

de contas de suprimento de fundo e de diárias, informando ao Ordenador de Despesas sobre as prestações de contas da Empresa aprovadas e/ou impugnadas;

XIX. providenciar portarias referentes à liberação de diárias e suprimento de fundo a empregados da Empresa;

XX. manter interfaces com a SEPOF sobre o Cadastro Único de Exigências para Transferências Voluntárias - CAUC/SIAFI;

XXI. elaborar o Relatório Anual de Atividades da área e executar outras atividades correlatas à sua área de atuação;

XXII. coordenar a elaboração dos relatórios gerenciais mensais e anuais sobre as matérias de sua competência, para o acompanhamento e cumprimento das determinações constitucionais e legais;

XXIII. elaborar, organizar, analisar e manter a prestação de contas da Empresa;

XXIV. realizar a classificação e registro contábil dos documentos da Empresa;

XXV. manter o cadastro bancário da Empresa e realizar a conciliação bancária dos saldos das contas correntes mantidas pela Empresa;

XXVI. conferir demonstrativos contábeis da Empresa e encaminhar, trimestralmente, devidamente conferido, o balancete da Empresa ao Tribunal de Contas do Estado - TCE;

XXVII. fazer acompanhamento e controle contábil;

XXVIII. prestação de informações e relatórios aos diversos órgãos de controle interno e externo;

XXIX. providenciar a publicações das prestações de contas.

XXX. efetuar o fluxo de caixa dos pagamentos controlando as despesas e saldos bancários da empresa, realizando a conciliação bancária, identificando as causas de eventuais diferenças, se for o caso;

XXXI. elaborar os balancetes, balanços e demais relatórios contábeis;

XXXII. acompanhar e apurar os gastos no cumprimento dos limites legais;

XXXIII. arquivar e manter a documentação pertinente à Contadoria;

XXXIV. coordenar e analisar as alterações legais, no âmbito das contabilidades orçamentária, financeira e patrimonial, para orientação geral;

XXXV. elaborar o Relatório Anual de Atividades da área;

XXXVI. Executar outras atividades correlatas ou que lhe venham a ser atribuídas.

Art. 33. A Coordenadoria de Contratos e Convênios - **CLC**, diretamente subordinada à Gerência de Execução Orçamentária e Financeira - **GEF**, compete:

I. elaborar minutas de Contratos e Convênios, Termos de 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. providenciar e manter atualizado os documentos necessários para a realização de convênios com outros entes da administração pública;

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

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

Seção IV

Da Diretoria de Marketing

Art. 34. A Diretoria de Marketing - **DMK**, órgão diretamente subordinado ao Diretor-Presidente, tem por finalidade o desenvolvimento dos programas, através de suas Gerências, relativos à promoção e divulgação do Estado do Pará, com vistas ao crescimento do turismo receptivo.

Seção V

Da Gerência de Comunicação

Art. 35. 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. 36. A 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. coordenar e Gerenciar equipe interna para a produção dos conteúdos da comunicação;

IV. articular e Interagir com as outras áreas da Paratur para levantamento e coleta das informações para a produção de conteúdos;

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;

X. participar do planejamento de marketing da Diretoria.

Seção VI

Da Gerência de Promoção

Art. 37. 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 no exterior, em consonância ao Macroprograma de Promoção do Plano Ver-o-Pará.

Art. 38. 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 execução das ações de sensibilização do *trade* local conforme a estratégia do Plano e Gerenciamento do relacionamento com o setor;

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

IV. gerenciar o relacionamento com o *trade* e a imprensa dos mercados;

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

VI. atender as demandas do *trade* e da imprensa local, nacional e internacional;

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. 39. A Gerência de Captação de Eventos - **GCP**, 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. 40. A Gerência de Captação de Eventos - **GCP** compete:

I. desenhar e produzir material de comunicação, específico, 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 do Estado envolvidos no setor;

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

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

VII. participação ativa no planejamento de marketing da Diretoria;

VIII. executar e coordenar o atendimento ao público na empresa e nos estandes fora da Empresa;

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

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

XI. participar do planejamento de marketing da Diretoria.

Seção VIII

Da Gerência de Inteligência de Mercado

Art. 41. 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. 42. 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 Operacional do 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. 43. 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. 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