

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2015-2018**  
**(Formulario A1)**

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	CAPÍTULO	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

**Misión 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	Incentivar el turismo interno con un enfoque social inclusivo, con el fin de contribuir al desarrollo de la actividad turística del país y mejorar el acceso de distintos segmentos de la población, privilegiando a aquellos de menores ingresos y a mujeres jefas de hogar.
9	Apoyar actividades de promoción, el desarrollo de infraestructura y el acceso a instrumentos de fomento y capacitación en destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile, en coordinación con los sectores público y privado, a fin de potenciar sus atractivos y mejorar la competitividad de la industria.
10	Potenciar la articulación turística latinoamericana, aprovechando las sinergias y economías de escala destinadas a atraer a turistas de otras regiones del planeta e intercambiar experiencias exitosas para el desarrollo del sector.

**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, 10	1,2,3,4,5,6
2	Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.	8, 9, 10	1,3,5,6
3	Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.	8, 9	1,3,5
4	Ejecutar acciones orientadas al desarrollo y posicionamiento de destinos/productos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable.	8, 9, 10	1,2,3,4,5,6
5	Desarrollar y especializar al capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación.	9, 10	4,5,6

**Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)**

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información Sectorial	Diseño, elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.	Si	Si
2	Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos	Diseño e implementación de los planes de marketing y promoción de los productos destinos turísticos, a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena.	1, 2, 3, 7, 11.	Si	No
3	Programas de Turismo social.	Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística regional y quiebre estacional, que facilita el acceso de distintos segmentos de la población al turismo.	1, 3, 6, 8, 9, 10, 11.	Si	Si
4	Desarrollo sustentable de la oferta turística	Incentivar el desarrollo turístico sustentable de los destinos turísticos del país, y apoyar técnicamente a través de instrumentos de gestión y de la coordinación público privado.	4, 5, 7, 8, 11.	Si	No

5	Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	El Sistema comprende el registro de los prestadores de servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidas en el Decreto N°222, 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. Adicionalmente, el Sello de Sustentabilidad distingue las empresas que demuestren prácticas sustentables. Apoyo empresarial tiene como objetivo generar incentivos, beneficios y herramientas para los empresarios formalizados y los que cuenten con la certificación de calidad y la distinción de sustentabilidad.	1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11.	Si	Si
6	Capital Humano	Se refiere a mejorar la calidad del capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación. Para esto, por un lado se enfocará en la coordinación, articulación y vinculación de los agentes públicos y privados relacionados con la educación. Por otro, lado, se transfieren y difunden conocimientos a el capital humano asociado a empresas, coordinador municipal y comunidad.	1, 3, 4, 5, 7, 8, 11.	Si	Si

Clientes		Cuantificación
1	Turistas nacionales.	5435015
2	Turistas extranjero/as.	4478336
3	Prestadores de servicios turísticos.	14855
4	Inversionistas del sector turismo.	50
5	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos polivalentes que imparten carreras de turismo a nivel nacional	161
6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos municipalizados y particulares subvencionados de régimen diurno, cuyos establecimientos cuenten con puntaje IVE-SINAE.	880204
7	Organismos internacionales.	10
8	Gremios del sector turístico.	204
9	Adulto/as Mayores	2786689
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años (según encuesta Casen 2006).	995418
11	Municipalidades.	345

	Producto Estratégico	Presupuesto 2017	
		(Miles de \$)	%
1	Información Sectorial	1,036,920	3.64%
2	Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos	11,588,581	40.67%
3	Programas de Turismo social.	10,157,926	35.65%
4	Desarrollo sustentable de la oferta turística	1,771,541	6.22%
5	Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	1,789,306	6.28%
6	Capital Humano	1,426,096	5.01%