

ANÁLISE DE ATENDIMENTO DAS METAS E RESULTADOS NA EXECUÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS 2021 E DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

SOBRE A EMPETUR

EMPETUR é a empresa responsável pela divulgação do Estado, seu patrimônio e cultura, fomentando a demanda por Pernambuco como produto turístico, promovendo o desenvolvimento do turismo e sua estruturação em estreita consonância com uma política de desenvolvimento social e econômico. Dessa forma, está incumbida de vender a imagem e oportunidade turística do Estado, possibilitando, através de sua estrutura, os variados segmentos do turismo, contribuindo inclusive para a economia do Estado.

Também administra equipamentos de turismo, cultura e lazer, como o Centro de Convenções, Arena de Pernambuco e Cais do Sertão, com a finalidade maior de induzir o fluxo turístico no Estado.

MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO: Planejar e fomentar o turismo sustentável para o desenvolvimento econômico e social de Pernambuco, valorizando nosso patrimônio cultural e ambiental.

VISÃO: Ser referência nacional em gestão, posicionando Pernambuco como o principal destino turístico do Nordeste até 2025.

VALORES: Compromisso; Ética; Responsabilidade Social; Inovação e Excelência.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DA EMPETUR

A análise dos cenários interno e externo da EMPETUR fez com que fosse definido para onde queremos ir, ou seja, foram agrupados por semelhanças de ideias, dando origem aos seguintes temas macros, lapidados em objetivos estratégicos:

- a) **Gestão de processos e pessoas** – Aprimorar a gestão de pessoas;
- b) **Implementar o modelo de gestão estratégica de forma integrada** - Aprimorar a gestão de processos e da estratégia;
- c) **Estruturação turística e de lazer** – Atrair investimentos para o turismo e estruturar atrativos, equipamentos, serviços turísticos e de lazer;
- d) **Gestão dos equipamentos de turismo e lazer da EMPETUR** – Gerir e promover a manutenção dos equipamentos turísticos e de lazer que promovem o turismo e o lazer em Pernambuco;
- e) **Qualificação** – Investir na qualificação da cadeia produtiva do turismo;
- f) **Interiorização**– Desenvolver novos produtos turísticos, fortalecendo a interiorização;
- g) **Promoção** – Aprimorar a divulgação de Pernambuco, aumentando qualitativamente o fluxo de turistas.

MAPA DA ESTRATÉGIA DA EMPETUR

Com o universo de informações coletadas, discutidas, consensualidades e validadas com a equipe, o esforço deveria ser traduzido para um símbolo que, de modo simples, permitisse visualização dos conceitos definidos como missão, visão e objetivos. Ainda mais, propiciasse uma imagem de fácil percepção e contemplação das entregas à sociedade, um referencial estratégico das perspectivas a serem perseguidas pela EMPETUR.

A metodologia utilizada no mapa da EMPETUR foi uma adaptação do Balance Scorecard (BSC) para uma organização pública onde foram derivados os eixos teóricos de aprendizado/crescimento, processos internos, financeiro e cliente nas seguintes perspectivas:

- 1) Gestão de pessoas – Aprendizagem e crescimento;**
- 2) Gestão de Processos – Desenvolvimento institucional;**
- 3) Estruturação do Turismo e Lazer – Integração das Ações.**

Enfim, três eixos contemplando PESSOAS, PROCESSOS E ENTREGAS envolvidos numa configuração estratégica a priorizar eficiência e eficácia, melhorando a probabilidade da realização dos resultados esperados para o atingimento da visão.

No mapa estratégico da EMPETUR (Figura 1) pode-se visualizar o conjunto de eixos da empresa, onde é válido ressaltar que o lucro a ser alcançado é o social, ou seja, o impacto sentido pela sociedade, de forma a contemplar a visão de se tornar referência em gestão, posicionando o Estado como o primeiro destino turístico da região. Tal impacto, em se tornando efetivo, repercutirá na economia, arrecadação de tributos, empregabilidade e consequente desenvolvimento.

MISSÃO

Planejar e fomentar o turismo sustentável para o desenvolvimento econômico e social de Pernambuco, valorizando nosso patrimônio cultura e ambiental.

VISÃO DE FUTURO

Ser referência nacional em gestão, posicionando Pernambuco como o principal destino turístico do Nordeste até 2025

FOCOS PRIORITÁRIOS DO TURISMO

Estruturação	Promoção	Sustentabilidade
--------------	----------	------------------

QUALIFICAÇÃO

Investir na qualificação da cadeia produtiva do turismo.

INTERIORIZAÇÃO

Desenvolver novos produtos turísticos, fortalecendo a interiorização.

GESTÃO DE PROCESSOS E PESSOAS

Aprimorar a gestão de pessoas e processos e, implementar o modelo de gestão estratégica de forma integrada, bem como, fortalecer a gestão dos equipamentos.

PROMOÇÃO

Atrair investimentos para o turismo e estruturar atrativos, equipamentos, serviços turísticos e de lazer.

ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA E DE LAZER

Aprimorar a divulgação de Pernambuco, aumentando qualitativamente o fluxo de turistas.

GESTÃO DOS EQUIPAMENTOS DE TURISMO E LAZER DA EMPETUR

Gerir e promover a manutenção dos equipamentos turísticos e de lazer que promovem o turismo e o lazer em Pernambuco

EMPETUR

Tabela 01: MAPA DA ESTRATÉGIA DA EMPETUR 2021-2025

NOSSO NEGÓCIO E NOSSA ESTRATÉGIA

Fundada em novembro de 1967, a EMPETUR foi o primeiro organismo estadual de turismo do Brasil, tendo sido por muitos anos referência para os demais Estados. Tem como principais objetivos promover o desenvolvimento do turismo em estreita consonância com a política de desenvolvimento econômico e social do Estado, principalmente através do investimento da qualificação da cadeia produtiva do turismo, do aprimoramento da divulgação do destino Pernambuco, da estruturação de produtos e serviços turísticos e de lazer, de forma a atrair investimentos para o turismo no Estado. Além da atuação do turismo nas diversas regiões de Pernambuco, podemos citar a existência de equipamentos dentro de sua estrutura, conforme detalhado a seguir:

- **O Museu Cais do Sertão** que possui uma exposição permanente e interativa sobre a cultura sertaneja e sobre a vida e obra do cantor e compositor Luiz Gonzaga;
- **A Arena de Pernambuco** que, além do futebol, possui um forte conceito de equipamento multiuso, com variadas atividades esportivas e culturais, podendo realizar eventos desde jogos de futebol americano a shows e eventos religiosos, visando oferecer à população mais uma opção de lazer;
- **O Centro de Convenções de Pernambuco** é o local para realização de eventos com capacidade para receber um grande quantitativo de pessoas, por meio de seus teatros, auditórios, salas de convenções, salas de reunião, pavilhão de exposições e feiras e espaço cultural;
- **O Parque Memorial Arcoverde** que possui um amplo espaço ao ar livre e locável para realização de diversos tipos de eventos.

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

O Estado de Pernambuco é o principal acionista da EMPETUR, possuindo maior percentual acionário, 68%, seguido pelo Fundo Geral do Turismo – FUNGETUR, conforme demonstrado na tabela abaixo:

NOMES	QTD.DE AÇÕES ORDINÁRIAS (ON)	QTD.DE AÇÕES PREFERENCIAIS (PN)	NÚMEROS DAS AÇÕES	VALORES DAS AÇÕES EM R\$	OBSERVAÇÃO
ESTADO DE PERNAMBUCO	32.382.497.797			R\$ 49.882.878,67	
ROBERTO JOSÉ MARQUES PEREIRA	10.000		107.121.953 a 131.952	R\$ 14,57	
LIEGE COSTA DE MELO FERREIRA	10.000		107.131.953 a 141.952	R\$ 14,57	
MURILO ROBERTO MORAES GUERRA	10.000		107.141.953 a 151.952	R\$ 14,57	
PAULO FERNANDO MONTEIRO DE QUEIROZ	10.000		107.151.953 a 161.952	R\$ 14,57	
ILONA ILSE EHRENTAULT KOEHLER	10.000		107.161.953 a 171.952	R\$ 14,57	
MARCELO CANUTO MENDES	10.000		107.171.953 a 181.952	R\$ 14,57	
ALVARO OSCAR FERRAZ JUCÁ	10.000		107.181.953 a 191.952	R\$ 14,57	
SOLANGE MARIA LINS N. BATISTA	10.000		107.191.953 a 201.952	R\$ 14,57	
JOCILDO FERNANDES BEZERRA	10.000		107.201.953 a 211.952	R\$ 14,57	
OLIMPIO BONALD DA CUNHA PEDROSA	10.000		107.211.953 a 221.952	R\$ 14,57	
IVAN LOPES DA SILVA	10.000		107.221.953 a 231.952	R\$ 14,57	
EDUARDO HENRIQUE ACIOLY CAMPOS	10.000		107.231.953 a 241.952	R\$ 14,57	
MARCIO NEVES BATISTA (ESPÓLIO)	10.000		107.241.953 a 251.952	R\$ 14,57	
FRANCISCO A. BANDEIRA DE MELO	1.506		32.382.627.798 a 629.303	R\$ 2,19	
DJALMA FERREIRA DE MENDONÇA (ESPÓLIO)	1.291		32.382.629.304 a 630.594	R\$ 1,88	
JOSÉ HENRIQUE WANDERLEY FILHO	1.291		32.382.630.595 a 631.885	R\$ 1,88	
LUIZ OTÁVIO DE MELO CAVALCANTI	1.506		32.382.631.886 a 633.391	R\$ 2,19	
GUSTAVO KRAUSE G. SOBRINHO	1.506		32.382.633.392 a 634.897	R\$ 2,19	
JOSÉ DE MAGALHÃES MELO (ESPÓLIO)	1.506		32.382.634.898 a 636.403	R\$ 2,19	
JOSÉ DAGOBERTO DE MELO LOBO	216		32.382.636.404 a 636.619	R\$ 0,31	
PAULO DA SILVA MIRANDA (ESPÓLIO)	216		32.382.636.620 a 636.835	R\$ 0,31	
REGINA PIECHOKI MARTORELI	216		32.382.636.836 a 637.051	R\$ 0,31	
MAXIMIANO ACCIOLY CAMPOS (ESPÓLIO)	216		32.382.637.052 a 637.267	R\$ 0,31	
LOURIVAL JOSÉ DA SILVA FILHO		216	32.382.637.268 a 637.483	R\$ 0,31	
FUNDO GERAL DO TURISMO - FUNGETUR		15.227.278.262	637.484 a 47.609.915.745	R\$ 22.182.599,31	
TOTAL GERAL	32.382.637.267	15.227.278.478	47.609.915.745	R\$ 72.065.681,47	
fonte: LIVRO DE ACIONISTAS					
Percentual em R\$ - Participação do Gov.				69,21863174	
Percentual em Nº de Ações-Part. do Gov.				68,01628881	

Tabela 02: Composição acionária da EMPETUR

1. A Diretoria Executiva atingiu os objetivos e as metas estabelecidas no plano de negócios e na estratégia de longo prazo?

Conforme consulta e análise realizadas nos documentos supracitados citados, no que tange às principais áreas de atuação indicadas, O Diretor Presidente da EMPETUR reconhece o demonstrado a seguir, mesmo com as dificuldades apresentadas para a área do turismo em face da Pandemia Coronavírus.

No ano de 2021, o corpo de Diretoria da EMPETUR revisitou o Mapa da Estratégia 2021-2025, no sentido de manter a divulgação do Estado, seu patrimônio e cultura, fomentando a demanda por Pernambuco como produto turístico, de forma a reduzir os impactos causados pela pandemia e promover o desenvolvimento do turismo e sua estruturação em estreita consonância com uma política de desenvolvimento social e econômico logo após o término da situação apresentada no ano. Os Objetivos Estratégicos *Qualificação (A)*; *Interiorização (B)*; *Gestão de Processos e Pessoas (C)*; *Promoção (D)*; *Estruturação Turística e de Lazer (E)*; e *Gestão dos Equipamentos de Turismo e de Lazer da EMPETUR (F)* foram mantidos, mas houve adequações com vistas a ultrapassar as dificuldades apresentadas para o turismo em 2021:

A. Objetivo estratégico: Qualificação

I. Qualificação dos gestores municipais ligados ao turismo;

II. Qualificação em Acessibilidade;

III. Qualificação da cadeia produtiva;

IV. Efetivada parceria com instituições de ensino nas áreas inerentes do turismo;

NOTA: neste sentido, as qualificações em 2021 aconteceram de forma reduzida em virtude das restrições determinadas pelo Decreto Estadual para o enfrentamento da COVID 19.

B. *Objetivo estratégico: Interiorização*

V. Ações efetivas do Programa Bora Pernambuco;

- VI.** Consolidação das regiões turísticas do Estado de Pernambuco que continuou a ocorrer remotamente dando o apoio necessário aos Municípios;
- VII.** Fortalecimento das instâncias de governança;
- VIII.** Fomento do turismo em regiões turísticas;
- IX.** Desenvolvimento de estratégias para ampliação do turismo interno quando da retomada do turismo pós pandemia.

NOTA: neste sentido, as qualificações aconteceram de forma reduzida; O trabalho da EMPETUR junto aos Municípios das regiões turísticas foi realizado também de forma cautelosa, em sua maioria; tudo em virtude das restrições determinadas pelo Decreto Estadual para o enfrentamento da COVID 19.

C. *Objetivo estratégico: Gestão de Processos e Pessoas*

X. Ações para os servidores da EMPETUR em datas comemorativas 2021 – todas sendo realizadas através de cartões durante a pandemia;

- XI.** Elaboração e implantação do protocolo de retomada do trabalho presencial.

D. *Objetivo estratégico: Promoção*

XII. Realizada recepção de agentes de negócios, jornalistas e formadores de opinião. Cabe salientar o ano atípico de 2021 com a Pandemia, que reduziu bastante o número de realização de recepção em PE;

- XIII.** Participação em algumas feiras e eventos nacionais e internacionais que ocorreram no ano 2021 face pandemia;
- XIV.** Realizado um acompanhamento de mercados prioritários;
- XV.** Realizados alguns eventos de promoção turística, capacitação, *roadshows* e *workshops* próprios que ocorreram no ano 2021 face pandemia;
- XVI.** Efetivada em número reduzido pesquisa de perfil do turista para promoção de divulgação direcionada;
- XVII.** Realização de divulgação promocional nos principais destinos emissores – campanhas publicitárias. Bora Pernambuco – Programa associado à retomada do turismo;
- XVIII.** Realização de campanhas para captação e remarcação de eventos nos equipamentos de lazer – Centro de Convenções de Pernambuco (CECON), Arena de Pernambuco Cais do Sertão, Museu Cais do Sertão;

- XIX.** Cartilhas digitais com protocolos de segurança – turismo seguro
Disponibilizados para os equipamentos turísticos de forma a massificar os cuidados mínimos necessários que se deve ter com a retomada do turismo na Pandemia.
- XX.** Realização de Oficinas de redes sociais.

E. *Objetivo estratégico: Estruturação Turística e de Lazer*

- XXI.** Elaboradas rotas e roteiros turísticos;
- XXII.** Centros de Atendimento ao Turista Fixos e temporários;
- XXIII.** Estimulada a formalização de empresas e prestadores de serviços no CADASTUR;
- XXIV.** Perambulando – CATs móveis.

F. *Objetivo Estratégico: Gestão dos Equipamentos de Turismo e de Lazer da EMPETUR*

- XXV.** Elaboração do projeto de Melhoria de acessibilidade no CECOM-PE;
- XXVI.** Atualizado o Regulamento dos Equipamentos de Turismo e Lazer da EMPETUR;
- XXVII.** Atualizado o material de divulgação dos equipamentos de turismo e lazer da EMPETUR;
- XXVIII.** Realizada Manutenção preventiva e corretiva nos equipamentos de turismo e lazer da EMPETUR;
- XXIX.** Em elaboração de projeto executivo, projetos complementares e requalificação do Parque Memorial Arcoverde;

Assim, para o ano de 2021 foram eleitas ações prioritárias e suas respectivas metas, desdobradas nos indicadores e resultados obtidos que foram apresentados acima e que refletem boa parte do que foi estabelecido para o Plano de Negócios 2021 e Estratégia de Longo Prazo 2021-2025 e os níveis de alcance obtidos.

Ademais, as metas projetadas possuem correlação direta e próxima com o desempenho do Turismo nacional que, no ano de 2021, não conseguiu performar tendo em vista que foi o setor mais impactado pela pandemia. Apesar das dificuldades enfrentadas pelo setor, a hora é de investir no marketing. Possivelmente demandará anos até conseguir recuperar os patamares anteriores à crise em termos de volume. De qualquer modo, os efeitos da pandemia sobre o setor de turismo são inquestionáveis e serão diferencialmente sentidos por nações, regiões e lugares. Além disso, sua superação será, muito provavelmente, lenta e gradual. Mas o planejamento dessa recuperação é crucial.

2. Quais medidas a Diretoria Executiva deve tomar para melhorar o índice de concretização do plano de negócios e da estratégia de longo prazo?

Conforme anteriormente respondido, mais adiante, a EMPETUR precisará fazer uma ampla revisão na estratégia, frente às respostas que precisará fornecer diante dos desafios econômicos, políticos e sociais que estão em curso face a Pandemia instaurada no mundo.

3. Alguma meta mostrou-se dissociada do objeto social da Empresa e deve ser alterada? Qual meta?

Não. Nenhuma.



Secretaria de
Turismo e Lazer



GOVERNO DO ESTADO
PERNAMBUCO
A RETOMADA NÃO PARA