



PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA

PUBLICADO NO D.O.M.

N.º 83

de 30 OUT. 2012

LEI Nº 14.115, de 17 de outubro de 2012.

Dispõe sobre a Política Municipal do Turismo de Curitiba.

A CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA, CAPITAL DO ESTADO DO PARANÁ, aprovou e eu, Prefeito Municipal, sanciono a seguinte lei:

CAPÍTULO I

DA POLÍTICA MUNICIPAL DO TURISMO

Art. 1º Fica estabelecida a política municipal de turismo de Curitiba, estado do Paraná, que visa orientar o desenvolvimento sustentável do turismo no município.

Art. 2º Para fins de cumprimento do estabelecido na política municipal de turismo de Curitiba, devem ser observados os seguintes conceitos:

I – Turismo – atividade econômica representada pelo conjunto de transações efetuadas entre os agentes econômicos do turismo e os órgãos públicos para o fomento à atividade turística. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo;

II – Oferta Turística – conjunto de atrativos, equipamentos, bens e serviços de alojamento, alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social, ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar um público visitante, num determinado local, durante um período determinado de tempo;

III – Demanda Turística – número total de pessoas que viajam (demanda efetiva ou real), ou gostariam de viajar (demanda potencial), utilizando instalações ou serviços turísticos em lugares afastados de seus locais de residência e trabalho;

IV – Produto Turístico – atrativos, infraestrutura e serviços urbanos, equipamentos e serviços turísticos, acrescidos de facilidades, contando com uma gestão integrada, ofertados no mercado de forma organizada, por um determinado preço e caracterizados por uma imagem diferenciada;

V – Segmentação Turística – forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado, sendo que os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade de oferta e também das características e variáveis da demanda;

VI – Cadeia Produtiva do Turismo – conjunto de elos, inerentes à atividade turística, que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final, incluindo, distribuição e comercialização;



VII – Região Turística – território caracterizado por um conjunto de municípios de interesse turístico, que possuem afinidades e complementaridades culturais ou naturais, que possibilitam o planejamento e a organização integrados, como também a oferta de produtos turísticos mais competitivos nos diferentes mercados, agregando força principalmente na gestão e promoção;

CAPÍTULO II

DOS OBJETIVOS

Art. 3º A política municipal de turismo tem por objetivos:

I – orientar a integração e a articulação das ações e atividades turísticas desenvolvidas pelas diversas organizações e entidades do município;

II – articular e integralizar ações e atividades turísticas intermunicipais, favorecendo convênios e outros instrumentos de cooperação;

III – estabelecer parâmetros para a busca de qualidade turística adequada;

IV – fomentar o potencial turístico de forma participativa e sustentável, com base em seu patrimônio cultural, natural e na capacidade empresarial;

V – estimular a criação, a consolidação e a difusão dos produtos e destinos turísticos locais e regionais visando à ampliação do fluxo, do tempo de permanência e gasto médio dos turistas nacionais e estrangeiros;

VI – apoiar programas estratégicos de capacitação dos atores da cadeia produtiva;

VII – apoiar a realização de feiras e exposições, viagens de incentivos, congressos e eventos nacionais e internacionais;

VIII – incentivar empreendimentos destinados às atividades de expressão cultural, de animação turística, entretenimento e lazer e de outros atrativos com capacidade de retenção e prolongamento do tempo de permanência do turista;

IX – prevenir e combater as atividades turísticas relacionadas aos abusos de natureza sexual e outras que afetem a dignidade humana, respeitadas as competências dos diversos órgãos governamentais envolvidos;

X – contribuir para o alcance de política tributária justa e equânime para as diversas entidades componentes da cadeia produtiva do turismo;

XI – promover a integração do setor privado como agente complementar de financiamento em infraestrutura e serviços públicos necessários ao desenvolvimento turístico;



XII – fomentar a sistematização e o intercâmbio de dados estatísticos e informações relativas às atividades dos empreendimentos turísticos instalados no município e região, integrando as universidades e os institutos de pesquisa na análise desses dados, na busca da melhoria da qualidade e credibilidade dos relatórios estatísticos sobre o setor turístico;

XIII - fomentar a produção associada ao turismo.

CAPÍTULO III

DOS PRINCÍPIOS

Art. 4º A política municipal de turismo orienta-se pelos seguintes princípios:

I – Visão Sistêmica – multidisciplinaridade – promovendo um ambiente que propicie uma abordagem integrada do desenvolvimento do turismo;

II – Sustentabilidade – buscando equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente que permita uma melhor qualidade de vida aos atores envolvidos na atividade direta e indiretamente;

III – Parcerias – promovendo articulação e gestão compartilhada, envolvendo os setores públicos, privado e sociedade civil organizada estabelecendo um processo de sinergia para alcançar objetivos comuns;

IV – Qualidade – desenvolvendo práticas que objetivem padrões de qualidade da oferta turística;

V – Inclusão Social – possibilitando que um maior número de pessoas tenha acesso ao turismo, tanto à sua prática como também se beneficiando dos seus resultados diretos, reduzindo desigualdades e promovendo oportunidades de geração de emprego e renda;

VI – Competitividade – promovendo uma melhor relação entre a segmentação da demanda estabelecida e a diversificação e especialização da oferta disponibilizada, primando pela qualidade dos produtos turísticos e por uma infraestrutura compatível;

VII – Mobilização – articulando os atores locais no processo de desenvolvimento, tornando-os agentes ativos na busca dos objetivos comuns;

VIII – Inovação – buscando permanentemente elementos transformadores para atender necessidades, criar soluções, agregar valor e incorporar benefícios aos serviços e atividades turísticas.



CAPÍTULO IV

DOS INSTRUMENTOS

Art. 5º São instrumentos da Política Municipal de Turismo:

I – o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR;

II – o Plano Municipal de Turismo;

III – as normas e parâmetros de qualidade vigentes, o zoneamento, os planos de manejo, relatórios de avaliação e impacto turístico, análise de risco e capacidade de carga;

IV – os incentivos à criação ou absorção de tecnologia e inovação para melhoria da qualidade turística;

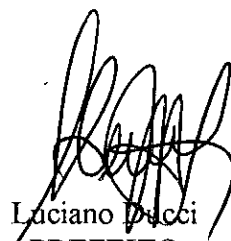
V – os incentivos para ampliação, qualificação e promoção da oferta turística municipal disponíveis em âmbitos internacional, nacional, estadual e municipal;

VI – as pesquisas estatísticas disponibilizadas pelos Governos Federal, Estadual e Municipal e por outras organizações que têm impacto no setor;

VII – a legislação vigente nos âmbitos nacional, estadual e municipal, bem como políticas nacionais e estaduais que tenham impacto no desenvolvimento do turismo no município e garantam sua sustentabilidade.

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

PALÁCIO 29 DE MARÇO, em 17 de outubro de 2012.



Luciano Dacchi
PREFEITO