

Lei n.º 9/15
de 15 de Junho

O carácter dinâmico do Sector do Turismo, como criador de emprego, potenciador da igualdade do género, factor de combate à pobreza, captador de divisas e difusor da imagem do País no exterior, entre outros, impõe ao Executivo a necessidade de criação de condições para o seu desenvolvimento sustentável.

Efectivamente o País dispõe de recursos turísticos, culturais, históricos e naturais, que o colocam numa situação privilegiada e competitiva no mercado turístico regional e internacional.

Asssembleia Nacional aprova, por mandato do povo, nos termos das disposições combinadas da alínea b) do artigo 161.º e da alínea d) do n.º 2 do artigo 166.º, ambos da Constituição da República de Angola, a seguinte:

LEI DO TURISMO

CAPÍTULO I Disposições Gerais

ARTIGO 1.º (Objecto)

A presente Lei estabelece o quadro legal de suporte à organização, monitorização, fiscalização, promoção e fomento das actividades turísticas.

ARTIGO 2.º (Âmbito de aplicação)

A presente Lei aplica-se às actividades turísticas dos sectores público e privado, aos turistas, aos consumidores de produtos e serviços turísticos, aos prestadores de serviços, aos fornecedores de produtos e serviços turísticos, bem como a outros intervenientes na actividade turística.

ARTIGO 3.º (Definições)

Para efeitos da presente Lei, entende-se por:

- a) «*Actividade turística*», actividade comercial que concorre para o fornecimento de prestações de alojamento, de restauração e ou satisfação das necessidades das pessoas que viajam para o seu lazer ou por motivos profissionais, ou que, têm por finalidade um motivo de carácter turístico;
- b) «*Agente de turismo*», pessoa singular ou colectiva que funciona como intermediária entre o turista e determinada empresa que presta serviços no domínio do turismo;
- c) «*Animação turística*», conjunto de actividades de carácter cultural, desportivo, recreativo ou outras de idêntica natureza, que se desenvolvem numa região, área ou estabelecimento turístico, destinadas a atrair turistas e preencher os tempos livres dos que ali se encontrem;
- d) «*Comunidade local*», agrupamento de famílias e indivíduos vivendo numa circunscrição territorial, que visa a salvaguarda de interesses comuns através da protecção de áreas habitacionais, áreas

- agrícolas cultivadas ou em pousio, florestas, locais de importância cultural, pastagens, fontes de água, áreas de caças e de expansão;
- e) «Consumidor de produtos e serviços turísticos», pessoa que, não reunindo a qualidade de turista, utiliza serviços e facilidades turísticas;
- f) «Ecoturismo», segmento da actividade turística que utiliza de forma sustentável o património natural e cultural, incentiva a sua conservação, promovendo o bem-estar das populações envolvidas;
- g) «Empreendimentos turísticos», estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento temporário, restauração ou animação de turistas, dispondo para o seu funcionamento de um conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares;
- h) «Fornecedor de produtos e serviços turísticos», pessoa singular ou colectiva que fornece ou presta serviços para os turistas como sua fonte de rendimento;
- i) «Oferta turística», conjunto de produtos e serviços turísticos existente num núcleo turístico, baseado nos seus recursos e infra-estruturas;
- j) «Operadores turísticos», agente de turismo que organiza e se especializa na combinação de bens e serviços turísticos num pacote adquirido aos respectivos produtores e que os vende na sua rede de distribuição ou agência de viagens;
- k) «Produto turístico», conjunto de bens, atractivos e serviços prestados ao turista, designadamente transporte, alojamento, alimentação, actividades de lazer, fauna bravia, paisagens, locais e sítios de valores históricos;
- l) «Recursos turísticos», os bens que pelas suas características naturais, culturais ou recreativas tenham capacidade de motivar visita e fruição turísticas;
- m) «Restauração e bebidas», actividade destinada a proporcionar, mediante remuneração, refeições e/ou bebidas, podendo oferecer no mesmo espaço, espectáculos de variedades ou dança;
- n) «Transporte turístico», actividade devidamente licenciada que se destina a transportar turistas ou consumidores de produtos e/ou serviços turísticos de um local para o outro;
- o) «Turismo», deslocação temporária de pessoas para destinos diferentes da sua residência habitual por período superior a 24 horas, por motivos de lazer, negócios ou outros, utilizando as facilidades de alojamento, restauração e outras oferecidas no local;
- p) «Turismo cinegético», actividade desenvolvida por um caçador ou pescador desportivo nacional ou estrangeiro que visita destinos, localidades ou áreas onde é permitida a prática de fauna silvestre de carácter cinegético ou no seu meio natural e de pesca, utilizando serviços logísticos para facilitar a prática destes desportos num contexto de conservação e sustentabilidade da vida silvestre;
- q) «Turismo de habitação», actividade desenvolvida através do recurso a estabelecimentos de natureza familiar instalados em imóveis antigos particulares que, pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico, sejam representativos de uma determinada época, tais como palácios e solares, podendo localizar-se em espaços rurais ou urbanos;
- r) «Turismo rural», actividade prestadora de serviços a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural;
- s) «Turismo de natureza», actividade prestadora de serviços de alojamento a turistas em áreas classificadas ou noutras áreas com valores naturais, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares relacionados com a animação ambiental, a visita de áreas naturais, o desporto de natureza e a interpretação ambiental;
- t) «Turista», pessoa que passa pelo menos uma noite, num local que não seja o da sua residência habitual e a sua deslocação não tenha como motivação o exercício de actividade profissional remunerada no local visitado;
- u) «Utilidade turística», qualidade atribuída aos empreendimentos de carácter turístico que satisfaçam os princípios e requisitos a definir pelo Presidente da República, enquanto Titular do Poder Executivo.

ARTIGO 4.º

(Princípios gerais)

São princípios gerais de políticas públicas de turismo:

- a) O princípio da sustentabilidade;
- b) O princípio da transversalidade;
- c) O princípio da competitividade.

ARTIGO 5.º

(Princípio da sustentabilidade)

O princípio da sustentabilidade traduz-se na adopção de políticas que fomentem:

- a) A fruição e a utilização sustentável dos recursos naturais com respeito pelos processos ecológicos, contribuindo para a conservação da natureza e da biodiversidade;
- b) O respeito pela autenticidade sociocultural das comunidades locais, visando a conservação e a promoção das suas tradições e valores;
- c) A viabilidade económica das empresas como base da criação de emprego, de melhores equipamentos e de oportunidades de empreendedorismo para as comunidades locais.

ARTIGO 6.º
(Princípio da transversalidade)

O princípio da transversalidade traduz-se na necessidade de articulação e de envolvimento harmonizado de todas as políticas sectoriais que influenciam o desenvolvimento turístico, nomeadamente nos domínios da segurança, do ambiente, do ordenamento do território, dos transportes e das acessibilidades, das comunicações, da saúde, dos desportos e da cultura.

ARTIGO 7.º
(Princípio da competitividade)

O princípio da competitividade traduz-se:

- a) Na implementação de políticas de ordenamento do território que potencializem os recursos naturais e culturais como fontes de vantagem competitiva para os destinos e produtos turísticos;
- b) Na adopção de mecanismos de regulação focados na qualificação do sector e na defesa do consumidor e da concorrência;
- c) Na materialização de políticas de simplificação de procedimentos administrativos, tendo em vista a redução dos custos de contexto;
- d) Na adopção de políticas de educação e de formação que garantam o desenvolvimento das competências e qualificações necessárias ao crescimento do turismo;
- e) Na execução de medidas de natureza política fiscal e laboral, que permitam às empresas angolanas competirem com as empresas estrangeiras.

CAPÍTULO II
Política, Plano Estratégico e Estratégia Intersectorial

ARTIGO 8.º
(Competência)

1. Compete ao Presidente da República, enquanto Titular do Poder Executivo a aprovação dos seguintes instrumentos:

- a) A Política Nacional do Turismo;
- b) O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo;
- c) A Estratégia Intersectorial para a Consolidação do Turismo.

2. Para o fomento e desenvolvimento do turismo nacional, compete ainda ao Presidente da República, enquanto Titular do Poder Executivo:

- a) Definir a estratégia de facilitação dos acessos e fluxos turísticos;
- b) Promover acções que concorrem para a criação, recuperação ou reabilitação das infra-estruturas de suporte à actividade turística;
- c) Promover a capacitação e formação dos recursos humanos do sector, através de uma estratégia e sistema de formação;
- d) Definir uma estratégia de fomento e incentivo das actividades turísticas junto do sector privado,

- que estimule a sua participação na promoção e desenvolvimento do turismo;
- e) Definir uma estratégia de marketing, promoção e divulgação da imagem do País e da marca Angola;
- f) Impulsionar a participação activa das comunidades locais, no Sector do Turismo;
- g) Definir programas de cooperação bilateral e multilateral;
- h) Definir uma estratégia de inspecção, estatísticas e controlo da actividade turística.

ARTIGO 9.º
(Política Nacional do Turismo)

A Política Nacional de Turismo é regida por um conjunto de normas reguladoras das actividades do sector, da sua organização, de atribuições das competências das entidades públicas e privadas, assim como do exercício das profissões que por razões de segurança dos consumidores e qualidade de serviço, exijam tutela jurídica específica.

ARTIGO 10.º
(Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo)

As políticas públicas de turismo são enquadradas por um conjunto de directrizes, metas, linhas de acção e matriz estratégica de produtos, destinos e mercados, identificados num Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo, com vigência mínima de dez anos, susceptível de revisão sempre que alterações conjunturais a justifiquem.

ARTIGO 11.º
(Estratégia intersectorial para a consolidação de turismo)

A estratégia intersectorial para a consolidação do turismo visa a implementação harmoniosa de programas e políticas públicas de desenvolvimento do turismo em coordenação com os demais Departamentos Ministeriais transversais a actividade turística, por forma a se alcançarem os objectivos macro e micro económicos preconizados pelo Executivo.

CAPÍTULO III
Desenvolvimento do Turismo

ARTIGO 12.º
(Gestão sustentável do turismo)

1. O desenvolvimento sustentável da actividade turística deve assentar numa gestão dos recursos turísticos que satisfaça as necessidades actuais, sem comprometer uma repartição equilibrada dos benefícios daí decorrentes, salvaguardando os interesses das gerações futuras, respeitando o ambiente e a biodiversidade, permitindo que a vertente económica e sociocultural evoluam de forma equilibrada e em respeito pelos valores comunitários.

2. As autoridades públicas de nível central, provincial, municipal, comunal, autarquias locais bem como autoridades tradicionais devem favorecer e incentivar o desenvolvimento turístico que proteja e ajude a preservar os recursos florestais, a fauna, a flora, os recursos hídricos, os recursos energéticos,

entre outros, que fazem parte da biodiversidade e dos recursos naturais do País, favorecendo e promovendo a realização de estudos de impacto ambiental.

3. As autoridades públicas do Sector do Turismo devem realizar o inventário e o cadastro dos recursos turísticos da sua competência, devendo este processo ser permanente e contínuo, nas suas componentes de identificação, manutenção e preservação dos activos turísticos nacionais.

4. O ordenamento do território, a concepção urbanística ou arquitectónica e o modo de exploração dos empreendimentos turísticos, devem ser considerados como requisitos relevantes para a qualidade da actividade turística e são determinantes tanto para assegurar a estabilidade geológica e biofísica, como o enquadramento sociocultural e o equilíbrio do desenvolvimento económico.

5. A concepção urbanística ou arquitectónica do ordenamento turístico do território angolano é regulada em lei própria.

ARTIGO 13.º

(Áreas de interesse e potencial turístico)

1. São consideradas áreas de interesse e potencial turístico, as áreas que pelas características relevantes dos seus recursos naturais, culturais e valor histórico, são capazes de originar correntes turísticas nacionais e internacionais.

2. As áreas de interesse turístico são criadas e aprovadas pelo Presidente da República, enquanto Titular do Poder Executivo.

3. Do diploma de criação das áreas de interesse e potencial turístico deve constar as coordenadas geográficas e a definição precisa do seu perímetro, as normas reguladoras da respectiva ocupação e afectação ao interesse turístico, sem prejuízo da demais legislação igualmente aplicável.

ARTIGO 14.º

(Pólos e regiões de turismo)

Os pólos e regiões de turismo são criados por diploma próprio, do qual constam, além dos elementos mencionados no n.º 3 do artigo anterior, a definição dos órgãos de gestão, suas atribuições e competências, bem como a relação com os demais órgãos da Administração Pública.

ARTIGO 15.º

(Turismo rural)

O turismo nas áreas rurais deve ser focalizado na reabilitação e construção de infra-estruturas e na promoção de investimentos, respeitando o ambiente e os valores culturais das comunidades locais, assegurando para tanto o envolvimento das mesmas no processo.

ARTIGO 16.º

(Áreas de protecção)

1. Podem se desenvolver actividades de turismo da natureza, cinegético, mergulho recreativo e outras actividades sustentáveis, no âmbito do turismo ecológico, nas áreas classificadas em legislação especial, como de protecção ambiental.

2. O turismo nas Áreas de Protecção deve participar na preservação, conservação e auto-sustentação dos ecossistemas, dos habitats e das espécies da referida área.

ARTIGO 17.º

(Interesse e utilidade turística)

1. O Departamento Ministerial que tutela o Sector de Hotelaria e Turismo pode, sem prejuízo das competências atribuídas por lei a outras entidades, declarar de Interesse Turístico, nos termos a estabelecer em diploma específico, os estabelecimentos, projectos e outras actividades de índole económica, cultural, ambiental e de animação que, pela sua localização e pelas características do serviço prestado e das suas instalações, constituam um relevante apoio ao turismo ou motivo de atracção turística das zonas em que se encontram.

2. Podem ser declarados de Utilidade Turística, os empreendimentos turísticos que satisfaçam os princípios e os requisitos estabelecidos em diploma específico.

CAPÍTULO IV

Qualificação da Oferta, Formação e Marketing Turístico

ARTIGO 18.º

(Qualificação da oferta turística)

A qualificação da oferta dos produtos e destinos turísticos nacionais tem por objecto aumentar a competitividade da oferta turística nacional, relativamente a mercados concorrentes e deve orientar-se por:

- a) Instalação de projectos turísticos de qualidade em zonas especialmente vocacionadas para a actividade turística, nos termos dos instrumentos de gestão territorial em vigor;
- b) Definição e implementação dos procedimentos de licenciamento de infra-estruturas, estabelecimentos, empreendimentos, empresas e actividades que contribuam para o desenvolvimento de uma oferta turística de qualidade;
- c) Dinamizar os produtos turísticos em função da evolução da procura e das características distintas dos diferentes destinos;
- d) Adoptar soluções que incentivem a inovação e a criatividade;
- e) Valorizar os serviços como elementos diferenciadores da oferta turística, incentivando a adopção de mecanismos de certificação.

ARTIGO 19.º

(Formação e qualificação dos recursos humanos)

1. A formação turística nos seus diversos níveis de ensino é objecto de definição de uma Estratégia e um Sistema de Formação orientados para a capacitação e integração da sociedade civil nas funções relacionadas com a actividade turística.

2. A formação dos recursos humanos no Sector do Turismo deve centrar-se na qualificação profissional, disseminando uma cultura de serviço que garanta uma elevada satisfação

dos turistas, sem prejuízo da criação de condições objectivas para efectivação de instituições de ensino vocacionadas para a actividade do sector.

3. O sistema de formação dos recursos humanos do Sector

de Turismo assenta nos seguintes vectores:

- a) Qualificação progressiva da oferta formativa, através de parcerias que integrem sistemas formativos de referência internacional;
- b) Aproximação crescente da formação em hotelaria e turismo ao mercado empregador, por via da adaptação curricular à evolução das necessidades da oferta e da adequação da oferta formativa à evolução técnico-profissional do sector;
- c) Parcerias com o sector empresarial para o desenvolvimento de projectos de formação em contexto real de trabalho;
- d) Aumento da capacidade de formação nos estabelecimentos de ensino em função do desenvolvimento turístico das diversas Províncias, Municípios e Comunas.

4. Os princípios e os requisitos do sistema de formação mencionados no número anterior são definidos em diploma específico para o efeito.

ARTIGO 20.º (Marketing turístico)

1. O marketing turístico tem como objectivos principais, o crescimento das receitas turísticas e dos demais indicadores da actividade do sector, tanto por um enfoque nos mercados emissores tradicionais, como na progressiva diversificação de mercados emissores e no aumento do peso do mercado interno no consumo turístico.

2. A promoção turística deve ser desenvolvida em torno dos seguintes vectores:

- a) Reforço das acessibilidades e facilitação da mobilidade dos cidadãos nacionais e estrangeiros, através do estabelecimento e aprofundamento de parcerias com as entidades ligadas de forma intersectorial;
- b) Captação de eventos, reuniões e congressos nacionais e internacionais, de acordo com o estabelecido no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo;
- c) Progressiva participação do sector privado no processo de decisão e financiamento da promoção turística, através da profissionalização das estruturas com responsabilidades na promoção externa;
- d) Posicionamento da marca Angola, baseado em factores distintivos sólidos que sustentem uma comunicação eficaz e adequada aos segmentos preferenciais da procura;

e) Criação de representações turísticas no exterior, através de escritórios de turismo, nos potenciais mercados emissores de turistas.

ARTIGO 21.º (Informação turística)

1. A informação turística visa promover o desenvolvimento de uma rede nacional de informação turística que garanta a qualidade e um nível homogéneo da informação prestada ao turista, independentemente do ponto em que é solicitada.

2. Os pontos de informação nacionais, provinciais, municipais e comunais, devem evoluir para um funcionamento em rede, recorrendo progressivamente à utilização de ferramentas tecnológicas para o registo e divulgação dos conteúdos, privilegiando a maior interacção possível com os turistas.

3. Compete às entidades públicas centrais, provinciais, municipais e comunais, bem como o sector privado, a produção de conteúdos informativos e a sua disponibilização aos turistas.

4. São definidos em diploma próprio, as normas de adaptação e harmonização da sinalização rodoviária e da sinalética turística, enquanto instrumento essencial para a satisfação dos turistas.

ARTIGO 22.º (Conhecimento e investigação)

A investigação, pesquisa e análise de informações do Sector da Hotelaria e Turismo, engloba os seguintes aspectos:

- a) Recolha, implementação, sistematização e intercâmbio de dados estatísticos;
- b) Recolha e tratamento das informações relativas ao exercício da actividade e aos empreendimentos turísticos;
- c) A análise e divulgação dos dados estatísticos;
- d) A pesquisa de novos modelos de actividades turísticas adaptados à realidade do País.

ARTIGO 23.º (Apoio ao investimento)

Os agentes públicos do turismo têm a incumbência de promover, nomeadamente através de parcerias com as instituições financeiras, o aumento e a diversificação de linhas de incentivo e financiamento para a actividade turística e para o estímulo ao desenvolvimento, em particular das Micro, Pequenas e Médias Empresas e do tecido empresarial nacional, privilegiando, a inovação, a qualificação e a sustentabilidade.

ARTIGO 24.º (Fiscalização)

O Serviço de Inspeção do Sector do Turismo, a nível central e local é a entidade responsável pelo controlo e pela fiscalização das actividades turísticas e dos agentes turísticos, assegurando o cumprimento da legislação aplicável ao sector bem como, a aplicação de uma estratégia de inspecção actuante e eficaz que garanta a qualidade dos serviços prestados.

CAPÍTULO V Agentes de Turismo

SECÇÃO I Agentes Públicos do Turismo

ARTIGO 25.º (Noção e tipologia)

1. Consideram-se agentes públicos do turismo, todas as entidades da Administração Central e Local do Estado com competências no planeamento, desenvolvimento e concretização das políticas de turismo, nomeadamente:

- a) O Departamento Ministerial que superintende o Sector da Hotelaria e Turismo;
- b) Os Governos Provinciais;
- c) As Administrações Municipais;
- d) As Administrações Comunaes;
- e) As Entidades de Gestão das Áreas de Interesse Turístico a serem definidas;
- f) O Instituto de Fomento Turístico enquanto instituição pública de fomento e promoção do turismo;
- g) Autarquias Locais.

2. Os agentes públicos do turismo têm como missão promover o desenvolvimento da actividade turística através da coordenação e da integração das iniciativas públicas e privadas.

SECÇÃO II Agentes Privados do Turismo

ARTIGO 26.º (Noção e tipologia)

1. São agentes privados do turismo, as pessoas singulares ou colectivas que exerçam actividade económica organizada para a produção, comercialização, intermediação e gestão de produtos e serviços que concorrem para a formação de oferta turística nacional, nomeadamente:

- a) Empreendimentos Turísticos e Meios Complementares do Alojamento Turístico;
- b) Agências de Viagens e Turismo;
- c) Unidades de Restauração;
- d) Agentes de Animação Turística;
- e) Operadores Turísticos e Marítimo-Turísticos;
- f) Prestadores do Serviço de Turismo de Natureza;
- g) Prestadores do Serviço de Turismo Cinegético;
- h) Prestadores do Serviço de Turismo de Habitação e Turismo Rural;
- i) Prestadores do Serviço de Turismo da Saúde, SPA's e Termas;
- j) Prestadores do Serviço de Marinas e Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Turística;
- k) Casinos e Actividades de Jogo;
- l) Aluguer de veículos para fins de turismo (Rent-a-Car);
- m) Informação Turística;
- n) Transporte Turístico;
- o) Outras actividades estabelecidas pelo Executivo

2. Concorrem ainda para a formação da oferta turística, a prestação de serviços em estabelecimentos de alojamento local e os serviços prestados pelas empresas organizadoras de eventos, congressos e conferências.

3. Os requisitos e condições para o exercício das actividades previstas no número 1 do presente artigo são definidos em diplomas próprios.

SECÇÃO III Direitos e Deveres dos Fornecedores de Produtos e Prestadores de Serviços

ARTIGO 27.º (Direitos)

São direitos dos fornecedores de produtos e prestadores de serviços turísticos:

- a) O livre exercício da sua actividade, em conformidade com o estabelecido na presente Lei e demais legislação, definida e aplicável ao sector;
- b) O acesso e participação nos programas de apoio, promoção, financiamento, capacitação turística e outros benefícios constantes da legislação de fomento ao turismo;
- c) A menção dos seus empreendimentos ou estabelecimentos comerciais, bem como dos serviços e actividades que exploram ou administram, em campanhas promocionais organizadas pelos órgãos centrais e locais de turismo, para as quais contribuam financeiramente;
- d) Constar dos conteúdos informativos produzidos e divulgados pelas entidades públicas com responsabilidades na área do turismo.

ARTIGO 28.º (Deveres)

1. São deveres dos fornecedores de produtos e prestadores de serviços turísticos:

- a) Cumprir os requisitos estabelecidos nos regulamentos para cada tipo de produto e serviço turístico;
- b) Apresentar preços e tarifas ao público de forma visível, clara e objectiva, em moeda nacional e língua oficial, podendo facultativamente e de forma complementar, ser apresentada em outras;
- c) Desenvolver a sua actividade com respeito pelo ambiente, pelos direitos do consumidor e pelas comunidades locais, nomeadamente, no que respeita às manifestações, tradições e práticas culturais;
- d) Denunciar as práticas de exploração de seres humanos para fins turísticos, de que tomem conhecimento no decurso das suas actividades ou por meio delas;
- e) Preservar, e em caso de prejuízo reparar os bens públicos e privados que têm uma relação com o turismo;
- f) Assegurar a existência de sistemas de seguro e de assistência apropriados que garantam a responsabilidade civil por danos causados no exercício da actividade turística.

2. Além dos deveres estabelecidos no número anterior, fornecedores de produtos e serviços turísticos devem, em especial:

- a) Prestar exclusivamente, serviços para os quais foram autorizados, fazendo-o sem discriminação, em razão da nacionalidade, condição social, raça, sexo, origem étnica, religião ou filiação política;
- b) Delimitar as zonas para fumadores e não fumadores, de acordo com a legislação em vigor;
- c) Adequar os estabelecimentos turísticos e seus equipamentos ao uso de pessoas com mobilidade condicionada;
- d) Apresentar na forma e prazo estabelecidos pelo Departamento Ministerial que superintende o Sector da Hotelaria e Turismo, as informações e documentos referentes ao exercício da sua actividade.

ARTIGO 29.º
(Exercício de actividade)

O exercício das actividades turísticas, estabelecidas em conformidade com a presente Lei, depende do prévio licenciamento dos serviços competentes do Departamento Ministerial que superintende o Sector da Hotelaria e Turismo.

ARTIGO 30.º
(Taxas)

O licenciamento está sujeito ao pagamento de taxas, que devem ser fixadas e actualizadas através de Decreto Executivo conjunto aprovado pelos Ministros que superintendem os sectores das Finanças e da Hotelaria e Turismo.

ARTIGO 31.º
(Entidades representativas do sector privado na área do turismo)

As associações empresariais, profissionais e sindicais da área do turismo constituem parceiros fundamentais na definição e prossecução das políticas públicas de turismo.

CAPÍTULO VI
Direitos e Deveres do Turista

ARTIGO 32.º
(Direitos)

Sem prejuízo dos demais direitos reconhecidos no ordenamento jurídico angolano, o turista e o consumidor de produtos e serviços turísticos têm em especial, os seguintes direitos:

- a) Obter informação prévia, objectiva, exacta e completa sobre todas e cada uma das condições, preços e facilidades que lhe oferecem os fornecedores de produtos e serviços turísticos;
- b) Beneficiar de produtos e serviços turísticos nas condições e preços convencionados;
- c) Obter os documentos que comprovam os termos exactos da sua contratação e preços convencionados;
- d) Gozar de tranquilidade, privacidade e segurança pessoal e dos seus bens;
- e) Formular denúncias e reclamações inerentes ao fornecimento de produtos e prestação de serviços

turísticos conforme a lei e obter respostas oportunas e adequadas;

- f) Usufruir dos produtos e serviços turísticos em boas condições de manutenção, conservação, higiene e limpeza;
- g) Obter a devida informação para a prevenção de acidentes e doenças contagiosas.

ARTIGO 33.º
(Deveres)

Os turistas e os consumidores de produtos e serviços turísticos têm os seguintes deveres:

- a) Respeitar e cumprir a Constituição da República de Angola e a lei;
- b) Respeitar o património natural, histórico e cultural das comunidades, assim como os seus costumes, crenças e comportamentos;
- c) Usufruir dos serviços, produtos e recursos turísticos com respeito pelo ambiente, tradições nacionais e os costumes locais;
- d) Pagar as taxas devidas pelos serviços de que usufruem.

CAPÍTULO VII
Recursos Financeiros

ARTIGO 34.º
(Suporte financeiro)

1. O suporte financeiro ao turismo é viabilizado através dos seguintes mecanismos operacionais de canalização de recursos:

- a) O Orçamento Geral do Estado, pela inscrição de verbas do OGE para o turismo;
- b) O percentual das receitas provenientes dos impostos, taxas e multas a serem consideradas para efeitos de fomento do sector, aprovadas em diploma próprio;
- c) As linhas de crédito de instituições financeiras destinadas ao Sector do Turismo;
- d) Os recursos financeiros provenientes de outras entidades públicas e privadas, nacionais e internacionais;
- e) Outros mecanismos estabelecidos por lei.

2. O fomento do sector, os seus princípios e requisitos são definidos em diploma específico para o efeito.

ARTIGO 35.º
(Incentivos fiscais)

No âmbito da Política Nacional do Turismo deve ser promovida a adopção de medidas de política fiscal, que nomeadamente:

- a) Contribuam para o maior desenvolvimento das actividades económicas que integram o Sector do Turismo;
- b) Estimulem o consumo turístico interno e a deslocação turística dos angolanos em território nacional;
- c) Fomentem a criação do emprego estável e promovam a qualificação técnico-profissional;
- d) Contribuam para a criação de legislação sobre incentivos fiscais para o fomento do investimento no Sector do Turismo.

CAPÍTULO VIII Representação Internacional

ARTIGO 36.º (Cooperação e participação internacional)

A representação internacional de Angola no Sector do Turismo é assegurada pelo Departamento Ministerial com a tutela da Hotelaria e Turismo, nomeadamente através dos seguintes mecanismos:

- a) Desenvolvimento de programas de cooperação internacional de carácter bilateral e multilateral do Sector do Turismo;
- b) Participação nos diversos organismos internacionais com competências na área do turismo, com particular ênfase nos grupos de trabalho que incidam sobre matérias de interesse para o desenvolvimento da actividade turística nacional, no âmbito dos princípios e objectivos definidos no presente Diploma.

CAPÍTULO IX Sanções e Impugnação

ARTIGO 37.º (Sanções)

1. Sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal a que haja lugar, a violação às disposições legais aplicáveis ao Sector do Turismo é punível com as seguintes sanções:

- a) Advertência;
- b) Multa;
- c) Suspensão temporária do funcionamento do estabelecimento;

- d) Encerramento do estabelecimento;
- e) Cassação da licença/alvará;
- f) Embargo administrativo;
- g) Demolição, nos termos da legislação em vigor.

2. Compete ao Presidente da República, enquanto Titular do Poder Executivo, regulamentar a aplicação das sanções referidas no número anterior do presente artigo.

ARTIGO 38.º (Impugnação)

Da aplicação das sanções previstas no artigo anterior cabe impugnação administrativa e contenciosa, nos termos previstos por lei.

CAPÍTULO X Disposições Finais

ARTIGO 39.º (Dúvidas e omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da interpretação e aplicação da presente Lei são resolvidas pela Assembleia Nacional.

ARTIGO 40.º (Entrada em vigor)

A presente Lei entra em vigor à data da sua publicação. Vista e aprovada pela Assembleia Nacional, em Luanda, aos 21 de Abril de 2015.

O Presidente da Assembleia Nacional, *Fernando da Piedade Dias dos Santos*.

Promulgada aos 4 de Junho de 2015.

Publique-se.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.