

nais do sector da justiça, de renovação de equipamentos e da aprovação de instrumentos normativos, que serão igualmente desenvolvidos nos tribunais administrativos e fiscais.

Foram ouvidos o Conselho Superior da Magistratura, o Conselho Superior dos Tribunais Administrativos e Fiscais e a Ordem dos Advogados.

Foram promovidas as diligências necessárias à audição do Conselho Superior do Ministério Público, da Câmara dos Solicitadores e do Conselho dos Oficiais de Justiça.

Assim:

Nos termos da alínea *a)* do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

Artigo 1.º

Alteração ao Decreto-Lei n.º 325/2003, de 29 de Dezembro

O artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 325/2003, de 29 de Dezembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 182/2007, de 9 de Maio, passa a ter a seguinte redacção:

«Artigo 4.º

[...]

1 — A tramitação dos processos nos tribunais da jurisdição administrativa e fiscal é efectuada electronicamente em termos a definir por portaria do membro do Governo responsável pela área da justiça, devendo as disposições processuais relativas a actos dos magistrados e das secretarias judiciais ser objecto das adaptações práticas que se revelem necessárias, designadamente quanto:

- a)* À apresentação de peças processuais e documentos;
- b)* À distribuição de processos;
- c)* À prática, necessariamente por meios electrónicos, dos actos processuais dos magistrados e dos funcionários;
- d)* Aos actos, peças, autos e termos dos processos que não podem constar do processo em suporte físico;
- e)* À remessa ao tribunal, necessariamente por meios electrónicos, do processo administrativo;
- f)* Ao acesso e consulta dos processos em suporte informático.

2 — O disposto no número anterior é aplicável às citações e notificações das partes e dos mandatários judiciais, que são efectuadas electronicamente nos termos da lei de processo e da portaria do membro do Governo responsável pela área da justiça.

3 —

4 — Os documentos que possam ser digitalizados podem ser apresentados por transmissão electrónica de dados, podendo as partes ser dispensadas de remeter ao tribunal o respectivo suporte de papel e as cópias dos mesmos, nos termos a definir por portaria do Ministro da Justiça, e devolvidos ao apresentante.

5 — O disposto nos números anteriores não prejudica o dever de exibição dos originais das peças processuais e dos documentos juntos pelas partes por transmissão electrónica de dados, sempre que o juiz o determine, nos termos da lei de processo.

6 — *(Revogado.)*

7 — *(Revogado.)*»

Artigo 2.º

Norma revogatória

São revogados os n.ºs 6 e 7 do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 325/2003, de 29 de Dezembro.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 16 de Julho de 2009. — *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa* — *Alberto Bernardes Costa*.

Promulgado em 7 de Agosto de 2009.

Publique-se.

O Presidente da República, ANÍBAL CAVACO SILVA.

Referendado em 10 de Agosto de 2009.

Pelo Primeiro-Ministro, *Luis Filipe Marques Amado*, Ministro de Estado e dos Negócios Estrangeiros.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO

Decreto-Lei n.º 191/2009

de 17 de Agosto

Consciente da crescente importância do turismo na economia nacional, o XVII Governo Constitucional adoptou no seu Programa o turismo como área de intervenção prioritária.

O turismo representa actualmente cerca de 11 % do PIB e emprega mais de 500 000 pessoas, tendo uma capacidade real de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos Portugueses e para a progressão da coesão territorial e da identidade nacional, através da promoção do desenvolvimento sustentável em termos ambientais, económicos e sociais.

O Programa do Governo estabelece a necessidade de adopção de uma lei de bases do turismo que consagre os princípios orientadores e o objectivo de uma política nacional de turismo, o que se faz através do presente decreto-lei.

Quanto aos princípios gerais, reafirma-se a sustentabilidade ambiental, social e económica do turismo, salienta-se a transversalidade do sector, que torna fundamental a articulação das várias políticas sectoriais, aposta-se na garantia da competitividade das empresas e da livre concorrência e assegura-se a participação dos interessados na definição das políticas públicas.

Paralelamente, são apontadas como áreas prioritárias de incidência das políticas públicas de turismo os transportes e acessibilidades, *maxime* o transporte aéreo, a qualificação da oferta, a promoção, o ensino e formação profissional e a política fiscal, elegendo a competitividade dos agentes económicos como factor determinante do desenvolvimento do turismo.

Foram ouvidos os órgãos de governo próprio da Região Autónoma da Madeira e a Associação Nacional de Municípios Portugueses.

Foi promovida a audição dos órgãos de governo próprio da Região Autónoma dos Açores.

Foram ouvidas, a título facultativo, as associações representativas do sector.

Assim:

Nos termos da alínea *a*) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objecto

O presente decreto-lei estabelece as bases das políticas públicas de turismo, enquanto sector estratégico da economia nacional, e define os instrumentos para a respectiva execução.

Artigo 2.º

Conceitos gerais

Para os efeitos do presente decreto-lei, entende-se por:

a) «Turismo», o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as actividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades;

b) «Recursos turísticos», os bens que pelas suas características naturais, culturais ou recreativas tenham capacidade de motivar visita e fruição turísticas;

c) «Turista», a pessoa que passa pelo menos uma noite num local que não seja o da residência habitual e a sua deslocação não tenha como motivação o exercício de actividade profissional remunerada no local visitado;

d) «Utilizador de produtos e serviços turísticos», a pessoa que, não reunindo a qualidade de turista, utiliza serviços e facilidades turísticas.

Artigo 3.º

Princípios gerais

São princípios gerais das políticas públicas de turismo:

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

Artigo 4.º

Princípio da sustentabilidade

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

a) A fruição e a utilização dos recursos ambientais 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 5.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 e da protecção civil, do ambiente, do ordenamento do território, dos transportes e das acessibilidades, das comunicações, da saúde e da cultura.

Artigo 6.º

Princípio da competitividade

O princípio da competitividade traduz-se:

a) Na adopção 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 adopção 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 desenvolvimento do turismo;

e) Na adopção de políticas, nomeadamente fiscais e laborais, que permitam às empresas portuguesas competir com as dos países concorrentes.

CAPÍTULO II

Políticas públicas

SECÇÃO I

Política Nacional de Turismo

Artigo 7.º

Enquadramento legal

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

Artigo 8.º

Plano Estratégico Nacional do Turismo

1 — As políticas públicas de turismo são enquadradas por um conjunto de directrizes, metas e linhas de acção, identificados num Plano Estratégico Nacional.

2 — A elaboração do Plano Estratégico Nacional do Turismo compete ao membro do Governo responsável pela área do turismo.

3 — Na elaboração do Plano Estratégico Nacional do Turismo devem ser ponderados os interesses económicos, sociais, culturais e ambientais e assegurada a participação das entidades representativas de tais interesses.

4 — O Plano Estratégico Nacional do Turismo deve apresentar uma visão de longo prazo e estabilidade temporal, embora susceptível de revisão sempre que alterações conjunturais a justifiquem.

5 — O Plano Estratégico Nacional do Turismo é aprovado por resolução do Conselho de Ministros.

Artigo 9.º

Objectivos e meios

1 — A Política Nacional de Turismo tem por objectivos, nomeadamente:

a) Aumentar os fluxos turísticos, bem como a permanência e o gasto médio dos turistas nacionais e estrangeiros no País, através da promoção e do apoio ao desenvolvimento dos produtos e destinos turísticos regionais;

b) Contribuir para o desenvolvimento económico e social do País, para a criação de emprego, para o crescimento do produto interno bruto e para a redução de assimetrias regionais;

c) Promover o reforço da organização regional do turismo, contribuindo para uma efectiva aproximação às comunidades locais e às empresas;

d) Promover a generalização do acesso dos Portugueses aos benefícios do turismo;

e) Promover a acessibilidade às actividades e empreendimentos turísticos de pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade condicionada;

f) Estimular a competitividade internacional da actividade turística portuguesa através da qualificação da oferta e, nomeadamente, do incentivo à inovação e à criatividade;

g) Criar as condições mais favoráveis para o aumento do investimento privado no turismo;

h) Construir uma identidade turística nacional e uma atitude de hospitalidade transversal a todo o País;

i) Estimular a concretização de parcerias público-privadas na prossecução da política de turismo e no seu financiamento;

j) Introduzir mecanismos de compensação em favor das comunidades locais pela conversão do uso do solo e pela instalação de empreendimentos turísticos em zonas territoriais não destinadas previamente a uma finalidade turística.

2 — Os objectivos enumerados no número anterior concretizam-se, nomeadamente, através dos seguintes meios:

a) Estímulo às entidades regionais e locais a planear, nas suas áreas de intervenção, actividades turísticas atractivas de forma sustentável e segura, com a participação e em benefício das comunidades locais;

b) Incentivo à instalação de equipamentos e à dinamização de actividades e serviços de expressão cultural, animação turística, entretenimento e lazer que contribuam para a captação de turistas e prolongamento da sua estada no destino;

c) Fomento da prática de um turismo responsável, promovendo a actividade como veículo de educação e interpretação ambiental e cultural e incentivando a adopção de boas práticas ambientais e de projectos de conservação da natureza que permitam uma utilização eficiente dos recursos, minimizando o seu impacto nos ecossistemas;

d) Adopção de medidas de política fiscal como incentivo ao desenvolvimento sustentável das actividades turísticas;

e) Dinamização do turismo em espaço rural como factor de desenvolvimento económico e de correcção das assimetrias regionais;

f) Promoção e organização de programas de aproximação entre o turismo e a sociedade civil;

g) Dinamização de projectos de turismo social, com particular incidência nos segmentos jovem, sénior e familiar.

SECÇÃO II

Áreas de actuação

Artigo 10.º

Qualificação da oferta

1 — A qualificação da oferta de produtos e destinos turísticos nacionais tem por objectivo aumentar a competitividade e a visibilidade da oferta turística nacional relativamente a mercados concorrentes, bem como garantir um elevado nível de satisfação dos turistas e utilizadores de bens e serviços turísticos, e deve orientar-se pelos seguintes parâmetros:

a) Valorização das zonas especialmente vocacionadas para a actividade turística, prevendo a instalação de projectos turísticos de qualidade nos instrumentos de gestão territorial aplicáveis;

b) Agilização de procedimentos de licenciamento de infra-estruturas, estabelecimentos, empreendimentos, empresas e actividades que contribuam para o desenvolvimento de uma oferta turística de qualidade;

c) Adopção de soluções que incentivem a inovação e a criatividade;

d) Dinamização de produtos turísticos inovadores, em função da evolução da procura e das características distintas dos destinos regionais;

e) Promoção e incentivo à valorização das envolventes turísticas, nomeadamente do património cultural e natural;

f) Optimização dos recursos agrícolas e das actividades desenvolvidas em meio rural enquanto recursos turísticos;

g) Valorização do serviço como elemento chave diferenciador da oferta turística, incentivando a adopção de mecanismos de certificação.

2 — Pode ser atribuído o estatuto de utilidade turística a empreendimentos, equipamentos e estabelecimentos prestadores de serviços turísticos que satisfaçam os requisitos e condições definidos em diploma legal, como meio de incentivo à qualificação da oferta turística nacional.

Artigo 11.º

Formação e qualificação dos recursos humanos

1 — A valorização dos recursos humanos constitui uma prioridade da Política Nacional de Turismo, assumindo a formação profissional um papel central na melhoria dos níveis de qualificação dos jovens e dos activos empregados ou desempregados do sector e de oferta turística através da progressiva disseminação de uma cultura de serviço.

2 — São objectivos da política de qualificação dos recursos humanos do sector do turismo:

a) Garantir uma qualificação inicial aos jovens que pretendam ingressar no mercado de trabalho, através de percursos de dupla qualificação escolar e profissional;

b) Promover a formação contínua dos trabalhadores empregados ou desempregados, através de itinerários de qualificação modularizados, enquanto instrumento para a valorização e actualização profissionais e para a competitividade das empresas;

c) Promover e regular o acesso ao reconhecimento, validação e certificação das qualificações profissionais para efeitos de acesso ao exercício de profissões turísticas em Portugal;

d) Desenvolver novos perfis profissionais para o sector do turismo e adequar a regulamentação das actividades e profissões do sector;

e) Impulsionar a qualificação ou a reconversão profissional de trabalhadores desempregados, com vista a um rápido reingresso ao mercado de trabalho.

3 — A prossecução dos objectivos referidos no número anterior deve pautar-se pelos seguintes parâmetros:

a) Adaptação da oferta formativa às necessidades da procura;

b) Adequação da capacidade de formação nos estabelecimentos de ensino em função do desenvolvimento turístico das diversas regiões;

c) Promoção de parcerias com as empresas, parceiros sociais, associações profissionais, universidades e demais estabelecimento de ensino;

d) Criação de uma cultura de aprendizagem, reconhecendo e validando as aprendizagens em contextos informais e não-formais, com vista ao reconhecimento escolar e profissional.

Artigo 12.º

Promoção turística

1 — A promoção turística tem como objectivos principais o crescimento das receitas turísticas em proporção superior ao aumento do número de turistas e aos demais indicadores da actividade, em particular nos mercados emissores tradicionais, a progressiva diversificação de mercados emissores e o aumento do volume do consumo turístico interno.

2 — A promoção turística deve ser desenvolvida em torno dos seguintes eixos:

a) Posicionamento da marca *Portugal* baseado em factores distintivos sólidos que sustentem uma comunicação eficaz e adequada aos segmentos preferenciais da procura;

b) Reforço e desenvolvimento das marcas regionais em articulação com a marca *Portugal*;

c) Progressiva participação do sector privado nas estruturas com responsabilidades na promoção, bem como nos respectivos processos de decisão e financiamento;

d) Crescente profissionalização das entidades com responsabilidade na promoção externa, assegurando a representatividade dos agentes públicos e privados nessas entidades;

e) Captação de eventos, reuniões e congressos nacionais e internacionais.

Artigo 13.º

Acessibilidades

1 — As acessibilidades constituem um factor fundamental para a mobilidade e captação de turistas e para o aumento da competitividade de Portugal enquanto destino turístico.

2 — As políticas públicas devem promover a mobilidade dos turistas nacionais e estrangeiros, através da qualificação e do reforço das ligações e infra-estruturas aéreas, rodoviárias, ferroviárias, marítimas e fluviais, tendo em conta a localização dos mercados e destinos.

3 — A mobilidade no território nacional deve, ainda, ser promovida através da criação de circuitos turísticos integrados, designadamente através do desenvolvimento de redes de ciclovias e de caminhos pedonais.

Artigo 14.º

Apoio ao investimento

Devem ser implementados mecanismos de apoio à actividade turística e de estímulo ao desenvolvimento das pequenas e médias empresas (PME), nomeadamente através do aumento e diversificação de linhas de incentivo e de financiamento, bem como ao apoio ao investimento público de interesse turístico, privilegiando em ambos os casos a inovação, a qualificação e a sustentabilidade.

Artigo 15.º

Informação turística

1 — A informação ao turista deve evoluir para o funcionamento em rede através da criação 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 seja solicitada, e na qual se privilegie a maior interacção possível com os turistas.

2 — Cabe às entidades públicas, centrais, regionais e locais, em colaboração com o sector privado, a produção de conteúdos informativos e a sua disponibilização aos turistas.

3 — A adaptação e harmonização da sinalização rodoviária e da sinalética turística, enquanto instrumentos essenciais para o desenvolvimento de produtos e destinos turísticos e para a satisfação dos turistas, constituem um eixo determinante da política nacional de informação turística.

Artigo 16.º

Conhecimento e investigação

1 — A autoridade turística nacional, em colaboração com as entidades regionais e locais do turismo, deve assegurar a coordenação de estudos, bem como o intercâmbio de informação relativa às actividades e aos empreendimentos turísticos, integrando entidades públicas ou privadas de investigação, formação e ensino na disponibilização, análise e divulgação dessa informação.

2 — O intercâmbio de informações relativas às actividades e aos empreendimentos turísticos visam dotar as entidades públicas e privadas do conhecimento detalhado e aprofundado da oferta e da procura turística, possibilitando a adequação daquela às características e preferências dos consumidores.

3 — Cabe à autoridade turística nacional a criação, o desenvolvimento e a manutenção de um registo nacional de turismo que centralize e disponibilize toda a informação relativa aos empreendimentos e empresas do turismo em operação no País.

4 — As entidades regionais e locais com competências no turismo e os agentes privados devem disponibilizar à autoridade turística nacional toda a informação necessária para a criação e manutenção do registo nacional do turismo.

CAPÍTULO III

Agentes do turismo

Artigo 17.º

Agentes públicos do turismo

1 — Consideram-se agentes públicos do turismo todas as entidades públicas centrais, regionais e locais com atribuições no planeamento, desenvolvimento e concretização das políticas de turismo, nomeadamente:

- a) O membro do Governo responsável pela área do turismo;
- b) A autoridade turística nacional;
- c) As entidades regionais de turismo;
- d) As direcções regionais de economia;
- e) As comissões de coordenação e desenvolvimento regional;
- f) O Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, I. P. (ICNB, IP);
- g) As regiões autónomas;
- h) As 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, de modo a atingir as metas do Plano Estratégico Nacional do Turismo.

3 — Considera-se, ainda, que intervêm na prossecução da Política Nacional de Turismo as entidades públicas centrais, regionais e locais que, não tendo atribuições específicas na área do turismo, sejam responsáveis pela gestão e exploração de equipamentos e recursos turísticos.

Artigo 18.º

Fornecedores de produtos e serviços turísticos

1 — São fornecedores de produtos e serviços turísticos as pessoas singulares ou colectivas que exerçam uma actividade organizada para a produção, comercialização, intermediação e gestão de produtos e serviços que concorram para a formação de oferta turística nacional, nomeadamente:

- a) Agências de viagens e turismo;
- b) Empresas ou entidades exploradoras de empreendimentos turísticos;
- c) Empresas de aluguer de veículos de passageiros sem condutor;
- d) Empresas de animação turística e operadores marítimo-turísticos;
- e) Estabelecimentos de restauração e bebidas;
- f) Empresas concessionárias de jogos de fortuna e azar;
- g) Entidades prestadoras de serviços na área do turismo social;
- h) Empresas de transporte aéreo, rodoviário, ferroviário e marítimo de passageiros e entidades gestoras das respectivas infra-estruturas de transporte.

2 — Considera-se, ainda, que concorrem para a formação da oferta turística os estabelecimentos de alojamento local, as empresas organizadoras de eventos, congressos e conferências, bem como os agentes económicos que, operando noutros sectores de actividade, sejam responsáveis pela gestão e exploração de equipamentos e recursos turísticos.

Artigo 19.º

Direitos dos fornecedores de produtos e serviços turísticos

São direitos dos fornecedores de produtos e serviços turísticos:

- a) O acesso a programas de apoio, financiamento ou outros benefícios, nos termos de diploma legal;
- b) A menção dos seus empreendimentos ou estabelecimentos comerciais, bem como dos serviços e actividades que exploram ou administram, em campanhas promocionais organizadas pelas entidades responsáveis pela promoção interna e externa, para as quais contribuam financeiramente;
- c) Constar dos conteúdos informativos produzidos e divulgados pelas entidades públicas com responsabilidades na área do turismo.

Artigo 20.º

Deveres dos fornecedores de produtos e serviços turísticos

São deveres dos fornecedores de produtos e serviços turísticos:

- a) Cumprir a legislação específica aplicável às respectivas actividades;
- b) Apresentar preços e tarifas ao público de forma visível, clara e objectiva, nos termos da legislação aplicável;
- c) Desenvolver a sua actividade com respeito pelo ambiente, pelo património cultural e pelas comunidades locais;
- d) Assegurar a existência de sistemas de seguro ou de assistência apropriados que garantam a responsabilidade civil dos danos causados aos turistas e consumidores de produtos e serviços turísticos, assim como a terceiros, ocorridos no âmbito do exercício da actividade turística;
- e) Adoptar as melhores práticas de gestão empresarial e de qualidade de serviço e procedimentos de controlo interno da sua actividade;
- f) Adoptar práticas comerciais leais e transparentes, não lesivas dos direitos e interesses legítimos dos consumidores de produtos turísticos e respeitadoras das normas da livre concorrência.

Artigo 21.º

Participação das associações

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

CAPÍTULO IV

Direitos e deveres do turista e do utilizador de produtos e serviços turísticos

Artigo 22.º

Direitos do turista e do utilizador de produtos e serviços turísticos

Sem prejuízo dos demais direitos reconhecidos em legislação especial, o turista e o utilizador de produtos e serviços turísticos gozam dos seguintes direitos:

- a) Obter informação 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) Receber documentos que comprovem os termos da sua contratação e preços convencionados;
- d) Fruir de tranquilidade, privacidade e segurança pessoal e dos seus bens;

- e) Formular reclamações inerentes ao fornecimento de produtos e prestação de serviços turísticos, de acordo com o previsto na lei, e obter respostas oportunas e adequadas;
- f) Fruir dos produtos e serviços turísticos em boas condições de manutenção, conservação, higiene e limpeza;
- g) Obter a informação adequada à prevenção de acidentes, na utilização de serviços e produtos turísticos.

Artigo 23.º

Deveres do turista e do utilizador de produtos e serviços turísticos

O turista e o utilizador de produtos e serviços turísticos têm os seguintes deveres:

- a) Cumprir a lei e os regulamentos vigentes;
- b) Respeitar o património natural e cultural das comunidades, bem como os seus costumes;
- c) Utilizar e fruir dos serviços, produtos e recursos turísticos com respeito pelo ambiente e tradições nacionais;
- d) Adotar hábitos de consumo ético e sustentável dos recursos turísticos.

CAPÍTULO V

Financiamento e fiscalidade

Artigo 24.º

Suporte financeiro

O suporte financeiro ao turismo assenta nas seguintes fontes de financiamento:

- a) O Orçamento do Estado, pela transferência de verbas destinadas ao sector do turismo para a autoridade turística nacional e para as entidades regionais de turismo;
- b) As receitas provenientes do imposto sobre o jogo e das concessões das zonas de jogo, dentro dos limites definidos na lei de enquadramento orçamental;
- c) Os recursos financeiros alocados pelas entidades privadas e pelas entidades públicas regionais e locais, bem como pelas instituições comunitárias;
- d) Os recursos financeiros provenientes de outras entidades públicas e privadas, nacionais e internacionais;
- e) Outras receitas próprias da autoridade turística nacional.

Artigo 25.º

Política fiscal

No âmbito da política nacional de turismo, pode ser promovida a adopção de medidas de política fiscal que contribuam para o maior desenvolvimento das actividades económicas que integram o sector do turismo, estimulem o consumo turístico interno e a deslocação turística dos portugueses em território nacional, promovam a competitividade internacional das empresas, ou que incentivem a adopção de práticas que contribuam para o desenvolvimento sustentável do turismo.

CAPÍTULO VI

Representação internacional

Artigo 26.º

Cooperação e participação internacional

A representação internacional de Portugal no sector do turismo deve ser assegurada, nomeadamente, através das seguintes linhas:

- a) Desenvolvimento de programas de cooperação internacional de carácter bilateral e multilateral no 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 decreto-lei.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 18 de Junho de 2009. — *José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa — Luís Filipe Marques Amado — Fernando Teixeira dos Santos — Manuel Pedro Cunha da Silva Pereira — João António da Costa Mira Gomes — Rui Carlos Pereira — Francisco Carlos da Graça Nunes Correia — Manuel António Gomes de Almeida de Pinho — Jaime de Jesus Lopes Silva — Mário Lino Soares Correia — José António Fonseca Vieira da Silva — Ana Maria Teodoro Jorge — Valter Victorino Lemos — José Mariano Rebelo Pires Gago — José António de Melo Pinto Ribeiro.*

Promulgado em 7 de Agosto de 2009.

Publique-se.

O Presidente da República, ANÍBAL CAVACO SILVA.

Referendado em 10 de Agosto de 2009.

Pelo Primeiro-Ministro, *Luís Filipe Marques Amado*,
Ministro de Estado e dos Negócios Estrangeiros.

Decreto-Lei n.º 192/2009

de 17 de Agosto

O Decreto-Lei n.º 51/2007, de 7 de Março, alterado pelo Decreto-Lei n.º 88/2008, de 29 de Maio, veio regular algumas práticas bancárias no crédito à habitação, num incentivo à concorrência no sector bancário, e, em especial, na concessão e renegociação do crédito à habitação.

No entanto, verifica-se que as obrigações decorrentes deste diploma não são ainda suficientes para garantir um adequado nível de protecção do consumidor.

Com efeito, em muitos casos, o consumidor que pretende procurar melhores condições no mercado depara-se, ainda, com elevadas comissões de reembolso praticadas nos chamados créditos paralelos, multiusos ou multiopções. Estes são, muitas vezes, contratados em simultâneo ao crédito à habitação, com as mesmas condições, pelos mesmos prazos e tendo como garantia o mesmo imóvel, destinando-se a fazer face a despesas complementares da aquisição, como a compra de mobiliário e outros fins conexos. Entendendo-se não se justificar regimes diversos para créditos similares e muitas vezes complementares, pretende-se estender a estes contratos de crédito as regras aplicáveis ao crédito à habitação. De facto, a actual conjuntura económica, justifica, também, a flexibilização de créditos conexos com os créditos à habitação, permitindo às famílias a procura de melhores opções para os encargos assumidos com a sua habitação permanente e a preservação do património habitacional.

De acordo com o artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 51/2007, de 7 de Março, quando o cliente bancário pretende contrair um empréstimo, a instituição de crédito não pode fazer depender a concessão desse crédito da contratação de outros produtos ou serviços fornecidos por essa instituição. No entanto, é prática das instituições de crédito oferecerem reduções do *spread* sob condição da aquisição de outros produtos e serviços financeiros. Porém, nem sempre tais práticas se traduzem em benefícios reais para os consu-