

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

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

Ley orgánica o Decreto que la rige
Decreto Ley N°.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía.Ley de Turismo N°20.423

Misión Institucional
Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad y potenciando la certificación de los prestadores de servicios turísticos, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, y al país en su conjunto.

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	Aumentar en un 45 por ciento el número de turistas extranjeros que nos visitan cada año al 2020.
8	Crear 45.000 nuevos empleos directos y 160.000 indirectos relacionados con el turismo al 2020.
9	Duplicar el gasto en turismo como porcentaje del PIB del 3% al 6% al 2020.

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.	1, 2, 6, 7, 9	1,2,3,4,5
2	Promover la competitividad del sector mediante la incorporación y certificación de estándares para asegurar la calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	1,5
3	Generar información de calidad, oportuna y accesible que facilite la definición de estrategias y la toma de decisiones del sector, para potenciar la oferta turística.	2, 3, 6, 7, 9	1,2,3,4,5
4	Fortalecer los programas de turismo interno para reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9	1,2,3,5
5	Fomentar y velar por el desarrollo integral de los territorios para así, contribuir con la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos y productos turísticos.	2, 3, 6, 7, 9	1,4
6	Implementar la estrategia de desarrollo de la gestión interna en el marco de la implementación de la Ley de Turismo	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	1,2,3,4,5

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)				
Producto Estratégico	Descripción	Cientes	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 de la actividad turística	Diseño, implementación y ejecución de campañas promocionales a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena a nivel nacional e internacional, y la entrega de apoyo técnico y financiero para el sector privado y la comercialización de sus productos en los mercados internacionales.	1, 2, 3, 4, 7, 8, 11.	Si	No
3	Programas de turismo para distintos segmentos de la población	Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística al interior del país, por medio de la oferta de viajes subsidiados y diseñados para ciertos segmentos de la población.	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.	Si	Si
4	Instrumentos de gestión y 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.	1, 4, 7, 8, 11.	Si	No
5	Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	Corresponde al registro de los servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidos en el Reglamento N°222 para el sistema y la constatación del cumplimiento de criterios de calidad y estándares de seguridad establecidos en el reglamento y en las normas técnicas.	1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11.	Si	No

	Clientes	Cuantificación
1	Visitantes nacionales.	5435015
2	Visitantes extranjeros.	2771053
3	Prestadores de servicios turísticos.	15643
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	195
6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos municipalizados y particulares subvencionados de régimen diurno, cuyos establecimientos cuenten con puntaje IVE-SINAE.	926092
7	Organismos internacionales.	10
8	Gremios del sector turístico.	204
9	Adultos/as Mayores (según Censo 2002).	1717478
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años (según encuesta Casen 2006).	995418
11	Municipalidades.	345

	Producto Estratégico	Presupuesto 2013	
		(Miles de \$)	%
1	Información Sectorial	1,282,424	5.82%
2	Promoción de la actividad turística	8,065,066	36.63%
3	Programas de turismo para distintos segmentos de la población	7,418,402	33.69%
4	Instrumentos de gestión y desarrollo sustentable de la oferta turística	1,343,780	6.10%
5	Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	1,151,555	5.23%