Prefeitura Municipal Pedro Afonso
Sec. de Administração
Publicado em Placar
Em 21/08/2008

PREFEITURA MUNICIPAL DE
PEDRO AFONSO
TRABALHANDO O FUTURO

ESTADO DO TOCANTINS

PREFEITURA MUNICIPAL DE PEDRO AFONSO – TO

GABINETE DO PREFEITO
ADM. 2005/2008

Lei nº 14/2008 14/2008 **de 21 de agosto de 2008.**

"DISPÕE SOBRE A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR TURISTA E DÁ OUTRAS PROVIDENCIA".

O Prefeito Municipal de Pedro Afonso – TO, no uso de suas atribuições legais, faz saber que o Plenário aprovou e eu sanciono a seguinte Lei.

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO TURISTA

CAPITULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º- A presente lei estabelece normas especificas de proteção e defesa ao turista, de ordem pública e interesse social, nos termos da constituição Federal e da Lei Orgânica Municipal.

Art. 2º- Turista é toda pessoa física ou jurídica que não possua cidadania Pedro-Afonsina e que esteja transitoriamente nas circunscrições do município adquirido ou utilizando produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo Único- Equipara-se a turista a coletividade de pessoas, ainda que intermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo com incidência no turismo.

Art. 3º- Fornecedor Turístico é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços voltados a realização de turismo, e que para efeitos desta lei, faça parte do sistema municipal de turismo.

§ 1º- O produto destinado ao consumo dos turistas na cidade de Pedro Afonso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, que tem como público alvo ou turista..

Recebi em 09/09/08
Keyla Saldanha

§ 2º- O Serviço destinado ao Turismo é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo local, mediante remuneração, que tem por público alvo o turista inclusive as de natureza mercantil, financeira, de crédito, securitária e em especial nas áreas de hotelaria e lazer, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

CAPITULO II

Da Política Municipal de Relações de Consumo Turístico

Art. 4º- A Política Municipal das Relações de Consumo Turístico tem por objetivo o atendimento das necessidades dos turistas, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, garantia de bem-estar nas relações de quais estão envolvidos, bem como a transparência e harmonia nestas relações, atendidos os seguintes princípios.

I- reconhecimento da vulnerabilidade do turista no mercado de consumo;

II- ação governamental no sentido de proteger efetivamente o Turista:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações de incentivo e valorização ao turismo local;

c) pela presença do município no mercado de turismo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III- educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria e crescimento do mercado de turismo;

V- incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança na prestação de serviço ao turista, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo deste;

VI- coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo turístico, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos turistas;

VII- estudo constante das modificações do mercado de consumo turístico, bem como a realização de análise sobre o grau de eficiência e cortesia do atendimento dos fornecedores turísticos aos turistas.

Art. 5º- Para a execução da Política Municipal das Relações de Consumo Turístico, contará o Poder Público Municipal com os seguintes instrumentos, entre outros, com:

I- Pontos de apoio ao turista, distribuídos nas diversas áreas da cidade, especialmente nos locais mais movimentos.

II- Insituição de Núcleos de Defesa ao Turista, no âmbito do município, para o recebimento de reclamações por parte dos turistas referentes ao atendimento e outros serviços prestados pela Empresa de Turismo;

III- atuação aem conjunto com as delegacias de policia no atendimento de turistas que sejam vitimas de infrações penais de consumo;

IV- concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações Comerciais de promoção e valorização do turismo em suas diversas modalidades.

CAPITULO III
Dos Direitos Básicos do Turista

Art. 6º- São direitos básicos do turista:

I- Ser atendido com cortesia e presteza no fornecimento de produtos e serviços turístico

II- Ter amplo acesso a informações corretas sobre os preços das ofertas dos produtos e serviços de turismo;

III- Ter a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV- A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e clausulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V- A modificação das clausulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

VI- A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII- Acesso aos órgãos de apoio e valorização ao turismo, bem como aqueles que postulam pela defesa dos direitos do Turista;

VIII- A facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, nos procedimentos administrativos de apuração de reclamação de turista referente a falta de fornecedor, quando, a critério da comissão processante, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX- A adequada e eficaz prestação dos serviços públicos específicos ao turismo.

Art. 7º- Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo Único- Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPITULO IV
Da Proteção à Saúde e Segurança do Turista

Art. 8º- Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo de Turismo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos turistas, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Art. 9º- O fornecedor de produtos e serviços potencialmente perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada a respeito da sua periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto, especialmente tratando-se de parques de diversão, brinquedos eletrônicos e outros similares.

Art. 10- O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produtos ou serviços que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º- O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º- Os anúncios publicitários q que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

SEÇÃO II
Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

Art. 11- Quanto a responsabilidade civil será aplicada integralmente no que couber o Código de Defesa do Consumidor, observando-se os artigos 11 a 25.

SEÇÃO III
Da Decadência e da Prescrição

Art. 12- O direito de reclamar pelas falhas no fornecimento de produto e serviço turísticos caduca em:

I- trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II- noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º- Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º- Obstam a decadência:

I- a reclamação comprovadamente formulada pelo Turista perante o fornecedor de produtos e serviço até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca,

II- a instauração de instauração de procedimento administrativo investigatório no núcleo de apoio e defesa ao Turista, até seu encerramento.

§ 3º- Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Art. 13- Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista nesta lei, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

SEÇÃO VI
Da Oferta

Art. 14- Todo Estabelecimento Comercial que desenvolva atividades de turismo, Hotéis, restaurantes, bares, lanchonetes, Lojas de peças de artesanato ou de cultura Local, deverão fornecer um manual contendo todos os produtos e serviços que existam a disposição para a compra com os seus respectivos preços, ou quando assim não for vantajoso uma tabela afixada na entrada do estabelecimento.

Art. 15- A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, apreço, garantia prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos Turistas.

Art. 16- Se o fornecedor de produtos ou serviços de turismo recusar cumprimento à oferta a qual realmente foi divulgada, o turista poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I- exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II- aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III- rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

IV- Reclamara junto aos órgãos municipais de Defesa ao Turista, instaurando um procedimento apuratório, garantido o contraditório e ampla defesa.

SEÇÃO III
Da Publicidade

Art. 17- A publicidade deve ser vinculada de tal forma que o turista, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo Único- O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 18- É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º- é enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º-É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º- Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Art. 19- O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

SEÇÃO IV
Do Atendimento em Geral

Art. 20- As pessoas físicas e jurídicas, as quais fizerem parte do Sistema Municipal de Defesa e Apoio ao Turismo, em especial as relacionadas com Alimentação, Restaurantes, Lanchonetes e similares possuem o prazo de até vinte minutos para atendimento aos pedidos de seus consumidores.

Parágrafo Único- Ultrapassado o prazo legal ou outro que haja acordado, e insatisfeito o consumidor, ou em especial o turista este poderá rejeitar o fornecimento do produto e a prestação do serviço.

Art. 21- Aos Estabelecimentos credenciados é obrigatório que seus funcionários estejam uniformizados, apresentando identificação funcional, contendo nome, completo, função e autorização do responsável.

SEÇÃO V
Das Sanções Administrativas

Art. 22- O Município de Pedro Afonso, caráter concorrente as demais esferas de poder, em sua respectiva área de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços turísticos a fim de fomentar o comercio local.

§ 1º- O Município fiscalizará e controlará a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços relacionados ao consumo turístico, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor turista, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º- O Município nas atribuições para fiscalização e controlar o mercado de turismo manterá comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação das empresa relacionadas com área.

§ 3º- Qualquer órgão público municipal poderá expedir notificações às empresas para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre assuntos que envolvam o tema em questão.

Art. 23- As infrações das normas desta lei ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas, em especial ao Código de Defesa do Consumidor:

I- multa;

II- apreensão do produto;

III- inutilização do produto;

IV- cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V- proibição de fabricação do produto;

VI- suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII- suspensão temporária de atividade;

VIII- revogação de concessão ou permissão de uso;

IX- cassação de licença ou estabelecimento ou de atividade;

X- interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI- intervenção administrativa;

XII- imposição de contrapropaganda.

Parágrafo Único- As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 25- Pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo Municipal de proteção ao Turista.

Art. 26- As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 27- As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa serão aplicadas pela administração, mediante procedimento, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste Código e na legislação de consumo.

§ 1º- A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º- A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstancias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º- Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o transito em julgado da sentença.

Art. 28- A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos desta lei e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º- A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, freqüência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veiculo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

SEÇÃO VI
Do Sistema Municipal de Apoio e Defesa ao Turista-SMADT

Art. 30- Integram o Sistema Municipal de Apoio e Defesa ao Turista-SMADT, todos os órgãos públicos municipais, bem como os estaduais e federais que tenham interesse em participar, e as empresas privadas que prestam serviços tendo por público alvo o turista.

Art. 31- A Secretaria Municipal de Turismo Eventos órgão a ser criado, é responsável pela coordenação da política do Sistema Municipal de Apoio e Defesa ao Turista- SMADT, cabendo-lhe:

I- planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política municipal de proteção ao turista;

II- receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, denuncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;

III- prestar aos turistas orientação permanente sobre seus direitos e garantias;

IV- informar, conscientizar e motivar o Turista através dos diferentes meios de comunicação;

V- representar ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições;

VI- desenvolver outras atividades compatíveis com sua finalidades.

Parágrafo Único- Para a consecução de seus objetivos, a Secretaria Municipal de Turismo Eventos poderá solicitar o concurso de órgão e entidades de notória especialização técnico-científica.

SEÇÃO VII
Convenção Coletiva de Apoio ao Comercio de Turismo

Art. 32- As entidades civis de apoio ao turismo e as associações de fornecedores ou sindicatos de categoria econômica podem regular, por convenção escrita, relações de consumo que tenham por objeto estabelecer condições relativas ao preço à qualidade, à quantidade, à garantia e características de produtos e serviços voltados ao comercio de turistas.

§ 1º- A convenção tornar-se-á obrigatória a partir do registro do instrumento do cartório de títulos e documentos.

§ 2º- A convenção somente obrigará os filiados às entidades signatárias.

§ 3º- Não se exime de cumprir a convenção o fornecedor que se desligar da entidade em data posterior ao registro do instrumento.

TITULO VI
Disposições Finais

Art. 33- A regulamentação desta lei bem como os atos de execução serão feitos mediante decreto da autoridade superior municipal.

Art. 34- Dentre de 15 dias da publicação desta lei, o município por meio do órgão responsável emitirá a lista dos serviços e produtos que são voltados ao turismo.

Art. 35- Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 36- Revogam-se as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE PEDRO AFONSO, ESTADO DO TOCANTINS aos 21 (vinte e um) dias do mês de agosto de 2008.

TOM BELARMINO
Prefeito Municipal