

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

MINISTERIO	MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL	PARTIDA	21
SERVICIO	INSTITUTO NACIONAL DE LA JUVENTUD	CAPÍTULO	05

Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley N° 19.042, que crea el Instituto Nacional de la Juventud. D.F.L. N° 01 de 1992, que fija la estructura interna del Instituto Nacional de la Juventud.

Misión Institucional

Colaborar en el diseño, planificación y coordinación de políticas públicas en materia de juventud, a través del estudio de la realidad juvenil y la coordinación con los agentes públicos y privados relacionados con dicha temática, teniendo por objeto buscar soluciones a las problemáticas juveniles, principalmente enfocadas a los grupos más vulnerables.

Objetivos Relevantes del Ministerio

Número	Descripción
1	Sentar las bases para erradicar la pobreza hacia el año 2018 y eliminar la pobreza extrema al año 2014
2	Profundizar la red de seguridades y abocarse a la creación y desarrollo de una red de oportunidades
3	Mejorar la coordinación y el diseño de políticas sociales de modo de evitar duplicaciones y garantizar la eficiencia en la ejecución de los programas, a través de la implementación del Ministerio de Desarrollo Social y la entrega de la información necesaria para caracterizar a los grupos vulnerables y diseñar las políticas públicas que les son pertinentes

Objetivos Estratégicos institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Elaborar y proveer estudios e información actualizada sobre la juventud, a través del programa Observatorio de Juventud, de manera de determinar las principales problemáticas, fijar las prioridades y ejes de acción de la política pública de juventud.	1, 2, 3	1
2	Fomentar el emprendimiento y participación de los jóvenes en el desarrollo del país, principalmente en los ámbitos público, político y social, a través del diseño e implementación del Programa PAIS Joven.	1, 2, 3	3
3	Instalar una perspectiva de juventud, por medio del trabajo intersectorial público y privado, coordinando y apoyando las acciones propias y de terceros en la resolución de las problemáticas juveniles.	1, 2, 3	2,4

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Observatorio de Juventud	Producto estratégico destinado a la confección sistemática de información para fijar prioridades y ejes de acción en la política pública de juventud	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.	Si	Si
2	Programa Asociatividad y Ciudadanía Juvenil	Producto estratégico destinado a mejorar los niveles de accesibilidad, oportunidades de capacitación y de desarrollo formativo, a partir de la generación de espacios de desarrollo de competencias y aprendizaje para jóvenes de niveles vulnerables.	1, 2, 5.	Si	Si
3	Programa PAIS Joven	Producto estratégico destinado a fomentar el emprendimiento y participación de los y las jóvenes a nivel nacional.	1, 2, 3, 5.	Si	Si
4	Tarjeta Joven	Producto estratégico que apunta al empoderamiento económico de los y las jóvenes y la inclusión social a través de la utilización de la tarjeta joven.	1.	Si	Si

	Clientes	Cuantificación
1	Jóvenes entre 15 a 29 años, especialmente aquellos en situación de mayor vulnerabilidad.	4208399
2	Organizaciones juveniles	1000
3	Fundaciones, Corporaciones, Universidades, Centros Comunitarios, Consultoras y Centros de Estudios, que ejecutan programas relacionados con juventud y/o realizan investigaciones en la materia.	540
4	Organismos del Estado cuyas labores se involucran con las temáticas juveniles.	360
5	Profesionales y organismos de los Gobiernos Regionales y Locales que trabajan en el desarrollo de programas dirigidos a jóvenes	1500
6	Senadores(as) y Diputados(as), quienes deben generar propuestas y acciones legislativas en materia de políticas públicas de juventud	158
7	Organismos Internacionales que tratan temas de juventud.	30