

FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2019-2022 (Formulario A1) 2022

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	CAPITULO	09

Ley orgánica o Decreto que la rige

Decreto Ley N°1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía.
Ley de Turismo N° 20.423

Mision institucional

Ejecutar planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, calidad y competitividad de la industria turística, y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

Número	Descripción
8	Promover la reactivación del turismo en el país con un enfoque sostenible, inclusivo y tecnológico, incentivando el desarrollo de los destinos en cada una de las regiones, con el fin de contribuir al impulso de la actividad económica, social y cultural.
9	Generar actividades de promoción y de acceso a instrumentos de fomento y capacitación en destinos turísticos de Chile, en coordinación con los sectores público y privado, a fin de reactivar sus atractivos y recuperar la competitividad de la industria.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.	8, 9	1,2
2	Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta, incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad, mejorando el capital humano e impulsando la innovación y transformación digital.	8, 9	5,6
3	Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.	8, 9	3
4	Promover iniciativas e instrumentos de gestión territorial y medioambiental, a fin de fortalecer el desarrollo sustentable de los destinos turísticos del país.	8, 9	4

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

Número	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información Sectorial	Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria	1,2,3,4,5,6,8,9,10,11,12	No	Si

		turística.			
2	Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos	Implementación de los planes de marketing y promoción nacional e internacional de los productos, destinos turísticos, a través de distintos canales de comunicación, presenciales y/o virtuales. Cabe señalar que el programa presupuestario promoción internacional esta contenido en este producto.	1,2,3,4,7,8,10,11	No	No
3	Programas de Turismo social.	Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.	1,3,4,6,8,9,10,11,13,14	No	Si
4	Herramientas para el fortalecimiento de la gestión local, territorial y medioambiental	Promover iniciativas e instrumentos de gestión territorial y medioambiental, a fin de fortalecer el desarrollo sustentable de los destinos turísticos del país.	5,8,11	No	No
5	Formalización de los prestadores de servicios turísticos	Comprende el registro de los prestadores de servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidas en el Decreto N°19, y la constatación del cumplimiento de estándares de calidad y seguridad estipulados en el reglamento y en las normas de calidad turística, además de la inspección a establecimientos o lugares donde se desarrollen actividades o se presten servicios turísticos.	1,2,3,4,8,11	No	Si
6	Herramientas de competitividad para prestadores de servicios turísticos y capital humano	Comprende las iniciativas orientadas a mejorar la competitividad a través de la calidad, sustentabilidad, innovación y transformación digital de los servicios turísticos, así como también a mejorar la calidad del capital humano en el sector turístico.	3,5,8,11	No	Si

Número	Clientes	Cuantificación
1	Turistas nacionales.	17.362.186
2	Turistas extranjero/as.	1.210.429
3	Prestadores de servicios turísticos.	27.789
4	Organismo públicos.	21
5	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos de educación media técnico profesional que imparten carreras de turismo a nivel nacional.	347
6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos con financiamiento estatal de régimen diurno, que cuenten con puntaje IVE-SINAE y los adultos acompañantes respectivos.	882.310
7	Organismos internacionales.	1
8	Entidades privadas (Cámaras de turismo, Corporaciones, Asociaciones Gremiales, Federaciones).	7.556

9	Adulto/as Mayores.	3.598.554
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años.	2.606.914
11	Municipalidades.	345
12	Banco Central.	1
13	Familias.	5.547.740
14	Estudiantes de centros de formación técnica, institutos profesionales y universidades del área de turismo.	13.518