

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2002 DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

MINISTERIO	ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	CAPÍTULO	09
PROGRAMA		PROGRAMA	01

LEY ORGÁNICA O DECRETO QUE LA RIGE

Decreto Ley 1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía.

MISIÓN INSTITUCIONAL

Orientar, consolidar y dinamizar el desarrollo del turismo en Chile, en forma sustentable, generando más oportunidades para incorporar a la comunidad, estimulando la competitividad y transparencia del mercado turístico a través de líneas de acción, programas y proyectos que beneficien a los turistas, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades locales y al país en su conjunto.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

NUMERO	DESCRIPCIÓN
1.	Consolidar el rol de SERNATUR como generador de información turística para la toma de decisiones
2.	Posicionar en el ámbito internacional la oferta turística exportable de Chile en conjunto con el sector público y privado.
3.	Incentivar la práctica del turismo interno, propiciando el uso sostenible de espacios públicos y privados a través del desarrollo de tipos de turismo y turismo dirigidos a segmentos especiales.
4.	Contribuir al desarrollo de productos y servicios competitivos en destinos turísticos.
5.	Mejorar la gestión interna de SERNATUR considerando el cambio institucional necesario para responder a los nuevos requerimientos que el desarrollo de la actividad demanda.

PRODUCTOS RELEVANTES (Bienes y/o Servicios)	
OBJETIVO ESTRATÉGICO (NÚMERO)	DESCRIPCIÓN
1.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de Información General: <ul style="list-style-type: none"> - Entrega de Información Turística a través de las oficinas de información, Material informativo, entre otros. - Sistema de Información Geográfica¹. - Sistema de Información Estadística². - Documentos Sistemáticos (Estudio del Gasto Turístico, Anuario de Turismo, Catastro de Proyectos Turísticos, Compendio estadístico). - Documentos Esporádicos (Impacto del turismo en la economía, Impacto del turismo en el territorio, Informe de coyuntura anual y por temporada, Satisfacción del usuario, Estudio del perfil y Comportamiento de la demanda turística interna, entre otros).
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la oferta turística chilena a nivel internacional: <ul style="list-style-type: none"> - Plan Promocional. - Ejecución de acciones.
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Interno <ul style="list-style-type: none"> - Promoción Interna: <ul style="list-style-type: none"> ○ Plan Promocional. ○ Ejecución de acciones. ○ Difusión de productos y destinos turísticos. - Campañas de Conciencia Turística: <ul style="list-style-type: none"> ? Programas Especiales para segmentos determinados (Adulto Mayor, Turismo Juvenil, Turismo para Discapacitados, Turismo para Trabajadores, entre otros).
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de criterios ambientales en el diseño de proyectos turísticos <ul style="list-style-type: none"> - Participación en la evaluación de impacto ambiental en los proyectos turísticos que ingresan a SERNATUR a través de CONAMA. • Formación de recursos humanos en turismo <ul style="list-style-type: none"> - Difusión de Informes que aporten a la formación de recursos humanos para el turismo. • Fomentar la inversión turística nacional <ul style="list-style-type: none"> - Presentación de un proyecto de turismo por región, a fuentes de financiamiento nacional o internacional.

1 En vías de desarrollo.

2 En vías de desarrollo.

PRODUCTOS RELEVANTES (Bienes y/o Servicios)

OBJETIVO ESTRATÉGICO (NÚMERO)	DESCRIPCIÓN
5.	<ul style="list-style-type: none">• Estudio, análisis e incorporación a la normativa actual, nuevas facultades o facultades mejoradas en materias de su competencia• Ejecución de proyecto de mejoramiento interno en las áreas de capacitación, higiene y seguridad y bienestar.

CLIENTES / BENEFICIARIOS / USUARIOS

- Visitantes nacionales.
- Visitantes extranjeros.
- Empresarios.
- Inversionistas.
- Consultores.
- Instituciones públicas.
- Centros de Formación y Capacitación.
- Estudiantes.
- Organismos internacionales.
- Gremios del Sector Turístico.
- Adultos Mayores.
- Jóvenes.
- Discapacitados.
- Trabajadores.