

Cooperação Técnica e Financeira submetendo à apreciação do Núcleo Jurídico;

II. providenciar e manter atualizados os documentos necessários à realização de convênios com outros entes da administração pública;

III. controlar o prazo de duração e a execução dos contratos e convênios, através da análise de relatórios de acompanhamento e fiscalização apresentados pelos empregados designados nos respectivos instrumentos jurídicos, inclusive a prestação de contas dos convênios;

IV. propor alteração, rescisão, aplicação de penalidades e demais medidas cabíveis na execução dos instrumentos jurídicos mencionados no inciso anterior;

V. providenciar e controlar as publicações dos extratos de contratos e convênios no Órgão de Imprensa Oficial, dentro do prazo legal;

VI. manter em arquivo próprio cópia dos contratos, convênios e demais documentos pertinentes, acompanhados dos seus aditivos quando celebrados; e

VII. executar outras atividades correlatas ou que lhe venham a ser atribuídas.

#### Seção IV

##### Da Diretoria de Marketing

**Art. 32.** A Diretoria de Marketing - DMK, órgão diretamente subordinado ao Diretor-Presidente, tem por finalidade o desenvolvimento dos programas de marketing, através de suas Gerências e coordenadoria, relativos à promoção e divulgação do Estado do Pará, com vistas ao crescimento do turismo receptivo.

#### Seção V

##### Da Gerência de Comunicação

**Art. 33.** A Gerência de Comunicação - GEC, órgão diretamente vinculado à Diretoria de Marketing - DMK tem por finalidade o planejamento e supervisão do desenho e produção de todos os materiais de comunicação do turismo paraense, conforme estabelecido no Macroprograma de Comunicação do plano operacional do Plano Ver-o-Pará, sob a estratégia de comunicação definida no plano e a nova identidade turística.

**Art. 34.** A Gerência de Comunicação - GEC compete:

I. coordenar e gerenciar equipe interna para a produção dos conteúdos da comunicação;

II. planejar e gerenciar o atendimento ao público, por meio do posto de informação turística - PIT, nos espaços dentro e fora da empresa;

III. articular e interagir com as outras áreas da Paratur para levantamento e coleta das informações para a produção e divulgação em nível interno e externo de conteúdos;

IV. coordenar e atender as demandas da imprensa local, nacional e internacional;

V. gerenciar a nova identidade turística para garantir a correta aplicação e uso da nova marca turística;

VI. gerenciar e controlar as mensagens para garantir a integração da comunicação e o posicionamento desejado, conforme estabelecido no Plano Ver-o-Pará;

VII. gerenciar o controle da qualidade - estética, conteúdos, materiais, imagens, etc. - das peças de comunicação coerente com o posicionamento desejado;

VIII. monitorar o quantitativo da produção e distribuição dos materiais, por público e por mercado;

IX. elaborar relatório anual de atividades realizadas pela Gerência e dos resultados obtidos;

#### Subseção I

##### Da Coordenadoria de Publicidade - CP

**Art. 35.** A Coordenadoria de Publicidade - CP, diretamente subordinada à Gerência de Comunicação - GEC compete:

I. planejar o desenho e a produção dos materiais promocional impresso e digital;

II. coordenar o relacionamento com Secretária de Comunicação, com a agência de publicidade ou empresas de serviços, responsáveis pela criação e produção das peças de comunicação;

III. manter relacionamentos sociais, profissionais e institucionais de interesse da Empresa;

IV. participar do planejamento de marketing da Diretoria;

V. compete coordenar e executar atividades relativas à interação da Paratur com os diversos assessores de comunicação estadual e municipal.

#### Seção VI

##### Da Gerência de Promoção

**Art. 36.** A Gerência de Promoção - GEP, órgão diretamente subordinado à Diretoria de Marketing - DMK tem por finalidade a execução das ações de promoção turística nos mercados prioritários do Brasil e do exterior, em consonância ao Macroprograma de Promoção do Plano Ver-o-Pará.

**Art. 37.** A Gerência de Promoção - GEP compete:

I. coordenar a implantação das ações de promoção por mercado geográfico, conforme a estratégia de mercados definida;

II. planejar e executar as ações de sensibilização do trade local conforme a estratégia do Plano Ver-o-Pará;

III. gerenciar o relacionamento e atender as demandas do trade local, nacional e internacional;

IV. planejar e organizar o calendário operacional anual das atividades de promoção nacional e internacional por tipo de ação e por mercado geográfico;

V. participar ativamente em todos os eventos de promoção nos mercados, na medida das possibilidades;

VI. planejar e/ou executar o atendimento ao público nos estandes em que a empresa participe direta ou indiretamente;

VII. analisar e avaliar os resultados das ações realizadas, como fonte de informação para o planejamento futuro;

VIII. elaborar relatório anual de atividades realizadas pela Gerência e dos resultados obtidos;

IX. participar do planejamento de marketing da Diretoria.

#### Seção VII

##### Da Gerência de Captação de Eventos

**Art. 38.** A Gerência de Captação de Eventos - GCE, órgão diretamente subordinado à Diretoria Marketing - DMK tem por finalidade a captação de grandes eventos no âmbito regional, nacional e internacional, a serem sediados no Estado do Pará.

**Art. 39.** A Gerência de Captação de Eventos - GCP compete:

I. desenhar e produzir material específico em parceria com a comunicação, para apresentação da oferta de equipamentos e serviços do Estado para organização de grandes eventos;

II. planejar anualmente a agenda de atividades de promoção para a captação de eventos;

III. executar o calendário de atividades promocionais no mercado nacional e internacional por meio dos canais específicos do setor;

IV. gerenciar as relações entre todos os atores públicos e privados Estado, nacional e internacional, envolvidos no setor para a captação de eventos;

V. pesquisar, analisar e avaliar "cases" de sucesso no setor, no mercado nacional e internacional;

VI. elaborar relatório anual de atividades realizadas pela Gerência e dos resultados obtidos;

VII. participar do planejamento de marketing da Diretoria.

#### Seção VIII

##### Da Gerência de Inteligência de Mercado

**Art. 40.** A Gerência de Inteligência de Mercado - GME, órgão diretamente subordinado à Diretoria de Marketing - DMK tem por finalidade a criação, organização e administração do Bureau de Inovação e do Observatório Turístico do Estado do Pará, conforme definido no Macroprograma de Inteligência de Mercado do Plano Ver-o-Pará.

**Art. 41.** A Gerência de Inteligência de Mercado - GME compete:

I. gerenciar projetos de inovação na gestão pública de turismo;

II. sistematizar e executar o trabalho de "benchmarking" como fonte de informação para a inovação na gestão pública de turismo;

III. coordenar o relacionamento com o setor de estatísticas ou empresas externas, para a realização das pesquisas qualitativas, a serem realizadas conforme o cronograma de pesquisas definido no Plano Ver-o-Pará;

IV. interpretar e analisar os resultados das pesquisas qualitativas;

V. articular e interagir com as outras áreas da Paratur e da Secretaria de Turismo para implantação dos projetos de inovação;

VI. elaborar relatório anual de atividades realizadas pela Gerência e dos resultados obtidos;

VII. participar do planejamento de marketing da Diretoria.

#### TÍTULO VI

##### DAS ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES DO DIRETOR-PRESIDENTE, DOS DIRIGENTES E DE OUTRAS FUNÇÕES GRATIFICADAS

#### CAPÍTULO I

##### Das Atribuições do Diretor-Presidente

**Art. 42.** Ao Diretor-Presidente da Paratur cabem as seguintes atribuições:

I. dirigir, coordenar e controlar as atividades técnicas e administrativas da Empresa;

II. representar a empresa em juízo ou fora dele, podendo designar prepostos ou procuradores, para fins judiciais;

III. autorizar a concessão de regime de tempo integral e dedicação exclusiva aos empregados e empregados da Paratur, obedecendo à legislação vigente;

IV. contratar pessoal para o quadro de pessoal temporário da Empresa, mediante contrato de trabalho ou locação de serviço;

V. dispensar pessoal do quadro de pessoal temporário da Empresa;

VI. instaurar processos administrativos, elogiar e aplicar penalidades aos empregados e empregados da Empresa, de acordo com a legislação vigente;

VII. designar e/ou dispensar ocupantes de chefias da Empresa;

VIII. requisitar empregados da administração direta e indireta;

IX. cumprir o orçamento anual, solicitando às modificações que se fizerem necessário;

X. submeter a prestação de contas à apreciação dos Tribunais de Contas na área de sua jurisdição;

XI. expedir portarias, ordens ou instruções de serviços no âmbito da Empresa;

XII. movimentar as contas de depósito da Paratur, nos estabelecimentos bancários;

XIII. ordenar pagamentos e fornecimentos, de acordo com a legislação vigente;

XIV. homologar licitações, nos termos da legislação vigente;

XV. firmar convênios, acordos, contratos e outros instrumentos equivalentes de interesse da Empresa;

XVI. designar seu substituto eventual;

XVII. manter a sociedade civil informada das atividades da

Empresa;

XVIII. decidir sobre matéria urgente "ad referendum" do Conselho de Administração, nos casos inadiáveis e que possam comprometer ou prejudicar o órgão, submetendo cada decisão àquele colegiado, na primeira reunião;

XIX. submeter o Regimento Interno e suas alterações propostas para aprovação pelo Conselho de Administração da empresa;

XX. delegar o que for de conveniência e interesse;

XXI. autorizar a troca ou venda de material e utensílio considerados inservíveis, observada a legislação em vigor;

XXII. praticar todos os demais atos necessários à realização de seus fins institucionais.

XXIII. promover a cooperação e articulação com os órgãos da Administração Federal, Estadual, do Distrito Federal e Municipal em projetos de suas iniciativas que possam contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento do turismo estadual;

XXIV. promover a cooperação e articulação com os fóruns, conselhos, consórcios e entidades articuladoras do turismo nos âmbitos estaduais, regionais e municipais;

XXV. articular com os demais órgãos governamentais e entidades da Administração Pública em seus programas, projetos e ações que interagem com a Política Estadual de Turismo; e,

XXVI. apresentar ao Governador do Estado, ao Conselho de Administração, ao Conselho Fiscal e aos Órgãos colegiados da Paratur o Relatório Anual de Gestão da Empresa.

#### CAPÍTULO II

##### Das Responsabilidades dos Dirigentes

**Art. 43.** Constituem responsabilidades fundamentais dos dirigentes, em todos os níveis, além das específicas, as seguintes:

I. aprovar, coordenar e supervisionar a execução de planos, programas, operações e/ou atividades específicas das áreas vinculadas à sua Diretoria;

II. decidir sobre matéria específica de sua área de competência, em conformidade com as políticas, diretrizes e deliberações dos órgãos colegiados e do Presidente;

III. propor normas e instruções inerentes às atividades específicas de sua Diretoria, submetendo-as à aprovação da Diretoria Colegiada;

IV. propor ao Presidente a criação de Grupos de Trabalho para execução de tarefas ou operações específicas;

V. planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades inerentes a sua área de competência;

VI. promover nas gerências o desenvolvimento de um fluxo de comunicação que venha propiciar um perfeito inter-relacionamento na empresa;

VII. combater o desperdício, em todas as suas formas, com vistas a reduzir custos operacionais das atividades sob suas responsabilidades;

VIII. orientar os subordinados na execução de suas tarefas e promover a prática de rodízio, a fim de proporcionar-lhes visão integrada da área;

IX. delegar competência aos titulares das áreas subordinadas à sua Diretoria.

X. proporcionar, aos subordinados, condições para o desenvolvimento de atitudes, habilidades e conhecimentos voltados para o objetivo da área que pertencem, assegurando ao público tratamento rápido e satisfatório;

XI. propor lotação, remoção, elogios e punições aos empregados, e o provimento das funções de confiança no âmbito da sua Diretoria;

XII. divulgar, cumprir e fazer cumprir as diretrizes governamentais e da Companhia, as legislações pertinentes e os atos normativos em vigor;

XIII. ensejar oportunidade para o progresso individual do subordinado em consonância com o seu potencial e sua capacidade e até com os objetivos do Governo do Estado;

XIV. fomentar, nos subordinados o espírito de lealdade ao Estado e às Autoridades constituídas, pelo acatamento às ordens e às solicitações, sem prejuízo da participação política, construtiva e responsável, em favor da ampliação da eficácia na Administração Pública.

#### CAPÍTULO III

##### Das Responsabilidades dos Gerentes

**Art. 44.** Constituem responsabilidades fundamentais dos Gerentes, em todos os níveis, além das específicas, as seguintes:

I. coordenar, orientar e supervisionar a execução das atividades que lhe forem confiadas, interagindo com as áreas da empresa, visando a assegurar o pleno alcance dos objetivos;

II. subsidiar a chefia imediata com dados e informações que visem à melhoria e/ou correção de procedimentos operacionais e administrativos relativos às atividades em desenvolvimento;

III. apresentar propostas relativas ao orçamento anual, inerentes à sua área de atuação.

#### CAPÍTULO IV

##### Das Responsabilidades dos Coordenadores

**Art. 45.** Constituem responsabilidades fundamentais dos Coordenadores, em todos os níveis, além das específicas, as seguintes:

I. coordenar e controlar a execução das atividades afetas à sua área de atuação;

II. subsidiar à Gerência nas proposições ao orçamento anual, necessárias ao desenvolvimento das atividades programadas;

III. fornecer à chefia imediata, dados e informações que visem à melhoria e/ou correção de procedimentos operacionais e administrativos, relativos às atividades em desenvolvimento.