- d) captar e apoiar a captação de eventos nacionais e internacionais, geradores de fluxo turístico para os destinos do Distrito Federal e entorno.

§ 2º Os segmentos complementares de turismo são trabalhados em associação com os segmentos-âncora a que se refere o § 1º, III, c.

Art. 5º São instrumentos da Política de Turismo do Distrito Federal:

I – os incentivos disponíveis em âmbito internacional, nacional e distrital para a ampliação, qualificação e promoção da oferta turística existente na RIDE, disponíveis em âmbito internacional, nacional e distrital;

II – o Planejamento Estratégico Institucional – PEI do órgão oficial de Turismo do Distrito Federal, que será definido a cada início de gestão governamental com o objetivo de balizar as ações no período da respectiva gestão e definir as metas para o desenvolvimento do turismo no quadriênio;

III – o Observatório do Turismo do Distrito Federal, enquanto instrumento de gestão do órgão oficial de turismo, responsável pela organização, sistematização, disponibilização e disseminação das pesquisas, estudos e dados do Distrito Federal disponibilizados pelas entidades públicas e privadas que atuam no setor turístico;

IV – o Fundo de Fomento à Indústria do Turismo do Distrito Federal – FITUR/DF.

Art. 6º São de responsabilidade do órgão oficial de turismo do Distrito Federal:

I – a definição de mercados e segmentos prioritários;

II – a formatação dos produtos turísticos do Distrito Federal e entorno, voltados aos segmentos prioritários do mercado turístico;

III – a definição de diretrizes, proposições e implantação de políticas na área de turismo como fator de desenvolvimento socioeconômico;

IV – a regulação das atividades turísticas.

Art. 7º As ações da Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal obedecem aos macroprogramas, programas e planos propostos pelo Governo Federal para o segmento do turismo.

Art. 8º Os critérios utilizados para a definição dos destinos turísticos do Distrito Federal estão definidos nos estudos e nos documentos referenciais que subsidiaram a elaboração do PDITS, observado o disposto nas políticas e nos planos do Governo Federal e na potencialidade turística das diversas regiões administrativas do Distrito Federal e do entorno.

Art. 9º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 10. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 11 de julho de 2012

124º da República e 53º de Brasília

AGNELO QUEIROZ

[Este texto não substitui o publicado no DODF nº 137 de 12/07/2012 p. 3, col. 1](#)