

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA



POSTGRADO ESPECIALISTA REGIONAL EN PLANIFICACIÓN ENTRATÉGICA EN TURISMO

TUTOR: LIC. MS JUAN CARLOS ALAS

TEMA DE TESINA:

**“COMO LA GESTIÓN DEL RNT INCIDE EN EL FOMENTO DEL TURISMO
NACIONAL EN LAS MIPES TURISTICAS, DEDICADAS AL SECTOR DE
ALOJAMIENTO UBICADAS EN LA ZONA DEL LITORAL DEL
DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”.**

INTEGRANTES:

INÉS GUADALUPE SERRANO JUÁREZ

AURA BEATRIZ SILVA DE FLORES

SAN SALVADOR, ENERO DE 2012

INDICE

1. Definición del Tema.....	3
2. Justificación	3
3. Objetivos	4
3.1 Objetivos principales.....	4
3.2Objetivos Específicos.....	4
4. Alcances y Limitaciones.....	5
4.1 Alcances.....	5
4.2 Limitaciones.....	5
5. Descripción de la metodología.....	5
5.1 Objetivo General.....	5
5.2 Objetivos Específicos.....	5
6. 7. Marco Teórico.....	6
7. Tipo de investigación.....	18
8. Marco Muestral.....	18
9. Metodología ara la definición para la Muestra	18
Cuadro de Inventario Turístico	19
10. Metodología de Muestreo.....	21
11. Trabajo de Campo	21
Graficas de preguntas.....	24
12. Conclusiones.....	31
13. Recomendaciones.....	32
14. Bibliografías.....	34
15. Anexos.....	35

CAPITULO I

Marco Teórico

1. Marco Teórico

Turismo son las distintas actividades que realizan las personas en sus estadias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

En la actualidad este rubro se ha convertido en uno de los sectores clave de la economía de algunos países que se dedican particularmente a este tipo de actividad económica ya que representa uno de los mayores generadores de ingresos.

Adicionalmente hoy por hoy los gobiernos de cada país, están dando una mayor importancia al rol que ocupa el turismo en la economía, incentivándolo a través de reglamentos y leyes que fomenten la competitividad de todos los actores que participan en él.

Un ejemplo de ello es la creación de Leyes, donde se le da vida al Registro Nacional de Turismo en El Salvador, cuyo fin primordial es normar la inscripción de las empresas que operan en el país a dicho Registro y conocer el inventario de empresas turísticas.

Las características principales del Registro Nacional de Turismo de El Salvador son:

1. Público
2. Voluntario
3. Depende de CORSATUR.

El Turismo no es una actividad aislada, se desarrolla con la ayuda de otras entidades que brindan apoyo en el caso de El Salvador podemos mencionar:

1. Gobierno Central y Gobiernos Locales interesados en promover el turismo
Organismos de Cooperación Internacional:
2. JICA Japan Internacional Cooperation Agency - Agencia de Cooperación Internacional de Japón, SITCA Secretaria de Integración Turística Centroamericana (España) y GTZ German Agency for Technical Cooperation- Agencia Alemana de Cooperación Técnica, entre otros.
3. Gremiales y Cámaras de Turismo.

El rol que juega el RNT en El Salvador es de suma importancia, ya que hay reconocimiento por parte del Gobierno de El Salvador que garantizan las inscripciones y genera confianza en los empresarios además gracias a los beneficios de promoción se promueve el fomento del turismo.

Según el departamento de inteligencia sectorial de la Corporación Salvadoreña de turismo (CORSATUR) para el caso de El Salvador el 80% de las empresas dedicadas a la actividad turística lo constituyen las Micro y Pequeñas empresas por lo que el Registro enfoca sus esfuerzos en lograr inscribir a este sector.

Con base a la clasificación de empresas de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo (FUSADES) la clasificación de las empresas por su tamaño puede dividirse en:

Tipo de Empresa	Características	Número de Empleados
Grande	Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año	Excede a 100 personas
Mediana	Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares	Superior a 20 e inferior a 100.

Pequeña	Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos	No excede de 20 personas.
Microempresas	Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales	No excede de 10.

La investigación se enfoca en la incidencia del Registro Nacional de Turismo en las MIPES localizadas en la zona del litoral salvadoreño, específicamente, en el Puerto de La Libertad.

Alojamiento Turístico: Definición y Características

Definición: Alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones.

Los tipos de alojamiento reconocidos en El Salvador según la Norma Salvadoreña NSR 03.44.02:08 se describen a continuación:

- 1) **Albergue o refugio:** Establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento turístico preferentemente en habitaciones con baños semiprivados o comunes y que dispone de un recinto común equipado adecuadamente para que los huéspedes se preparen sus propios alimentos, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.
- 2) **Apart-Hotel:** Establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento turístico en departamentos independientes de un edificio que integran una unidad bajo una misma administración, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios. Cada apartamento está compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio con baño privado, sala de estar, cocina equipada y comedor.

- 3) **Alojamiento Familiar:** Vivienda y/o dependencia anexa en la cual sus residentes permanentes presten el servicio de alojamiento y alimentación a turistas como actividad complementaria de las que desarrollan de forma habitual.
- 4) **Establecimientos para hoteleros:** comprenden hostales, pensiones, casas de huéspedes, fondas, albergues, residencias para turistas y alojamientos similares organizados por habitaciones y con servicios hoteleros limitados, incluida la preparación de la cama, limpieza de la habitación y de las instalaciones sanitarias.
- 5) **Establecimientos Colectivos Especializados:** comprenden aquellos establecimientos destinados a los turistas en los que tengan o no fines de lucro, las plazas están bajo una administración de tipo comercial común, con unos servicios mínimos comunes (sin incluir arreglo de cama diario), no siendo necesario que estén organizados por habitaciones sino que, además, pueden estarlo por unidades tipo vivienda, sitios de terreno o dormitorios colectivos y tienen con frecuencia alguna actividad complementaria del alojamiento. Incluyen igualmente los establecimientos de cura, los campamentos de trabajo y vacaciones y los centros de conferencias.
- 6) **Establecimientos de Cura:** comprenden establecimientos para el tratamiento y conservación de la salud dotados de servicios de alojamiento, como estaciones termales, balnearios, clínicas, sanatorios de montaña, centros de convalecencia, hogares para tratamiento geriátrico, centros de cura y mantenimiento físico y otros similares.
- 7) **Campamentos:** comprenden instalaciones o establecimientos que proporcionan alojamiento para actividades varias, tales como: vacaciones, trabajos agrícolas, arqueológicos, ecológicos y otros similares.
- 8) **Alojamiento en los medios de transporte público:** comprende el alojamiento con instalaciones para dormir, asociados a servicios de transporte colectivo, del cual es inseparable en cuanto a gastos; se presta principalmente en trenes y barcos.

- 9) **Centros de Conferencia:** comprenden los establecimientos de alojamiento especialmente equipados para la celebración de congresos, conferencias, cursos de formación profesional, meditación y religión.
- 10) **Hotel:** establecimiento en el que se presta el servicio de alojamiento turístico en habitaciones y otros tipos de unidades habitacionales privadas , en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Dispone además como mínimo del servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Los hoteles comprenden: hoteles, aparta-hoteles, moteles, paradores de carretera, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicios hoteleros complementarios a los de preparación diaria de cama y limpieza de las instalaciones sanitarias de la habitación.
- 11) **Hostal:** establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico en habitaciones privadas de un edificio, cuyas características constructivas son las de casa de habitación y bajo estas características pueden ofrecer además servicios de alimentación.
- 12) **Motel:** establecimiento en que se preste el servicio de alojamiento turístico en unidades habitacionales privadas, con estacionamiento para vehículos ubicados frente a cada unidad habitacional.
- 13) **Zona de Campamento o camping:** área definida, con medios sanitarios que facilitan cualquiera de las formas siguientes de alojamiento o el espacio para ello, por ejemplo tiendas, caravanas de turismo , auto caravanas, caravanas residencia de vacaciones, chalet y bungalows con o sin instalaciones centralizadas de animación, deporte, tiendas y restaurantes.
- 14) **Resort:** Establecimiento que reuniendo las características que define un hotel, aparta-hotel, motel o combinación de estas modalidades , tiene como propósito principal ofrecer actividades recreativas y de descanso al aire libre y/o en espaciosos recintos interiores asociados a su entorno natural, y que por lo tanto posee un número significativo de instalaciones, equipamiento, infraestructura y variedad de servicios para facilitar tal fin, dentro o en el entorno inmediato del

predio en que se emplaza , el que además es de gran extensión y se ubica preferentemente en ambientes rurales como montañas, playas, campo desierto o lagos, entre otros.

Las MIPES consideradas en el presente estudio están constituidas en un 100% por: HOTELES.

Modelos de Gestión

¹La gestión del RNT puede realizarse mediante alguno de los diferentes modelos existentes en la teoría de la administración.

La administración es el proceso global de toma de decisiones orientado a conseguir los objetivos organizativos de forma eficaz y eficiente, mediante la planificación, organización, integración de personal, dirección (liderazgo) y control. Es una ciencia que se basa en técnicas viendo a futuro, coordinando cosas, personas y sistemas para lograr, por medio de la comparación y jerarquía un objetivo con eficacia y eficiencia.

La toma de decisiones es la principal fuente de una empresa para llevar a cabo unas buenas gestiones y excelentes resultados.

a) GERENCIA POR OBJETIVOS

Es un método práctico a través del cual se construye la efectividad de una organización, dentro de un grupo de metas posibles de alcanzar, con objetivos bien definidos y estructurados, los cuales son evaluados por los miembros administrativos, gerentes y supervisores de cada unidad operativa de dicha organización.

¹ Información tomada del sitio web: www.gestiopolis.com

Características de la gerencia por objetivo

La Gerencia por objetivo constituye un sistema de gestión que aporta a la organización conocimientos técnicos que permiten utilizarla como:

Un sistema de planificación: esta primera característica de la Gerencia por Objetivos exige diseñar un plan de actuación mediante la definición de unas estrategias, entendiendo por tales "los caminos o vías que es necesario recorrer para alcanzar los objetivos propuestos" mediante la realización y desarrollo de determinados proyectos de actuación, proyectos que es preciso definir como "un conjunto de actividades dirigidas a obtener un resultado", esto va a permitir a la empresa conocer:

Las actividades que deben realizarse, aun por mínimas que éstas sean. Quién debe realizarlas, cuándo deben acometerse, cómo deben ejecutarse, es decir, con qué medios o recursos.

Un sistema flexible de dirección: esta flexibilidad se apoya en un sistema fluido de información ascendente y descendente que permita:

Detectar las desviaciones, analizarlas, comunicarlas a quién tiene la responsabilidad tanto de la ejecución del proyecto como de la obtención de los objetivos fijados por la organización, para que se puedan introducir cuantas medidas correctoras sean necesarias.

Un instrumento de motivación-participación: la gerencia por objetivos se basa en la participación de todos los implicados en el proceso como elemento imprescindible para lograr integrar los objetivos personales y los de la propia organización. La Gerencia por objetivo se ha mostrado como un instrumento de motivación que por su propia dinámica, esencialmente participativa, favorece la constitución de

equipos de trabajo, como célula idónea de la nueva cultura organizacional.

Un sistema de evaluación: la Gerencia por objetivos se apoya en un sistema flexible y continuo de evaluación que permite analizar el proceso de ejecución de las actividades planificadas y el grado de obtención de los resultados previstos. Este sistema de evaluación se apoya básicamente en la definición de indicadores, que, en cuanto instrumento de medida, permiten evaluar el estado de realización de un proyecto o el grado de consecución de los resultados previstos.

Así mismo, es reconocido que la Gerencia por objetivos es una técnica de dirección de esfuerzos a través del planeamiento y control administrativo. La Gerencia por objetivos es un proceso por el cual los gerentes, superior y subordinado de una organización identifican objetivos comunes. El administrador tiene que saber y entender lo que las metas de la empresa esperan de él, en términos de desempeño y su superior debe saber qué contribución puede exigir y esperar de él y debe juzgarlo de conformidad con la misma.

b) GERENCIA POR RESULTADOS

La administración por resultados, más que enfocarse en lo que se tiene que hacer, se centra en lo que se necesita lograr. Más que actividades a realizar, se plantean resultados a lograr. La administración por resultados es también un proceso, que consiste en una serie de pasos claramente definidos e interrelacionados. En resumen, consiste en saber, con precisión y de manera medible, qué es lo que se quiere lograr; definir caminos realistas para ello que señalen, paso a paso, qué es lo que se tiene que conseguir; y dar un seguimiento estrecho que permita detectar a tiempo cualquier desviación, para corregirla oportunamente.

En este modelo se identifican conceptos como el de:

Efectividad gerencial: el grado hasta el cual un gerente logra los requerimientos de los resultados del cargo.

Áreas de efectividad: requerimientos generales de resultados de un cargo gerencial.

Áreas de medida: requerimientos específicos de resultados y criterios de medida de un cargo gerencial.

Objetivos: áreas de medición que son tan específicas como limitadas al tiempo y tan medibles como sea posible.

Es claro entender que el autor propone que en toda organización el gerente debe centrar todos sus esfuerzos físicos y mentales en la obtención de resultados. El éxito que puede alcanzar y mantener una organización depende, en gran medida, del desempeño gerencial de la organización.

c) CONTROL DE GESTIÓN

El Control de gestión es un proceso que sirve para guiar la gestión empresarial hacia los objetivos de la organización y un instrumento para evaluarla. También se puede definir como un proceso de retroalimentación de información de uso eficiente de los recursos disponibles de una empresa para lograr los objetivos planteados.

Existen diferencias importantes entre las concepciones clásica y moderna de control de gestión. La primera es aquella que incluye únicamente al control operativo y que lo desarrolla a través de un sistema de información relacionado con la contabilidad de costes, mientras que la segunda integra muchos más elementos y contempla una continua interacción entre todos ellos. El nuevo concepto de control de gestión centra su atención por igual en la planificación y en el control, y precisa de una orientación estratégica que dote de sentido sus aspectos más operativos.

Condicionantes del Control de Gestión

El primer condicionante es el entorno. Puede ser un entorno estable o dinámico, variable cíclicamente o completamente atípico. La adaptación al entorno cambiante puede ser la clave del desarrollo de la empresa.

Los objetivos de la empresa también condicionan el sistema de control de gestión, según sean de rentabilidad, de crecimiento, sociales y medioambientales, etc. La estructura de la organización, según sea funcional o divisional, implica establecer variables distintas, y por ende objetivos y sistemas de control también distintos.

El tamaño de la empresa está directamente relacionado con la centralización. En la medida que el volumen aumenta es necesaria la descentralización, pues hay más cantidad de información y complejidad creciente en la toma de decisiones. Por último, la cultura de la empresa, en el sentido de las relaciones humanas en la organización, es un factor determinante del control de gestión, sin olvidar el sistema de incentivos y motivación del personal.

Fines del Control de Gestión

El fin último del control de gestión es el uso eficiente de los recursos disponibles para la consecución de los objetivos. Sin embargo podemos concretar otros fines más específicos como los siguientes:

Informar: Consiste en transmitir y comunicar la información necesaria para la toma de decisiones.

Coordinar: Trata de encaminar todas las actividades eficazmente a la consecución de los objetivos.

Evaluar: La consecución de las metas (objetivos) se logra gracias a las personas, y su valoración es la que pone de manifiesto la satisfacción del logro.

Motivar: El impulso y la ayuda a todo responsable es de capital importancia para la consecución de los objetivos.

Instrumentos del control de gestión: Las herramientas básicas del control de gestión son la planificación y los presupuestos.

La planificación consiste en adelantarse al futuro eliminando incertidumbres. Está relacionada con el largo plazo y con la gestión corriente, así como con la

obtención de información básicamente externa. Los planes se materializan en programas.

El presupuesto está más vinculado con el corto plazo. Consiste en determinar de forma más exacta los objetivos, concretando cuantías y responsables. El presupuesto aplicado al futuro inmediato se conoce por planificación operativa; se realiza para un plazo de días o semanas, con variables totalmente cuantitativas y una implicación directa de cada departamento.

El presupuesto se debe negociar con los responsables para conseguir una mayor implicación; no se debe imponer, porque originaría desinterés en la consecución de los objetivos.

La comparación de los datos reales, obtenidos esencialmente de la contabilidad, con los previstos puede originar desviaciones, cuando no coinciden. Las causas pueden ser: Errores en las previsiones del entorno: estimación de ventas, coste de ventas, gastos generales, etc.

Errores de método: poca descentralización, escaso rigor temporal, falta de coordinación entre contabilidad y presupuestos, etc.

Errores en la relación medios–fines: cifras ambiciosas, incorrecto uso de los medios, etc.

Esas desviaciones son analizadas para tomar decisiones, tanto estratégicas (revisión y/o cambio de plan y programas), como tácticas u operativas (revisión y/o cambio de objetivos y presupuestos).

Se pueden citar otras herramientas operativas como: la división de centros de responsabilidad, el establecimiento de normas de actuación y la dirección por objetivos.

d) BALANCE SCORECARD

Un nuevo enfoque de la gestión estratégica se desarrolló a principios de los años 1990's por los Dres. Robert Kaplan (Harvard Business School) and David Norton. Robert Kaplan (Harvard Business School) y David Norton. Ellos llamaron a este sistema el "sistema de puntuación equilibrada". Reconociendo algunas de las deficiencias anteriores y vaguedad de los criterios de gestión, el sistema de puntuación equilibrada proporciona un enfoque claro en cuanto a la prescripción lo que las empresas deberían medir con el fin de 'equilibrio' de las perspectivas financieras.

Proporciona retroalimentación en torno tanto a los procesos internos de negocios y resultados externos a fin de mejorar continuamente el rendimiento y los resultados estratégicos. Cuando esté plenamente desplegada, la puntuación equilibrada transforma la planificación estratégica de un ejercicio académico en el centro nervioso de una empresa.

Kaplan y Norton describen la innovación del sistema de puntuación equilibrada de la siguiente manera:

"El sistema de puntuación equilibrada conserva las medidas financieras tradicionales. No obstante, las medidas financieras cuentan la historia de los acontecimientos pasados, una historia adecuada para la era industrial para las empresas que las inversiones en capacidades a largo plazo y las relaciones con sus clientes no eran críticos para el éxito. Estas medidas financieras son inadecuadas, no obstante, para orientar y evaluar el viaje era de la información que las empresas deben hacer para crear valor futuro a través de la inversión en clientes, proveedores, empleados, procesos, la tecnología y la innovación."²

CONCLUSIÓN

En base a la investigación teórica como la investigación de campo, se concluye que la gestión que más se acopla al RNT es la Gerencia por Objetivos, ya que le da una herramienta a la empresa para establecer sus metas en equipo.. A través

de ella, las metas comunes: posición competitiva, productividad, liderazgo, responsabilidad reconocida y excelentes relaciones se organizan, planifican y ejecutan efectivamente.

Para el caso de RNT se da un manejo de objetivos comunes los cuales son planeados con un año de anticipación y se incluyen en los Planes Operativos Anuales de la Institución

Se realiza además una planeación anual de las actividades a seguir y de esta forma se ejecutan todas las actividades relacionadas al desarrollo del Registro.

Existe un respaldo por parte de la Institución en todas las afiliaciones que se realizan y se crean buenas relaciones con los empresarios de turismo.

Se puede concluir que hoy en día la mayoría de las empresas o Instituciones utilizan una combinación de la Gerencia por Objetivos con Gerencia por Resultados, ya que la meta de cada organización es cumplir las metas y tener ganancias. Para lograr esto se trabaja siempre en función de cumplir los objetivos que los llevan más cerca de obtener los resultados.

2. DEFINICION DEL TEMA

“Como la gestión del RNT incide en el fomento del Turismo Nacional en las MIPES turísticas, dedicadas al sector de alojamiento ubicadas en la zona del litoral del departamento de La Libertad”

3. JUSTIFICACIÓN

La presente tesina se elabora con el objetivo de servir como una herramienta de apoyo para identificar oportunidades de mejora para el actual gestión (desempeño) del Registro Nacional de Turismo (RNT). Además, permitir mejoras en el otorgamiento de beneficios e incentivos por parte del RNT como un

reconocimiento al esfuerzo que realizan los empresarios del sector de turismo. Reconociendo que gracias a este sector se dinamiza la economía nacional y se generan fuentes de trabajo.

Este primer diagnóstico sobre la gestión del RNT será de beneficio para la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ya que por ser un registro recién creado no se han efectuado estudios para evaluación de desempeño del mismo, es decir, de la gestión que el RNT realiza en beneficio del sector en estudio.

El RNT es un registro público que, poco a poco, se ha ido ordenando con el procedimiento de inscripción así como comprendiendo la necesidad de aportar beneficios a los empresarios, ya que existe un beneficio de Ley que es la promoción de las empresas inscritas, por medio del Catálogo de Oferta Turística.

La diferencia que existe entre este Registro Nacional de Turismo como los otros Registros Públicos que existen en el país, llámese Registro de la Propiedad Raíz e Hipoteca, Registro de Comercio, Registro de Asociaciones y Fundaciones Sin Fines de Lucro, es que este no sólo se limita a inscribir empresas, sino que se le ha facultado a poderle brindar beneficios como incentivos a los empresarios que se inscriban.

Como aportaciones interesantes que pueden resultar de este estudio es lograr considerar alternativas sobre nuevos beneficios, incentivos fiscales y mejorar la imagen que el empresario tenga del registro. Además de él pueden darse propuestas que servirían como insumos a los Planes de Ejecución Anuales de las Instituciones Gubernamentales que rigen el Registro y así favorecer una mejora en el servicio brindado a la población e incentivar a nuevos usuarios a inscribirse en el mismo.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo Principal

Analizar como la gestión actual del Registro Nacional de Turismo influye en el fomento del turismo nacional a las Micro y Pequeñas Empresas de El Salvador (MIPES) dedicadas al rubro de alojamiento, que se encuentran localizadas en la zona del Litoral del Departamento de La Libertad.

4.2 Objetivos Específicos

- Conocer la opinión de usuarios y no usuarios del RNT y su percepción desde el punto de vista empresarial.
- Conocer si los actuales incentivos del RNT son aprovechados por los usuarios del mismo y el grado de conocimiento que se tenga de ellos.
- Conocer cuáles son las oportunidades de mejora para la futura gestión del Registro Nacional de Turismo.

5. ALCANCES Y LIMITACIONES

5.1 ALCANCES

El alcance del tema de investigación es evaluar la percepción sobre la gestión del RNT que tienen los empresarios del sector alojamiento en la zona del Litoral del departamento de La Libertad.

5.2 LIMITACIONES

Durante la investigación se tuvieron algunas dificultades para obtener la información ya que algunos empresarios mostraron: poca colaboración al dar la información solicitada, difícil acceso a sus instalaciones.

6. DESCRIPCION DE METODOLOGIA

6.1 Objetivo General del Trabajo de investigación

Conocer si el RNT, desempeña la labor para la cual fue creado y si este influye en el fomento del turismo nacional a las MIPES dedicadas al rubro de alojamiento, que se encuentran localizadas en la zona del Litoral del Departamento de La Libertad.

6.2 Objetivos específicos

Realizar la investigación en base al inventario turístico de empresas localizadas en el Litoral del departamento de la Libertad en base a los datos brindados por la Corporación Salvadoreña de Turismo

Conocer si el empresario turístico del rubro de alojamiento de la zona del litoral del departamento de La Libertad, conoce sobre el Registro Nacional de Turismo y si estuvieran dispuestos a afiliarse.

Conocer cuál es apoyo que el empresario turístico, espera obtener al estar afiliado al Registro Nacional de Turismo.

7. Tipo de Investigación

La investigación realizada se define como una investigación concluyente de carácter descriptiva.

8. Marco Muestral

El marco muestral de la investigación se delimitara a la evaluación de las MIPES turísticas dedicadas al sector alojamiento ubicadas en el litoral del Departamento de La Libertad.². Esta base servirá como referente para determinar el tamaño de la muestra que se aplicara al trabajo de investigación.

² Tomado del Inventario Turístico, proporcionado por el Área de Desarrollo Territorial de la Corporación Salvadoreña de Turismo

Considerando que parte de los objetivos del presente trabajo de investigación incluyen conocer la incidencia del Registro Nacional de Turismo en las MIPES, es necesario obtener los datos por parte de los usuarios del mismo y los usuarios potenciales por lo que se definió como sujetos de información al propietario, gerente general o administrador de las empresas seleccionadas como parte de la muestra.

9. Metodología para la Definición de la Muestra

De acuerdo a los objetivos del presente trabajo de investigación se establece como base muestral las empresas incluidas en el Inventario de Turismo actual proporcionado por la Gerencia Territorial de CORSATUR.

El inventario de MIPES, proporcionado por CORSATUR esta actualizado a Diciembre de 2010. Dicho inventario cuenta con un total de **43** empresas en el rubro de alojamiento para la zona seleccionada tal como se muestra en el cuadro de siguiente:

CUADRO DE INVENTARIO TURISTICO DE ALOJAMIENTOS DEL DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD

Fuente: Gerencia Territorial. CORSATUR

N°	ALOJAMIENTO	N° DE HABITA	CAPACIDAD TOTAL DE PERSONAS
MUNICIPIO DEL PUERTO DE LA LIBERTAD			
	HOTEL LAS CABAÑAS DE DON LITO	3	7
	HOTEL PACIFIT SUNRISE	30	44
	HOTEL RICK	4	10
	POSADA HACIENDA DON RODRIGO	20	42
	LA POSADA DE DON CHEPE	8	8
	ARCOS DEL MEDITERRANEO	20	38

	PUNTA ROCA RESORF	7	13
	EL SAN BLAS	11	22
	BARRILES BEACH CLUB	4	9
0	FISHERMAN CLUB	3	6
1	TROPICAL SURF	5	12
2	HOTEL SOL Y MAR	12	12
3	HOTEL EL PACIFICO	71	79
4	HOTEL SANTA FE	12	14
5	HOTEL SANTA FE CLUB DE PLAYA	21	37
6	SABADILLOS PLA'S	2	2
7	POSADA DON LITO	13	16
8	HOTEL LA POSADA FAMILIAR	9	19
9	HOTEL SURF CLUB INN	14	16
0	EL MALECON DE DON LITO	2	3
MUNICIPIO DE JICALAPA			
1	HOSTAL WICHO DOMÍNGUEZ	2	2
MUNICIPIO DE TEOTEPEQUE			
2	MIZATA SURF LODGE	6	12
MUNICIPIO DE CHILTIUPAN			
3	HOTEL COSTA BRAVA	7	18
4	HOTEL CASA DE FRIDA	3	6
5	HOTEL OLAS PERMANENTES	5	7
6	HOTEL HORIZONTE	10	15
7	HOTEL ESENCIA NATIVA	5	10
MUNICIPIO DE TAMANIQUE			

8	HOTEL MIRAMAR	7	18
9	HOTEL TEKUANI KAL	6	12
0	HOSTAL LA SOMBRA	5	12
1	HOTEL MOPELIA	8	24
2	HOTEL TORTUGA SURF LODGE	4	8
3	HOTEL BAR LA GUITARRA	9	11
4	HOTEL EL TUBO	6	13
5	HOTEL TUNCO LODGE	4	8
6	HOTEL PAPAYAS LODGE Y PAPAYAS SHOP	8	16
7	HOTEL ROCA SUNZAL	16	38
8	HOTEL EL MANGLE	7	17
9	HOTEL CASA DE MAR HOTEL Y VILLAS	11	20
0	HOTEL LAS OLAS BEACH HOUSE	5	10
1	HOTEL SUNZAL HILLS BEACH RESORT	3	8
2	HOTEL VER MAR	5	12
3	HOTEL CLUB ATAMI	17	47
	TOTAL (43 ALOJAMIENTOS)	430	753

³El cálculo de la muestra se realizó con fórmula, obteniendo una muestra de **39** empresas a entrevistar.

Los parámetros para el cálculo de la muestra son: Margen de Error: 5% y Nivel de Confianza del 95%

³ El sitio WEB de donde se tomó el cálculo de la muestra es el siguiente:
<http://www.raosoft.com/samplesize.html>,

A continuación se muestra el cálculo de la muestra obtenida:

Sample size calculator

What margin of error can you accept? %
5% is a common choice

What confidence level do you need? %
Typical choices are 90%, 95%, or 99%

What is the population size?
If you don't know, use 20000

What is the response distribution? %
Leave this as 50%

Your recommended sample size is **39**

Online surveys with Votici have completion rates of 66%!

Alternate scenarios

With a sample size of	<input type="text" value="100"/>	<input type="text" value="200"/>	<input type="text" value="300"/>	With a confidence level of	<input type="text" value="90"/>	<input type="text" value="95"/>	<input type="text" value="99"/>
Your margin of error would be	0.00%	0.00%	0.00%	Your sample size would need to be	38	39	41

10. Metodología de Muestreo

Una vez definido el marco muestral, se realizara la selección de los negocios a incluir en la muestra utilizando un procedimiento de aleatoriedad simple. Así se selecciono un total de 39 Empresas, de la cual se recogerán las entrevistas considerando un Margen de Error: 5% y Nivel de Confianza del 95%. La variable utilizada es de tipo continua ya que puede adquirir cualquier valor dentro de un intervalo especificado de valores.

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO

11. Trabajo de Campo

El levantamiento de los datos será realizado por las dos responsables de la tesina: Aura Silva e Inés Serrano.

Para efectos de optimizar el tiempo se hará una repartición entre las integrantes del equipo para lograr cubrir la mayor cantidad de empresas, cada encuestador tendrá las siguientes responsabilidades:

- a) Buscar y Ubicar el negocio
- b) Contactar al propietario, gerente o administrador y gestionar la entrevista.
- c) Realizar la entrevista y en caso de no tener colaboración del empresario sustituir por otra empresa del inventario.

El instrumento que se utilizará para el levantamiento de los datos consiste en una encuesta con preguntas enfocadas en conocer la incidencia del RNT.

Los criterios utilizados para la elaboración de la encuesta son:

1. La redacción de las preguntas debe ser de forma sencilla de tal forma que puedan comprenderse con facilidad por las personas a las que van destinadas.
2. Intentar que sean lo más cortas posibles.
3. Deben estar formuladas directamente en relación con el tema de interés.
4. Redacción de forma personal y directa, no impersonal.
5. Las preguntas deben ser formuladas de manera neutral, o como mucho, positivo, nunca negativo.

6. Las preguntas deben exigir sólo una respuesta, evitar preguntas que contengan dos o más cuestiones en ella.
7. No hacer preguntas embarazosas ni deben ser indiscretas salvo que sea estrictamente necesario.
8. Las preguntas deben estar hechas de forma que contestan directa o inequívocamente al punto de información deseado.
9. No utilizar palabras abstractas o confusas, ni tampoco de tipo valorativo (mucho, bastante, bueno, malo, etc.).
10. Tener en cuenta el encuestado: sus conocimientos, posición, etc. Todas las preguntas deberían tener en cuenta la "cultura informativa" de los que responden.
11. No hacer preguntas que obliguen a esfuerzos o cálculos mentales, en ese caso debe facilitarles la labor.

La estructura de la encuesta es la siguiente: encabezado, saludo, datos de clasificación, cuerpo del cuestionario, encuestador, supervisor y fecha.

A continuación se muestra el modelo de encuesta a utilizar para la investigación

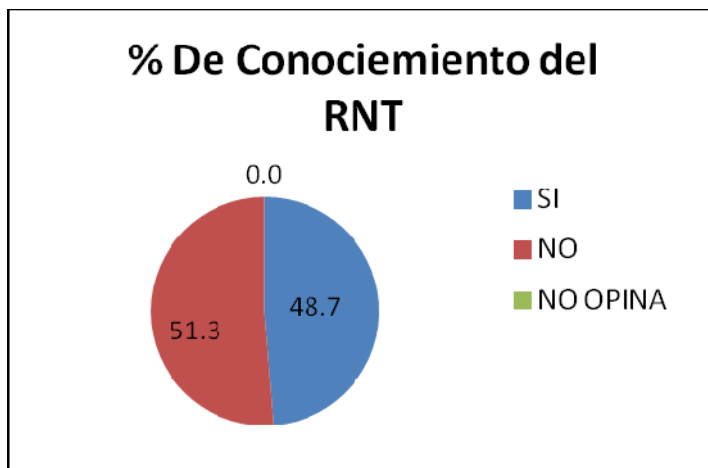


Hoja de cálculo de
Microsoft Office Excel

(Ver Anexo 1)

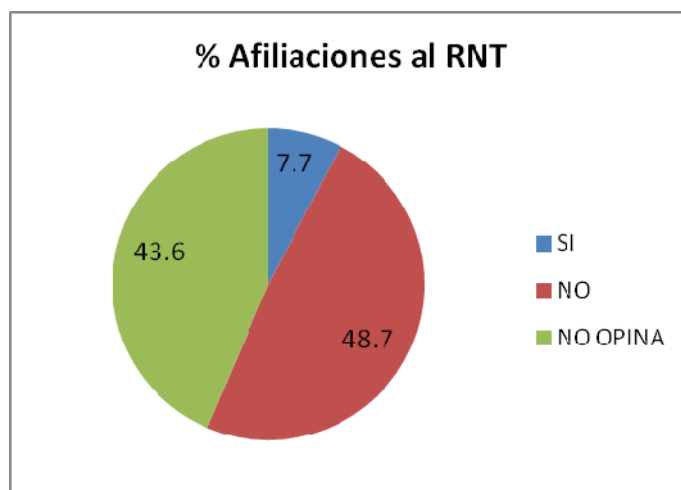
Como resultado de la encuesta realizada a las MIPES a continuación se muestran los gráficos resumen de las 10 preguntas realizadas:

1) **¿Conoce usted la existencia del Registro Nacional de Turismo en El Salvador?**



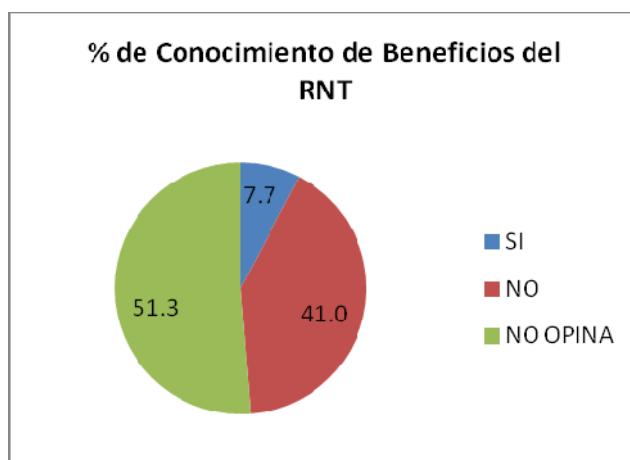
Del total de encuestados se observa que casi la mitad de ellos conoce la existencia de un Registro Nacional de Turismo en El Salvador, lo cual muestra que una buena parte de la población desconoce los beneficios y usos del RNT y se convierten en un mercado potencial para campañas de divulgación.

2) **¿En la actualidad se encuentra afiliado al Registro Nacional de Turismo?**



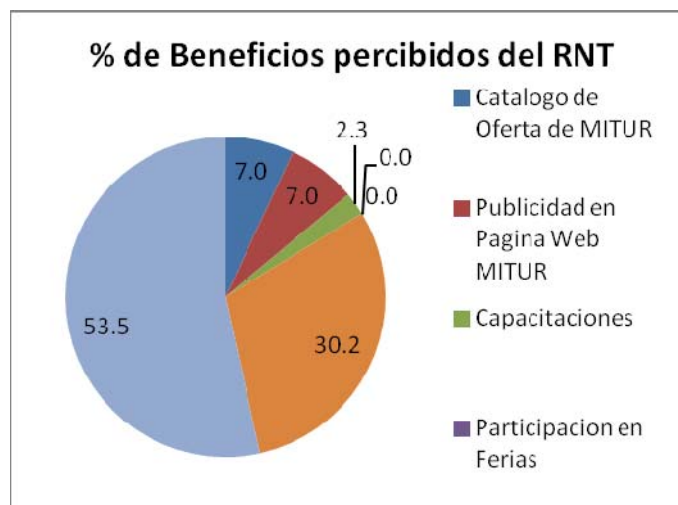
Los resultados muestran un indicador de alerta ya que un 48.72 de la población encuestada no se encuentra afiliado al Registro Nacional de Turismo, con ello se da a conocer que se debe realizar una labor de conocimiento y divulgación intensiva no solo en el sector de restaurantes de la zona sino de todo el país, para dar a conocer los beneficios y ventajas que se ofrecen y enriquecer la lista de afiliados actuales al Registro.

3) **¿Conoce los beneficios de estar afiliado al RNT?**



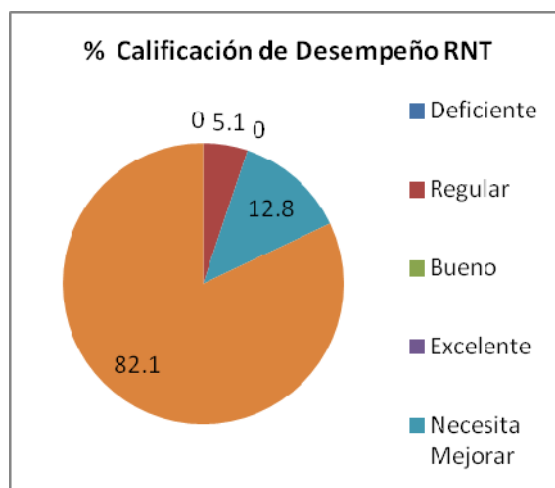
Para esta pregunta se muestra que más de la mitad de los encuestados un 51% se abstiene de contestar cuando se le pregunta si recibe algún beneficio de estar afiliado al RNT. Este dato es congruente con la pregunta dos donde se muestra un alto porcentaje de no afiliados al Registro.

4) **¿Marque los Beneficios que percibe actualmente del RNT?**



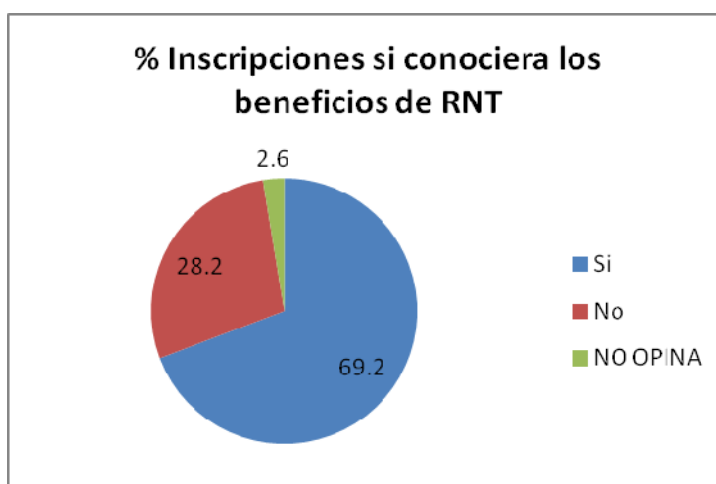
En los resultados la pregunta 4 muestra dos indicadores de alarma. En la mayoría de los encuestados se observa un desconocimiento total de los beneficios que pueden obtener las empresas del sector turismo con la afiliación al RNT en total casi un 70% de los encuestados no opina o no percibe beneficio alguno de la gestión del RNT.

7. ¿Cómo califica el desempeño Actual del RNT?



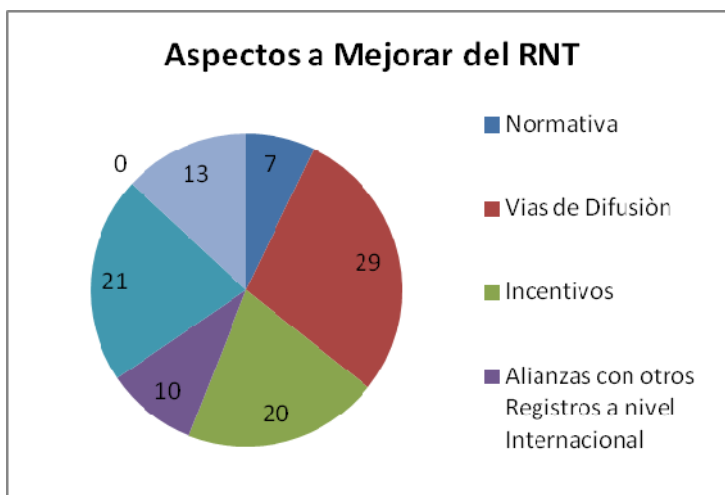
Un 82% de los encuestados se abstiene de opinar cuando se les pregunta sobre el desempeño actual del RNT, esta respuesta es congruente con las anteriores en RNT, esta respuesta es congruente con las anteriores en sector desconoce la existencia de dicho registro.

6) ¿Si conociera los beneficios y oportunidades brindadas por el RNT, estaría dispuesto a inscribirse?



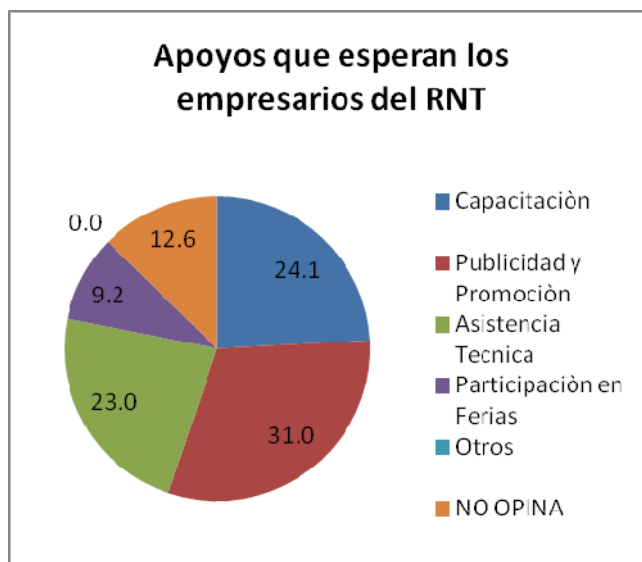
La pregunta 6 muestra un buen indicador en el sentido de que el 69% de los encuestados no estaría renuente a una afiliación al RNT al tener conocimiento de sus beneficios.

7) ¿Considerando las necesidades del sector donde se desempeña que aspectos recomendaría mejorar al RNT?



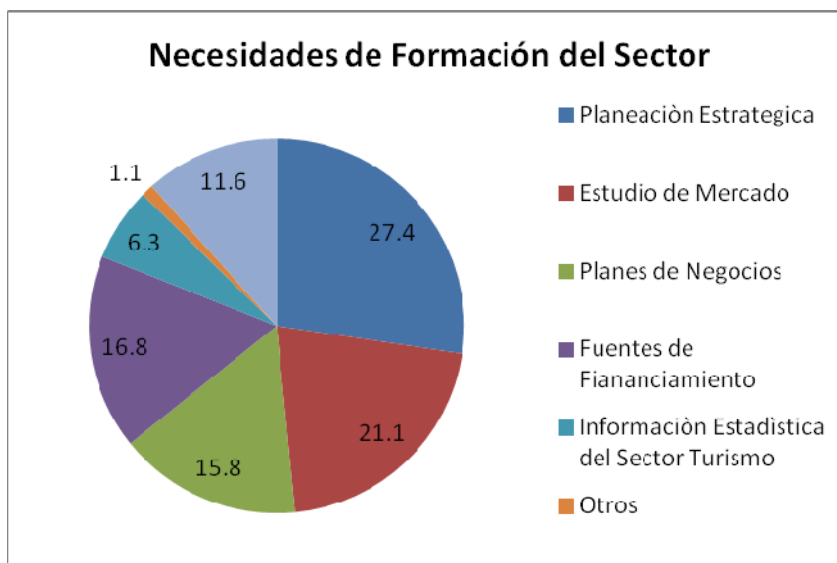
Los resultados muestran que de acuerdo a la percepción que se tiene en el sector, los tres aspectos más importantes que mejorar en la gestión del RNT son: Vías de Difusión, Publicidad para usuarios e incentivos. Con estos resultado queda evidenciada la necesidades un buen mercadeo para la gestión del RNT.

8) ¿Qué apoyos esperaría usted de la gestión del RNT?



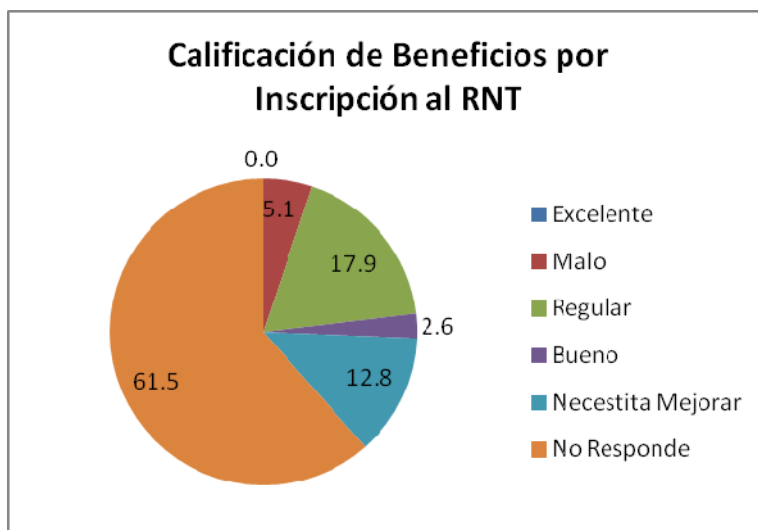
En esta pregunta se evidencian las tres necesidades más significativas que presenta el sector: publicidad, asistencia técnica y capacitación, son los tres rubros en los cuales el RNT deberá invertir y poner especial atención.

9) Señale las 3 áreas principales en las que su empresa necesita formación



En esta pregunta se muestran las 3 necesidades principales de formación identificadas en el sector de restaurantes de MIPES turísticas, siendo: planeación estratégica, los estudios de mercado y planes de negocios los aspectos más importantes a mejorar por las empresas. Este indicador puede utilizarse para todas las empresas del sector.

10) En su opinión como califica los beneficios recibidos por estar inscrito al Registro Nacional Turismo



Los resultados muestran que un 61% de la población encuestada prefiere no opinar sobre los beneficios del RNT. Esto es coincidente con los resultados obtenidos en las preguntas anteriores donde la mayor parte de encuestados desconoce la gestión del Registro.

12. CONCLUSIONES

- El trabajo de campo se desarrolló de la manera programada entre el 28 de junio y el 19 de Julio del presente año,
- Se cumplió con el horario de 9:00am a 5:00 pm y con la metodología establecida.
- No se presentaron incidencias u obstáculos durante el desarrollo del proyecto.
- La población encuestada conoce la existencia de un Registro Nacional de Turismo en El Salvador, que es el 51.3%, lo cual indica que una buena parte de la población desconoce los beneficios y usos del RNT y se convierten en un mercado potencial para campañas de divulgación.
- Los encuestados desconocen los beneficios que ofrece al estar afiliado al Registro, pero un buen indicador al 69% de los encuestados no estaría renuente a una afiliación al RNT al tener conocimiento de sus beneficios.
- La población encuestada necesita tener más beneficios ya que los que ofrece el Registro Nacional no les satisface, las que podrían ser planeación estratégica, los estudios de mercado y planes de negocios.

13. RECOMENDACIONES

- La realización de campañas de difusión es de vital importancia para el buen funcionamiento del RNT. De esta forma se garantiza que los empresarios conozcan los beneficios y oportunidades de estar inscritos.
- Para incentivar la inscripción de los empresarios se recomienda realizar alianzas estratégicas con otras entidades de Gobierno con el fin de facilitar a las empresas las gestiones para establecerse legalmente y así poder aplicar a la inscripción del Registro Nacional de Turismo.
- Se recomienda una revisión de los beneficios actuales del Registro. La mayoría de los encuestados mostraron interés en temas de publicidad.
- Se recomienda utilizar medios electrónicos para la difusión y conocimiento del RNT
- Se recomienda brindar apoyo en capacitaciones en temas de planeación estratégica, estudios de mercado y planes de negocios
- Se recomienda la creación de un indicador cuantitativo donde se pueda medir la cantidad de visitas de turistas originadas por alguna gestión del RNT. Podría tomarse como muestra, entrevistas en los hoteles, restaurantes etc. Para conocer la procedencia de los turistas.

CAPITULO III

**“PROPUESTA DE MEJORA DE
LA GESTION DEL RNT”**

14. Propuesta de Mejora a la Gestión Actual del RNT

Como resultado de la investigación realizada se concluye que la propuesta para mejorar las condiciones actuales de la gestión del Registro, se encuentran 4 ejes principales, los cuales son descritos en el cuadro que se presenta a continuación:

EJE	OBJETIVO	RECURSO	ACCION	RESPONSABLE
Eje 1: Campaña de Difusión del Registro a empresarios del sector	Dar a conocer a las MIPES turísticas del país la existencia del RNT con sus características y beneficios	Medios de comunicación escrito y electrónico para difundir información. Colaboradores de CORSATUR para realizar las jornadas en todo el país	Programar jornadas de divulgación visitando zonas claves de desarrollo turístico para dar a conocer la existencia del RNT y sus beneficios. Realizar campañas de difusión a empresarios del sector como posibles afiliaciones	Colaboradores CORSATUR
Eje 2: Beneficios Ofrecidos por el RNT	Divulgar los diferentes beneficios para los empresarios al inscribirse al RNT Proponer mejoras a los beneficios actuales establecidos en la Ley	Colaboradores CORSATUR encargados de campañas de divulgación. Material Promocional. Documentos de Propuesta de Reforma de Ley	Elaboración de propuestas de mejora a beneficios actuales ofrecidos en la Ley. Entrega de material informativo (brochures,etc)	Colaboradores CORSATUR/ MITUR

			donde se den a conocer los beneficios del RNT	
Eje 3: Alianzas Estratégicas	Establecer alianzas estratégicas con instituciones de gobierno con el fin de mejorar las condiciones actuales de la MIPES turísticas.	Personal de instituciones gubernamentales encargadas de fomentar el desarrollo de la micro y pequeña empresa del sector turismo.	Establecer CONVENIOS interinstitucional es que faciliten el acceso a los beneficios ofrecidos a las MIPES del sector turismo	Colaboradores CORSATUR
Eje 4: Desarrollo Empresarial	A través del RNT se promueva el desarrollo de las MIPES, mediante acciones que el desempeño de las mismas.	Colaboradores CORSATUR desempeñándose en el área del RNT y Asistencia Técnica	Promover el desarrollo empresarial a través de capacitaciones en áreas clave	Colaboradores CORSATUR.

Fuente: Elaboración Propia.

**CRONOGRAMA PROPUESTA
ACTIVIDADES DE MEJORA REGISTRO NACIONAL DE TURISMO
2012**

ACTIVIDAD	2012											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1 Programar jornadas de divulgación visitando zonas claves de desarrollo turístico para dar a conocer la existencia del RNT y sus beneficios												
2 - Elaboración de propuestas de mejora a beneficios actuales ofrecidos en la Ley.												
3 -Entrega de material informativo (brochures,etc) donde se den a conocer los beneficios del RNT												
4 Establecer CONVENIOS interinstitucionales que faciliten el acceso a los beneficios ofrecidos a las MIPYMES del sector turismo												
5 Promover el desarrollo empresarial a través de capacitaciones en áreas clave												

Notas:

Este cronograma considera para planeación el primer trimestre de 2012
Los mese de Abril, agosto y diciembre son de temporada alta y poca asistencia de empresarios a capacitaciones.

15. Bibliografía

- **Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo.**

Gobierno de la República de El Salvador. 1ª Edición 2005.

- **Ley de Turismo**

Gobierno de la República de El Salvador. 1ª Edición.2005.

- **Plan Nacional del Turismo 2020.**

1ª. Edición. 30 de Enero de 2009.

Ministerio de Turismo y CORSATUR

- **Inventario Turístico,**

Área de Desarrollo Territorial de la Corporación Salvadoreña de Turismo. Diciembre 2010.

- **Norma Salvadoreña NSR 03.44.02:08**

Concejo Nacional de Ciencia y Tecnología. CONACYT.

- **Sitio Web :**

<http://www.gestiopolis.com/>

ANEXOS

Anexo 1

Universidad Francisco Gavidia Post Grado Especialista en Turismo Encuesta de Sondeo Incidencia del RNT en las MIPYMES de Alojamiento del Litoral de La Libertad															
Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar el nivel de incidencia del Registro Nacional de Turismo en las MIPES dedicadas al sector alojamiento ubicadas en el litoral del Departamento de La Libertad . Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:															
<u>Datos de Clasificación</u> Nombre de MIPYME: _____ Nombre del Entrevistado: _____ Cargo: _____															
1. Conoce usted la existencia del Registro Nacional de Turismo en El Salvador SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Si su respuesta es NO pase a la pregunta 6															
2. En la actualidad se encuentra afiliado al Registro Nacional de Turismo SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>															
3. Conoce los beneficios de estar afiliado al RNT SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>															
4. Marque los beneficios que percibe actualmente del RNT <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Catalogo RNT de MITUR</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Publicidad en Pagina Web MITR</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Capacitaciones</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Participación en Ferias</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Incentivos Fiscales</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otros</td> <td>_____</td> </tr> </table>				Catalogo RNT de MITUR	<input type="checkbox"/>	Publicidad en Pagina Web MITR	<input type="checkbox"/>	Capacitaciones	<input type="checkbox"/>	Participación en Ferias	<input type="checkbox"/>	Incentivos Fiscales	<input type="checkbox"/>	Otros	_____
Catalogo RNT de MITUR	<input type="checkbox"/>	Publicidad en Pagina Web MITR	<input type="checkbox"/>	Capacitaciones	<input type="checkbox"/>										
Participación en Ferias	<input type="checkbox"/>	Incentivos Fiscales	<input type="checkbox"/>	Otros	_____										
5. Como califica el desempeño Actual del RNT <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Deficiente</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Regular</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Bueno</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Excelente</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Necesita Mejorar</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>No Opina</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>				Deficiente	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>	Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	No Opina	<input type="checkbox"/>
Deficiente	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>										
Excelente	<input type="checkbox"/>	Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	No Opina	<input type="checkbox"/>										
6. ¿ Si conociera los beneficios y oportunidades brindadas por el RNT, estaria dispuesto a inscribirse? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Si su respuesta es NO aqui finaliza la encuesta															
7. Considerando las necesidades del sector donde se desempeña que aspectos recomendaria mejorar al RNT <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Normativa</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Vias de Difusion</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Incentivos</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Alianzas con otros Registros a nivel Internac</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Publicidad para Usuarios</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otros</td> <td>_____</td> </tr> </table>				Normativa	<input type="checkbox"/>	Vias de Difusion	<input type="checkbox"/>	Incentivos	<input type="checkbox"/>	Alianzas con otros Registros a nivel Internac	<input type="checkbox"/>	Publicidad para Usuarios	<input type="checkbox"/>	Otros	_____
Normativa	<input type="checkbox"/>	Vias de Difusion	<input type="checkbox"/>	Incentivos	<input type="checkbox"/>										
Alianzas con otros Registros a nivel Internac	<input type="checkbox"/>	Publicidad para Usuarios	<input type="checkbox"/>	Otros	_____										
8. ¿Qué apoyos esperaria usted de la gestión del RNT? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Capacitación</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Publicidad y Promoción</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;"></td> <td style="width: 25%;"></td> </tr> <tr> <td>Asistencia Técnica</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Participación en Ferias</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otros</td> <td>_____</td> </tr> </table>				Capacitación	<input type="checkbox"/>	Publicidad y Promoción	<input type="checkbox"/>			Asistencia Técnica	<input type="checkbox"/>	Participación en Ferias	<input type="checkbox"/>	Otros	_____
Capacitación	<input type="checkbox"/>	Publicidad y Promoción	<input type="checkbox"/>												
Asistencia Técnica	<input type="checkbox"/>	Participación en Ferias	<input type="checkbox"/>	Otros	_____										
9. Señale las 3 áreas principales en las que su empresa necesita formación <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Planeación Estrategica</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Estudios de Mercado</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Planes de Negocios</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Fuentes de Financiamiento</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Información Estadística del sector Turismo</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				Planeación Estrategica	<input type="checkbox"/>	Estudios de Mercado	<input type="checkbox"/>	Planes de Negocios	<input type="checkbox"/>	Fuentes de Financiamiento	<input type="checkbox"/>	Información Estadística del sector Turismo	<input type="checkbox"/>		
Planeación Estrategica	<input type="checkbox"/>	Estudios de Mercado	<input type="checkbox"/>	Planes de Negocios	<input type="checkbox"/>										
Fuentes de Financiamiento	<input type="checkbox"/>	Información Estadística del sector Turismo	<input type="checkbox"/>												
10. En su opinión los beneficios y atenciones recibidos por estar inscrito al RNT son: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Excelente</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Malo</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 25%;">Regular</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Bueno</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Necesita Mejorar</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>No Responde</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>				Excelente	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	No Responde	<input type="checkbox"/>
Excelente	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>										
Bueno	<input type="checkbox"/>	Necesita Mejorar	<input type="checkbox"/>	No Responde	<input type="checkbox"/>										

Anexo 2

“Modelo de Gestión, Historial e Imagen Actual de RNT”

Modelo de Gestión del RNT:

Hoy por hoy el Registro Nacional de Turismo utiliza el Modelo de Gestión por Objetivos, esto debido a que es un modelo donde se definen metas a las cuales se quiere llegar antes de empezar a ejecutar. Estas metas son evaluadas por la alta dirección para verificar su cumplimiento.

EL RNT define sus objetivos y metas con un año de anticipación, estas metas son plasmadas en el Plan Operativo Anual (POA), este plan contiene no solo las acciones y objetivos sino también los montos asignados en el presupuesto de cada área.

La Gerencia por objetivos le permite al RNT tener una visión más clara de hacia dónde se quiere llegar, además de diseñar estrategias que facilitan su funcionamiento y evaluación.

A continuación se presenta un cuadro comparativo incluyendo los incentivos vigentes al inscribirse en el RNT:

Ley de Turismo (Decreto No. 899 de fecha 10 de diciembre de 2005)	Reforma de la Ley de Turismo (Decreto No. De fecha 17 de diciembre de 2010)	Observaciones
Art. 22.- Para los efectos señalados en la presente Ley, el otorgamiento de incentivos fiscales en forma asociada sólo aplicará, cuando los proyectos de inversión se realicen dentro de una misma área geográfica, la cual será declarada como Proyecto de Interés Turístico Nacional por Acuerdo emitido por la Secretaría de Estado y los incentivos por Acuerdo emitido por el Ministerio de Hacienda. Estas áreas podrán estar localizadas en cualquier parte del país con vocación turística.	Art. 22.- La Secretaría de Estado, mediante el acuerdo respectivo, será la encargada de otorgar la calificación o denegatoria de los Proyectos de Interés Turístico Nacional, previa opinión favorable del Ministerio de Hacienda, del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Republica, para aquellas inversiones que superen los cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$50,000.00). Para las inversiones menores de cincuenta mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$50,000.00), bastará la opinión favorable del Ministerio de Medio Ambiente y	1) Modifica el procedimiento de otorgamiento dependiendo del rango a invertir 2) Modifica el monto a invertir a \$ 25,000.00, 3) Agrega un mueble más

<p>El otorgamiento de incentivos fiscales a las empresas turísticas beneficiadas, será realizado mediante Acuerdo Ejecutivo emitido por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, previa opinión favorable de la Secretaría de Estado, la que se encargará de verificar en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y con el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte, el cumplimiento de las disposiciones establecidas en los Arts. 14 y 15 de esta Ley, así como de los requisitos, procedimientos, normas y condiciones establecidas en el reglamento respectivo.</p> <p>La vigilancia y control de las inversiones realizadas con los beneficios establecidos en el presente Capítulo, será responsabilidad de la Secretaría de Estado a través de delegados debidamente identificados y autorizados por la misma.</p> <p>Art. 36.- Durante el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, toda nueva inversión que sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional, por un monto de capital propio de al menos Cincuenta mil Dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50,000.00), tendrá derecho a los siguientes incentivos:</p> <p>a) Exención del impuesto sobre Transferencia de bienes raíces que afecte la adquisición del inmueble o inmuebles que serán destinados al proyecto.</p> <p>b) Exención de los derechos e impuestos, incluyendo el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, en la importación de sus bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las</p>	<p>Recursos Naturales, de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Republica y Ministerio de Turismo.</p> <p>El otorgamiento de los referidos incentivos fiscales en forma asociada sólo aplicara cuando los proyectos de inversión se realicen dentro de una misma área geográfica. Estas áreas podrán estar localizadas en cualquier parte del país con vocación turística.</p> <p>La vigilancia y control de las inversiones realizadas con los beneficios establecidos en el presente Capítulo, será responsabilidad de la Secretaría de Estado a través de delegados debidamente identificados y autorizados por la misma.</p> <p>Art. 36.- Durante el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, toda nueva inversión que sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional conforme a lo regulado en el Art. 22 de ésta Ley, por un monto igual o mayor a veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 25,000.00), tendrá derecho a los siguientes incentivos:</p> <p>a) Exención del impuesto sobre Transferencia de bienes raíces que afecte la adquisición del inmueble o inmuebles que serán destinados al proyecto.</p> <p>b) Exención de los derechos arancelarios a la importación de sus bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para</p>	<p>sobre derechos arancelarios a la importación de sus bienes de embarcaciones para cabotaje.</p> <p>4) Para el pago del Impuesto sobre la Renta se pusieron reglas para su presentación.</p> <p>5) Se ha establecido un procedimiento para excepción de impuestos Municipales.</p>
---	---	---

<p>edificaciones del proyecto. El monto exonerado no podrá ser mayor al 100% del capital propio invertido del proyecto en cuestión.</p> <p>c) Exención del pago del Impuesto Sobre la Renta por el período de 10 años, contados a partir del inicio de operaciones.</p> <p>d) Exención parcial de los impuestos municipales por el período de 5 años, contados a partir del inicio de operaciones, relativas a las actividades turísticas hasta por un 50% de su valor. Para ello, el interesado presentará al municipio correspondiente su inscripción en el registro turístico, la calificación de proyecto turístico otorgada por Acuerdo Ejecutivo en el Ramo de Turismo y certificación de la declaración de renta presentada al Ministerio de Hacienda.</p> <p>Estos incentivos podrán ser solicitados por una sola vez durante el plazo establecido en el inciso primero del presente artículo; no obstante lo anterior, si se realizaran dentro de dicho plazo, ampliaciones en la infraestructura de la empresa turística solicitante, cada una de ellas por un monto equivalente al establecido en el inciso primero de este artículo, podrán solicitar la concesión de incentivos por cada una de dichas ampliaciones.</p>	<p>las edificaciones hasta la finalización del proyecto. El monto exonerado no podrá ser mayor al 100% del capital invertido del proyecto en cuestión.</p> <p>c) Exención del pago del impuesto sobre la Renta por el período de diez años, contados a partir del inicio de operaciones.</p> <p>Para la aplicación de la presente exención se deberán observar las siguientes reglas:</p> <p>1. La exención a que hace referencia el presente literal, será aplicable a las rentas que genere la nueva inversión, para lo cual el beneficiario deberá llevar registros separados que le permitan identificar plenamente dichas rentas, a efecto de no incorporarlas como rentas gravadas y además, que permita comprobar el inicio y fin del goce de los incentivos fiscales.</p> <p>2. Cuando no sea posible identificar las rentas generadas por las nuevas inversiones tales como mejoras o remodelaciones, el monto de las rentas exentas se determinará por ejercicio o período impositivo, aplicando un factor al total de las rentas de la actividad turística. Dicho factor se calculará dividiendo el valor de las nuevas inversiones entre el valor total de los bienes muebles e inmuebles relacionados con la actividad turística, poseído al cierre del ejercicio inmediato anterior al de calificación del proyecto.</p> <p>3) No gozarán de exención el mantenimiento o reparación parcial o total, de bienes inmuebles, equipo, maquinaria y demás bienes muebles; además, aquel mantenimiento que obligue a la sustitución de bienes por el uso o utilización normal de éstos en la actividad desarrollada.</p> <p>4) Las personas naturales o jurídicas que ya se encuentren establecidas y que sean titulares de empresas turísticas y que cumplan con los requisitos regulados en esta Ley, podrán gozar de los incentivos, siempre y cuando el Proyecto de Interés Turístico Nacional de la inversión consistente en ampliación, remodelación o mejora sea igual o superior al veinte por ciento (20%) del</p>	
---	---	--

	<p>valor de los bienes muebles e inmuebles relacionados con la actividad turística, poseídos al cierre del ejercicio inmediato anterior al de la calificación del proyecto.</p> <p>El veinte por ciento (20%) en todo caso, no podrá ser menor al monto establecido en el inciso primero, parte primera de éste artículo.</p> <p>5) Dentro del plazo de exención del presente literal, si la persona titular de un Proyecto de Interés Turístico Nacional decide realizar una ampliación, mejora o remodelación del proyecto calificado, el plazo de la exención se extenderá por otros diez años, que se contarán a partir de la fecha en que el Ministerio de Turismo califique el nuevo proyecto. En este caso, la inversión en el proyecto de ampliación, mejora o remodelación deberá ser igual o superior al veinte por ciento (20%) de la inversión aprobada inicialmente.</p> <p>La extensión del plazo para el goce de la exención podrá solicitarse una sola vez durante el plazo establecido en el inciso primero de este artículo.</p> <p>6) En todo caso, los beneficios establecidos en éste literal finalizarán cuando termine el plazo de diez años o en su caso, cuando la exención del impuesto sobre la renta alcance el monto del valor de o los proyectos calificados.</p> <p>Para los efectos del inciso anterior, las personas titulares de Proyectos de Interés Turístico Nacional calificadas por el Ministerio de Turismo, deberán calcular el incentivo fiscal por la exención del impuesto sobre la Renta en cada ejercicio fiscal, para lo cual deberán realizar un cálculo del impuesto no pagado con base a las rentas exentas determinadas de acuerdo a los numerales 1 y 2 de este literal y a la proporción de costos y gastos correspondientes según lo dispuesto en el Art. 28, inciso segundo de la Ley de Impuesto sobre la Renta.</p> <p>d) Exención parcial de los impuestos municipales por el período de 5 años, contados a partir del inicio de operaciones, relativas a las actividades turísticas</p>	
--	--	--

	<p>hasta por un 50% de su valor. Para ello, el interesado presentará al municipio correspondiente su inscripción en el registro turístico, la calificación de proyecto turístico otorgada por Acuerdo Ejecutivo en el Ramo de Turismo y certificación de la declaración de renta presentada al Ministerio de Hacienda. Estos incentivos podrán ser solicitados por una sola vez durante el plazo establecido en el inciso primero, parte primera del presente artículo; no obstante lo anterior, si realizan dentro de dicho plazo, ampliaciones, remodelaciones o mejoras en la infraestructura de la empresa turística solicitante, cada una de ellas por un monto equivalente al establecido en el inciso primero, parte primera de este artículo, podrá solicitar la concesión de incentivos por cada una de dichas ampliaciones, remodelaciones o mejoras.</p>	
--	---	--

Anexo 3

Historia de la Gestión del RNT e Imagen Actual

Historia de la Gestión del RNT

El Registro Nacional de Turismo es una unidad creada dentro de la Ley de Turismo, es un registro de naturaleza pública que depende de la Corporación Salvadoreña de Turismo y en el cual se inscriben las empresas turísticas, nacionales o extranjeras, así como sus titulares, ya sean persona naturales o jurídicas que exploten actividades turísticas.

El Registro Nacional de Turismo constituye un mecanismo para recabar información y mantenerla actualizada, sobre los servicios que las empresas turísticas se ofrecen en el país; y a la vez las empresas obtienen diversos beneficios de tipo promocional, de capacitación y la posibilidad de aplicar a incentivos fiscales.

Inicia sus operaciones en mayo de 2006, hubo poca empresas por la falta de conociendo, las primeras empresas que se inscribieron fue por que buscaban la calificación de proyecto de interés turístico nacional como un requisitos de ley por ser obligatorio en este caso su inscripción.

Es de aclarar que el inscripción en Registro Nacional de Turismo es voluntaria, solo son dos momentos que se vuelve obligatorio cuando solicitan la calificación de Proyecto de Interés turístico Nacional y ahora cuando son transporte de turismo, por ser un registros de Vice Ministerio de Transporte.

Para inscribir una empresa turística los criterios generales que se aplica a todas las empresas turísticas que se inscriba son:

1. Que sea una empresa formal

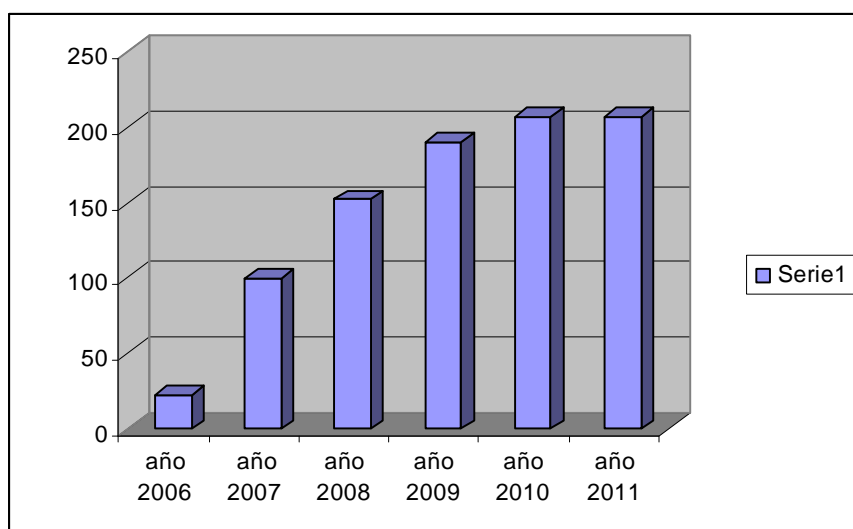
2. Naturaleza turística
3. Sean una actividad constante y continuada
4. Se proporcione un servicios directo al turista
5. Que cumpla con las obligaciones establecidas en la ley

Tipos de empresas que se inscriben en RNT

TIPO DE SERVICIO
Alojamiento
Arrendadora De Vehículos Acuáticos
Arrendadora De Vehículos Terrestres
Bar
Campo De Golf
Centro De Convenciones
Operador de Turismo
Organizador de eventos
Organizador Profesional de Congresos y Convenciones
Parque Acuático
Parque Ecológico
Restaurante
Servicios De Promoción Y Mercadeo De Empresas Turísticas
Transporte Acuático
Transporte Aéreo
Transporte Turístico Terrestre
Total general

El cuadro a continuación muestra el número de empresas que se han inscrito por año, como se ve año con año se han ido incrementando las empresas, esto ha sido por todas las acciones de promoción, charlas divulgativas, visitas de campo.

año 2006	año 2007	año 2008	año 2009	año 2010	año 2011
23	100	152	190	207	207



BENEFICIOS PROMOCIONALES

Las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo tienen los incentivos promocionales siguientes:

- ✓ Ser incluida su empresa dentro de la página Web de Ministerio de Turismo/CORSATUR, con sus datos: dirección, teléfono, web site, correos electrónicos, las personas de contacto, sus ofertas y un formulario de contacto para que sus potenciales clientes se puedan comunicar.

- ✓ Inclusión dentro de revistas especializadas más importantes de la industria turística tales como : Travel Weekly Hotel Guide y Cicerone; con amplia distribución en el extranjero.

- ✓ Participación en ferias internacionales en el stand del país, con oportunidad para intervenir en las ruedas de negocios que se realizan, permitiendo el contacto con empresas del sector, como mayoristas, operadores especializados, revistas, etc; teniendo la oportunidad de mostrar los productos y servicios que ofrece su empresa.

PLAN DE DIVULGACION

1. Charlas de Divulgación

Estos son encuentros que se realizan con diferentes empresarios de las zonas tanto de San Salvador, como en los departamentos, donde se da a conocer los beneficios y requisitos para inscribirse en Registro Nacional de Turismo. Esta actividad se hace además en eventos o actividades organizados por la institución

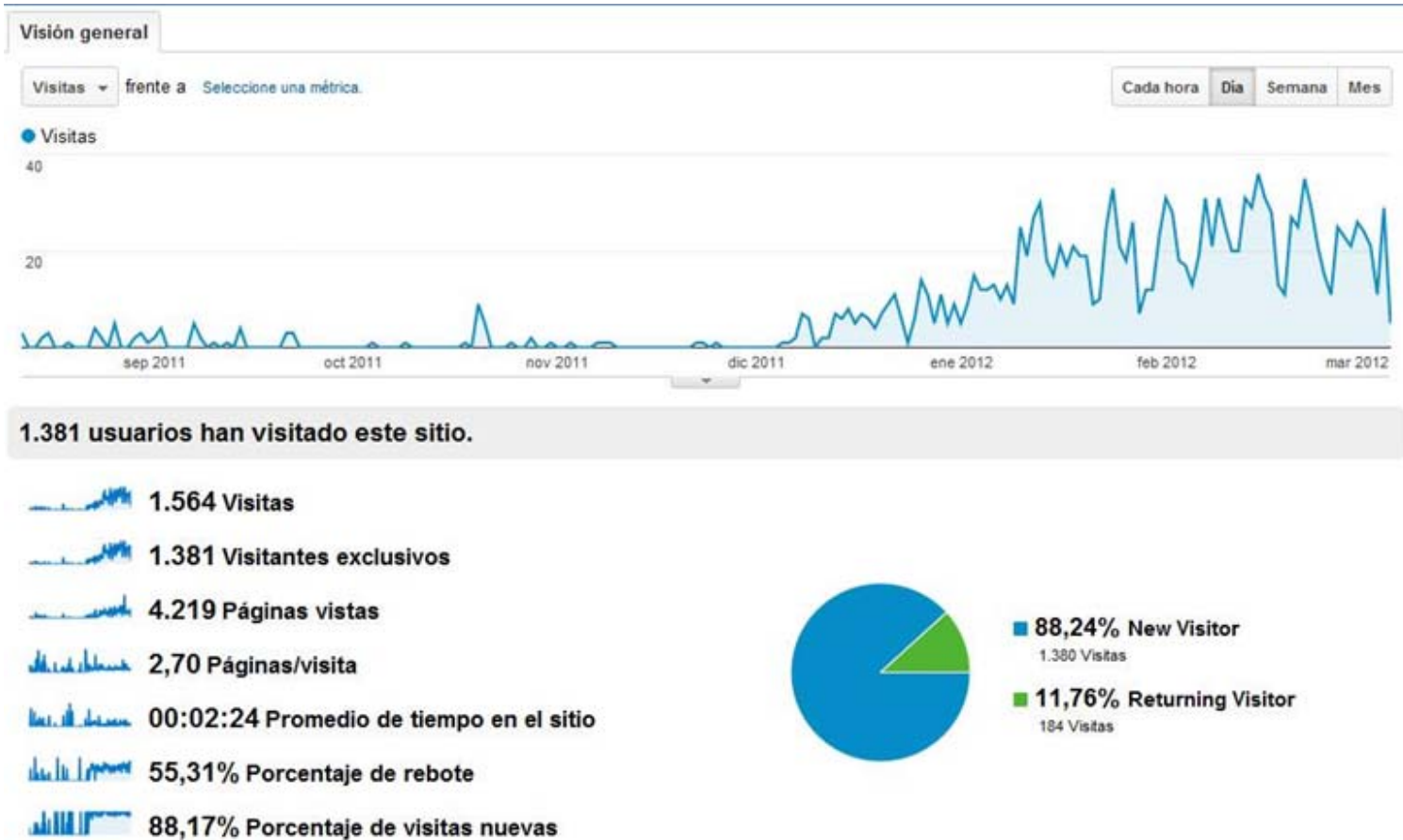
2. Visitas de campo:

Estas consisten en visitar a las empresarios en su establecimiento, con dos objetivos: conocer el lugar y divulgar los beneficios de estar inscritos a fin de incentivarlos a inscribirse: Se hace en diferentes zonas del país, las zonas prioritarias. Se programan varias visitas al mes en diferentes lugares.

Imagen del RNT

Actualmente el RNT cuenta con un distintivo o Logotipo con el que se da a conocer a todos sus usuarios, cuenta también con un portal web donde se dan a conocer las empresas turísticas registradas. Existen revistas internacionales donde se ha dado a conocer las empresas registradas.

A continuación se presenta el historial de visitas al portal proporcionado por el Departamento de Mercadeo de CORSATUR. Dicho portal inicio operaciones el 12 de agosto de 2011:



Es un buen índice de visitas por lo que se recomienda seguir incentivando el conocimiento a través de medios electrónicos.