

II - elaborar e disponibilizar diretrizes, instrumentos e orientações para subsidiar o planejamento, a gestão, a qualificação e a estruturação dos produtos, equipamentos e serviços de turismo rural, observando os princípios da sustentabilidade e descentralização;

III - articular e orientar as entidades públicas e do setor privado para garantir a implantação de projetos que visem à estruturação do segmento de turismo rural e de suas linhas de produtos;

IV - subsidiar o planejamento estadual, regional e municipal, no que se refere ao fortalecimento e desenvolvimento do segmento de turismo rural e de suas linhas de produtos;

V - subsidiar a realização de estudos e pesquisas sobre o turismo rural e sua cadeia produtiva, modelos de equipamentos e experiências de referência para a qualificação e capacitação de serviços turísticos especializados em turismo rural;

VI - analisar e interpretar resultados dos estudos e pesquisas sobre o turismo rural e suas linhas de produtos, bem como definir aplicações ao desenvolvimento e à inovação no âmbito do segmento;

VII - subsidiar a elaboração dos materiais de promoção do segmento e de suas linhas de produtos;

VIII - identificar e analisar problemas, oportunidades e ameaças relacionadas ao desenvolvimento sustentável do turismo rural no Pará;

IX - dar suporte e realizar ações, junto às entidades públicas e privadas, para o planejamento e estruturação dos produtos de turismo rural.

Art. 44. À Gerência de Turismo de Pesca Esportiva - GPES, diretamente subordinada à Coordenadoria de Segmentação de Produtos Turísticos - CSPT, compete:

I - gerenciar a execução e monitorar os resultados dos projetos e ações de qualificação e estruturação do turismo de pesca esportiva;

II - elaborar e disponibilizar diretrizes, instrumentos e orientações para subsidiar o planejamento, a gestão, a qualificação e a estruturação dos produtos, equipamentos e serviços de turismo de pesca esportiva, observando os princípios da sustentabilidade e descentralização;

III - articular e orientar as entidades públicas e do setor privado para garantir a implantação de projetos e ações de qualificação e a estruturação dos produtos, equipamentos e serviços de turismo de pesca esportiva e de suas linhas de produtos;

IV - subsidiar o planejamento estadual, regional e municipal, no que se refere ao fortalecimento e desenvolvimento do segmento de turismo de pesca esportiva e de e suas linhas de produtos;

V - subsidiar a realização de estudos e pesquisas sobre o segmento de turismo de pesca esportiva e sua cadeia produtiva, modelos de equipamentos no segmento e experiências de referência para a qualificação e capacitação dos serviços turísticos especializados;

VI - analisar e interpretar os resultados dos estudos e pesquisas sobre o turismo de pesca esportiva e suas linhas de produtos, bem como definir aplicações ao desenvolvimento e à inovação no âmbito do segmento;

VII - subsidiar a elaboração dos materiais de promoção do turismo de pesca esportiva e de suas linhas de produtos;

VIII - identificar e analisar problemas, oportunidades e ameaças relacionadas ao desenvolvimento sustentável do turismo de pesca esportiva no Pará;

IX - dar suporte e realizar ações, junto às entidades públicas e privadas, para o planejamento e a estruturação dos produtos de turismo de pesca esportiva.

Subseção II
Coordenador de Marketing

Art. 45. À Coordenadoria de Marketing - CMKT, diretamente subordinada à Diretoria de Produtos Turísticos - DPRT, compete: I - coordenar e supervisionar a execução dos projetos e ações, conforme os acromonogramas de comunicação, de promoção e de inteligência de mercado e a inovação do Plano Estratégico de Turismo;

II - planejar, orientar, coordenar e supervisionar o desenho e a produção dos materiais de comunicação, os conteúdos destinados à informação e execução das ações de promoção turística nos mercados prioritários do Brasil e exterior;

III - coordenar e monitorar o processo de consolidação da identidade turística do Pará, com controle sobre a aplicação correta da marca, das mensagens, da qualidade estética e de conteúdo, garantindo a coerência e integração da comunicação;

IV - coordenar a implantação das ações de promoção por mercado geográfico, conforme a estratégia definida no Plano Estratégico de Turismo;

V - orientar e coordenar as ações de relacionamento e sensibilização dos profissionais da imprensa, do *trade* turístico local e nos mercados prioritários, conforme estratégia definida no Plano Estratégico de Turismo;

VI - sistematizar e integrar as políticas públicas nacionais, estaduais, regionais e municipais relacionadas ao *marketing* turístico;

VII - contribuir e apoiar o planejamento estadual, regional e municipal, no que se refere ao *marketing* turístico;

VIII - planejar, coordenar a realização e analisar resultados de estudos e pesquisas sobre tendências de consumo do mercado turístico, demanda atual e potencial, mercados referentes e competidores, para subsidiar as ações do *marketing* turístico;

IX - identificar e analisar problemas, oportunidades e ameaças relacionadas ao fortalecimento e à consolidação da imagem e do posicionamento do Pará;

X - dar suporte e realizar ações, junto às entidades públicas e privadas, para o planejamento e a operacionalização do *marketing* turístico dos destinos e produtos turísticos do Pará.

Art. 46. À Gerência de Promoção e Captação de Eventos - GPCE, diretamente subordinada à Coordenadoria de Marketing - CMKT, compete:

I - gerir a identidade turística do Pará para garantir a correta aplicação e uso da marca turística;

II - administrar e controlar as mensagens para garantir a integração da comunicação e o posicionamento desejado, conforme estabelecido no Plano Estratégico de Turismo;

III - administrar e controlar a qualidade estética e de conteúdos das peças de comunicação, coerente com a imagem e o posicionamento desejado;

IV - planejar o desenho e a produção dos materiais promocional impresso e digital;

V - planejar e executar as ações de sensibilização do *trade* local, conforme a estratégia de relacionamento com o mercado;

VI - planejar e organizar o calendário operacional anual das atividades de promoção nacional e internacional, por tipo de ação e por mercado geográfico;

VII - gerenciar a equipe interna para a produção dos conteúdos da comunicação, articular e interagir com outras áreas da SETUR para o levantamento e coleta de informações para a produção de conteúdo;

VIII - gerenciar os postos de informação turística e monitorar a atividades das equipes que atuam nessas unidades;

IX - controlar e monitorar o processo de produção e distribuição dos materiais, por público e por mercado;

X - gerenciar a implantação das ações de promoção por mercado geográfico, conforme a estratégia de mercados definida;

XI - planejar e gerenciar a execução das ações de sensibilização do *trade* local, conforme a estratégia do Plano e o gerenciamento do relacionamento com o setor;

XII - gerenciar o relacionamento com o *trade* e a imprensa dos mercados, atendendo, sempre que possível, às demandas desses públicos;

XIII - participar diretamente dos eventos de promoção nos mercados, gerenciando as ações e atividades realizadas pela equipe no atendimento dos diferentes públicos.

Art. 47. À Gerência de Inteligência de Mercado - GINM, diretamente subordinada à Coordenadoria de Marketing - CMKT, compete:

I - gerenciar a realização e a sistematização de estudos de *benchmarking* sobre produtos, segmentos turísticos e suas cadeias produtivas, de destinos referentes e competidores, de modelos de equipamentos turísticos segmentados, de experiências bem-sucedidas de marketing turístico, de experiências de referência na qualificação e capacitação de serviços turísticos, de tendências de mercado no setor de turismo, de modelos de gestão turística, de sistemas estatísticos e de gerenciamento de informação turística, entre outros temas pertinentes à inovação e melhoria da competitividade do turismo paraense;

II - captar e organizar informações relevantes sobre o comportamento dos destinos turísticos concorrentes, dos turistas e do mercado como um todo, analisando tendências e cenários, permitindo um melhor processo de tomada de decisão;

III - interagir com as áreas de *marketing* e de segmentações de produtos, orientando-os quanto à interpretação das informações geradas pela área de inteligência de mercado e propondo novos temas a serem alvos de pesquisas;

IV - mapear e indicar para aquisição estudos, publicações, dados e informações sobre produtos, segmentos turísticos e seus arranjos produtivos, *marketing* turístico, modelos e referências em equipamentos e serviços turísticos segmentados ou especializados, metodologias aplicadas à capacitação de serviços do setor de turismo e de pesquisas setoriais, entre outros temas de interesse da Diretoria de Produtos Turísticos;

V - gerenciar a realização de pesquisas de satisfação e monitoramento da opinião pública sobre os produtos turísticos do Pará, orientando as áreas de *marketing* e de segmentação de produtos turísticos na interpretação dos dados coletados;

VI - coordenar a elaboração de relatórios, apresentando os resultados obtidos a partir das pesquisas, análises e monitoramento *on-line* nas mídias sociais, *site*, *blog* e aplicativos de promoção dos produtos turísticos do Pará;

VII - promover a troca de experiência, difundindo conteúdos e resultados dos estudos e pesquisas com relação aos mercados-alvo da promoção e dos produtos turísticos, por meio das redes de relacionamento e seminários internos;

VIII - propor idéias inovadoras e melhores práticas com relação aos processos de coleta, análise e temas a serem pesquisados no mercado consumidor.

Seção IX

Da Diretoria de Tecnologia de Informação e Documentação

Art. 48. À Diretoria de Tecnologia de Informação e Documentação - DTID, diretamente subordinada ao Secretário de Estado de Turismo, compete:

I - planejar, controlar e coordenar a execução das ações de desenvolvimento e suporte de sistemas, a administração de banco de dados e de redes, a assistência técnica, o atendimento ao usuário e a documentação no âmbito da Secretaria de Estado de Turismo;

II - elaborar e implementar a política de segurança da informação e universalização do uso da informática no contexto da Secretaria;

III - planejar e traçar diretrizes para a gestão e das soluções dos sistemas de informação;

IV - propor normas e diretrizes para utilização de sistemas, rede e acesso à *internet*, tendo como objetivo a segurança da informação, e prospectar, estudar e avaliar tecnologias de informação disponíveis;

V - prestar assessoria, suporte e operação assistida para implantação de produtos de informática e sistemas às unidades administrativas da Secretaria;

VI - gerenciar a infraestrutura de comunicação de dados de alta capacidade, assegurando a interconexão e interoperabilidade dos sistemas existentes na Secretaria;

VII - gerenciar a documentação e as informações geradas e/ou recebidas pela Secretaria, sistematizando e disponibilizando-a para servir de suporte às atividades da instituição;

VIII - acompanhar e integrar as políticas nacional e estadual relacionadas às novas tecnologias de inovação aplicadas ao turismo, com vistas a melhorar a inserção tecnológica e competitividade do Estado do Pará como destino turístico;

IX - articular e interagir com os outros setores da SETUR para atender demandas por desenvolvimento de novas tecnologias para o uso interno e externo da Secretaria;

X - planejar e acompanhar os conteúdos nas mídias digitais, com vistas a garantir a atualização e usabilidade, em todas as suas formas;

XI - propor parcerias com instituições públicas e privadas para ampliação de pesquisas de novas tecnologias para o setor de turismo.

Subseção I

Da Coordenadoria de Tecnologia e Informática

Art. 49. À Coordenadoria de Tecnologia e Informática - CTIN, diretamente subordinada à Diretoria de Tecnologia de Informação e Documentação - DTID, compete:

I - coordenar e acompanhar a execução das atividades de banco de dados e desenvolvimento de sistemas e *internet*, rede e suporte ao usuário;

II - planejar e coordenar a página eletrônica e a *intranet* da Secretaria;

III - propor, coordenar e supervisionar o desenvolvimento de projetos de sistema de informação, desenvolvimento, implantação, manutenção e suporte de sistema de informação, no âmbito da Secretaria;

IV - elaborar o plano de compras de equipamentos, aplicativos, periféricos suprimentos e serviços de informática para a SETUR;

V - propor e coordenar projetos de novas tecnologias para o turismo, voltados para os principais destinos do Estado do Pará;

VI - identificar demandas e necessidades de inovações tecnológicas, observando normas e padrões vigentes;

VII - acompanhar contratos, convênios e compras relativas à informática, verificando a correta utilização dos recursos tecnológicos;

VIII - implementar as novas bases de dados que venham a ser desenvolvidas, quando de sua implantação, em ambiente de produção;

IX - manter e monitorar as bases de dados existentes, zelando por sua segurança, disponibilidade e desempenho;

X - prestar assessoria, suporte e operação assistida para implantação de produtos de informática e sistemas às unidades administrativas da Secretaria;

XI - desenvolver, implantar, analisar e modelar sistemas informatizados no âmbito da Secretaria, promovendo a sua adequada manutenção.

Art. 50. À Gerência de Banco de Dados, Desenvolvimento de Sistemas e *Internet* - GSIS, diretamente subordinada à Coordenadoria de Tecnologia e Informática - CTIN, compete:

I - projetar, desenvolver e administrar soluções de banco de dados e imagens, visando à gestão segura e estável das informações;

II - promover de forma sistêmica os *backups* das bases de dados disponibilizadas nos servidores de bancos de dados e nos servidores de aplicações;

III - elaborar e manter atualizados os "Manuais do Usuário" e a "Documentação Técnica" dos sistemas desenvolvidos;

IV - prover os usuários do treinamento necessário para o adequado uso dos aplicativos desenvolvidos;

V - organizar e manter atualizados os sítios da Secretaria, constantes nos ambientes *internet* e *intranet*, com informações encaminhadas pelas unidades administrativas da SETUR;