

**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 | Cientes | 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 turísticos y Desarrollo turístico en áreas silvestres protegidas. | 1, 2, 3, 4. | Si | Si |

| | | | |
|---|---|--|-----------------------|
| | Cientes | | 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 |