

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2012-2014
(Formulario A1)**

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SUBSECRETARÍA DE TURISMO	CAPÍTULO	24

Ley orgánica o Decreto que la rige
Ley N° 20.423 de 2010 (Del Sistema Institucional para el Desarrollo del Turismo).

Misión Institucional
Implementar nueva institucionalidad del sector Turismo, a través de la elaboración de planes, programas y proyectos para el fomento, promoción y desarrollo sustentable del turismo, así como también la supervigilancia y dirección al actuar de SERNATUR a fin de que este pueda responder a los nuevos desafíos y funciones que adquiere con la nueva Ley, de modo tal, de dar el mejor servicio a turistas nacionales e internacionales.

Objetivos Relevantes del Ministerio	
Número	Descripción
1	Expandir en un 6% promedio el PIB durante el período de gobierno
2	Aumentar la inversión, llevándola desde el 21% como porcentaje del PIB en 2009, a 28% al fin del período de gobierno
3	Acelerar la productividad
4	Mejorar la competitividad del sector empresarial y en particular de las empresas de menor tamaño
5	Promover un mejor entorno de negocios y reducir la carga administrativa que enfrentan las empresas
6	Generar condiciones que faciliten y promuevan la innovación y el emprendimiento
7	Duplicar el gasto en turismo como porcentaje del PIB del 3% al 6% al 2020
8	Aumentar en un 45 por ciento el número de turistas extranjeros que nos visitan cada año al 2020
9	Crear 45.000 nuevos empleos directos y 160.000 indirectos relacionados con el turismo al 2020

Objetivos Estratégicos institucionales			
Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Posicionar al País en el ranking internacional de turismo, incrementando y mejorando la oferta y servicios turísticos del país, mediante la Política Nacional de Turismo, Reglamentos asociados al sector, aumento de inversión y eficiencia en promoción.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	1

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Política Nacional de Turismo	Este producto obedece a la implementación de la Ley N° 20.243 y que entre otras cosas crea la Institucionalidad del sector a través de Reglamentos (Clasificación, Calidad y Seguridad de los prestadores de servicios públicos, Zonas de Interés turístico y Desarrollo turístico en áreas silvestres protegidas.	1, 2, 3, 4.	Si	Si

	Clientes		Cuantificación
1	Empresas prestadoras del servicio turístico del país		1000
2	Turistas nacionales e internacionales que utilizan los servicios turísticos del país		10000000
3	Gremios e inversionistas del sector turismo		254
4	Consultores especializados en evaluar proyectos turísticos e inmobiliarios y consultores ISO 9001		1500