

**UNIVERSITÉ DU SALVADOR  
FACULTÉ DES SCIENCES ET DES HUMANITÉS  
DÉPARTEMENT DES LANGUES**



***NOCTURNIA TOURS, NÉCROTURISME AU CIMETIÈRE DES ILLUSTRES ET  
VISITES DE L'ANCIENNE MAISON DE LA FAMILLE GUIROLA***

***NOCTURNIA TOURS, NECROTURISMO EN EL CEMENTERIO LOS ILUSTRES Y  
VISITAS A LA ANTIGUA CASA DE LA FAMILIA GUIROLA***

**PRÉSENTÉ PAR :**

FATIMA BEATRIZ MENJÍVAR ESCOBAR  
ZAIRA VANESSA MEJÍA RUIZ  
MERARI STEPHANIE GUZMÁN MORALES  
KEVIN JOSUÉ RAMÍREZ MARTÍNEZ

**CARTE D'ÉTUDIANT :**

(ME18011)  
(MR18078)  
(GM17129)  
(RM17168)

**RAPPORT FINAL DU COURS DE SPÉCIALISATION EN TOURISME  
PRÉSENTÉ POUR OBTENIR LE TITRE DE LICENCIÉ(E) EN LANGUES**

**MODERNES :  
SPÉCIALITÉ FRANÇAIS ET ANGLAIS**

**COORDONNATEUR DU PROCESSUS DE DIPLÔME :  
LICENCIÉ MIGUEL ÁNGEL CARRANZA CAMPOS**

**ENSEIGNANTE DU COURS DE SPÉCIALISATION :  
LICENCIÉE GLORIA CAROLINA ORTEGA**

**VILLE UNIVERSITAIRE DR FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, AMÉRIQUE CENTRALE, OCTOBRE 2025**

**AUTORITÉS DE L'UNIVERSITÉ DU SALVADOR**

**RECTEUR :**

**M.Sc. JUAN ROSA QUINTANILLA**

**VICE-RECTEUR / VICE-RECTRICE ACADÉMIQUE :**

**DRA EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA**

**VICE-RECTEUR ADMINISTRATIF**

**M.Sc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**SECRÉTAIRE GÉNÉRAL :**

**LICENCIÉE PEDRO ROSALIO ESCOBAR  
CASTANEDA**

**DÉFENSEURE DES DROITS UNIVERSITAIRES :**

**LICENCIÉE ANA RUTH AVELAR**

**PROCUREUR GÉNÉRAL :**

**LICENCIÉE CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA**

**AUTORITÉS DU DÉPARTEMENT DES LANGUES**

**CHEF :**

**MTRO. JOSÉ ISRAEL OLIVA**

**COORDINATEUR DU PROCESSUS DE DIPLÔME :**

**LICENCIÉE MIGUEL ANGEL CARRANZA  
CAMPOS**

**ENSEIGNANT(E) DU COURS DE  
SPÉCIALISATION :**

**LICENCIÉE GLORIA CAROLINA ORTEGA**

**SECRÉTAIRE:**

**EVELYN ROSALES**



## SOMMAIRE

CONTENU	No. DE PAGE
Résumé .....	9
CHAPITRE I .....	11
1. OBJECTIFS .....	12
1.1. Objectif général.....	12
1.1.2. Objectifs spécifiques .....	12
1.2. INTRODUCTION .....	13
1.3. JUSTIFICATION .....	15
1.4. DESCRIPTION DU SERVICE .....	17
1.4.1. Activités .....	18
1.5. QUALITES OU ATTRIBUTS DU SERVICE TOURISTIQUE .....	19
1.6. TYPOLOGIE DU TOURISME .....	20
1.7. PRINCIPES ET DEVELOPPEMENT HUMAIN .....	21
CHAPITRE II.....	22
2.1. Histoire du Tourisme.....	23
2.2. Histoire du tourisme au Salvador .....	25
2.3. Ressources naturelles des zones de destination situées sur la carte touristique du Salvador. ....	28

2.4. Ressources naturelles du cimetière « Los Ilustres » .....	29
2.4.1. Faune urbaine .....	30
2.4.2. Végétation au cimetière « Los Ilustres » .....	31
2.5. Ressources naturelles de la Casa Guirola.....	32
2.5.1. Jardins et espaces verts.....	32
2.5.2. Faune .....	33
2.6. Identité culturelle et ressources touristiques immatérielles au Salvador.....	33
2.6.1. Fêtes et célébrations .....	34
2.6.2. Fêtes patronales .....	36
2.6.3. Synchrétisme religieux .....	36
2.6.4. Gastronomie traditionnelle.....	39
2.6.4.1. Autres plats traditionnels.....	39
2.6.5. Légendes, mythes et contes traditionnels .....	40
2.7. Types de sols au Salvador .....	45
2.7.1. Sols alluviaux .....	46
2.7.2. Andisols (sols volcaniques).....	47
2.7.3. Grumosols au Salvador .....	48
2.7.4. Latosols (Oxisols) .....	49
2.7.5. Sols calcaires au Salvador.....	50
2.8. Principes pour un tourisme durable.....	51

2.9. Plan stratégique : Action .....	58
2.10. Plan stratégique : Contrôle qualité et satisfaction client. ....	61
CHAPITRE III .....	65
3.1. Définition d’entrepreneur .....	66
3.2. Caractéristiques et compétences.....	67
3.2.1. Caractéristiques .....	67
3.2.3. Compétences .....	67
3.3. Types d’entrepreneurs .....	68
3.4. Responsabilité de l’entrepreneur .....	68
3.5. Challenges et avantages .....	70
3.5.1. Inconvénients .....	70
3.5.2. Avantages .....	71
5.6. Les niches de marché : Définition.....	72
Exemples de niches réussies : .....	72
7.5. Importance de se concentrer sur les niches .....	73
5.8. Types de niches de marché et leurs définitions.....	74
5.9. Avantages du marketing de niche .....	75
Éléments clés pour choisir une niche de marché.....	75
5.11. Logo .....	77
5.12. Slogan.....	77

5.13. Mission .....	78
5.14. Vision .....	79
5.15. Valeurs .....	80
CHAPITRE IV BIBLIOGRAPHIE .....	81

## Résumé

<< González, M. (2018). Le tourisme des cimetières comme manifestation culturelle et patrimoniale : une approche du nécrotourisme. *Revue de Tourisme et Patrimoine Culturel*, 16(1), 39–48. >>

Cette étude explore le service touristique Nocturnia Tours, spécialisé dans le nécrotourisme, à travers des visites guidées de cimetières emblématiques du Salvador. Le projet s'inscrit dans l'histoire du tourisme du pays et met en évidence les ressources naturelles, la faune et la végétation présentes dans les sites visités, notamment le cimetière « Los Ilustres » et la Casa Guirola. Ces visites permettent de valoriser l'architecture, le patrimoine culturel et l'identité historique, tout en offrant une expérience éducative et respectueuse des lieux.

En parallèle, le travail examine l'identité culturelle salvadorienne, incluant les fêtes et célébrations locales, le syncrétisme religieux, la gastronomie traditionnelle et les légendes populaires, qui constituent des ressources touristiques immatérielles enrichissant l'expérience culturelle. Les types de sols et les caractéristiques naturelles des lieux visités sont également analysés pour comprendre leur rôle dans la préservation et l'aménagement des espaces touristiques.

Enfin, le projet adopte des principes de tourisme durable et intègre un plan stratégique pour assurer la qualité et la satisfaction des visiteurs. L'étude considère également l'entrepreneuriat touristique, les compétences nécessaires et les niches de marché, montrant que Nocturnia Tours constitue une initiative innovante et responsable. Cette approche permet de transformer les espaces funéraires en lieux vivants de mémoire, d'histoire et d'art, combinant culture, patrimoine et nature dans une expérience éducative et éthique.

**Mots-clés :** Nocturnia Tours, nécrotourisme, tourisme culturel, tourisme durable, cimetières historiques, patrimoine culturel, identité culturelle, ressources naturelles, tourisme responsable, faune et flore, gastronomie traditionnelle, syncrétisme religieux.

**CHAPITRE I**  
**PROFIL D'UN PRODUIT**  
**OU SERVICE**  
**TOURISTIQUE**

## 1. OBJECTIFS

### 1.1.Objectif général

- Offrir des expériences touristiques et culturelles à travers des promenades guidées dans des cimetières, champs funéraires, et autres lieux mettant en valeur leur importance historique et architecturale.

### 1.1.2. Objectifs spécifiques

- ✓ Sensibiliser les visiteurs à l'histoire et à la mémoire des défunts, à travers des récits et des visites guidées.
- ✓ Mettre en œuvre des mesures de respect et de soin des tombes et des cimetières durant le parcours.
- ✓ Mettre en place des programmes de formation pour les guides spécialisés en nécrotourisme afin d'assurer une approche respectueuse, éthique et éducative.

## 1.2. INTRODUCTION

Le Salvador possède une richesse culturelle et historique souvent méconnue, mais d'une profondeur remarquable. Depuis les années 1990, le secteur du tourisme salvadorien s'est progressivement développé, notamment grâce à la valorisation de ses plages du Pacifique, de ses sites archéologiques mayas et de son patrimoine naturel. Cependant, malgré cette croissance, le tourisme national reste concentré sur quelques zones spécifiques et peine encore à diversifier son offre pour attirer un public plus large et plus varié.

Dans ce contexte, l'émergence du nécrotourisme ou « tourisme funéraire » représente une opportunité innovante pour enrichir le panorama touristique du pays. Ce type de tourisme consiste à visiter des lieux associés à la mort, à la mémoire et à l'histoire collective, tels que des cimetières patrimoniaux, des monuments commémoratifs ou encore des musées mémoriels. Dans le cas du Salvador, le nécrotourisme pourrait devenir un outil de mémoire, d'éducation et de réconciliation nationale.

Le projet que nous proposons vise à créer un service touristique spécialisé dans le développement du nécrotourisme au Salvador, combinant visites guidées thématiques, parcours patrimoniaux, en tant que les cimetières historiques et la maison de la famille Guirola, en vivant une expérience culturelle tout en favorisant un tourisme soutenable. Ce service ambitionne non seulement de renforcer la diversification de l'offre touristique nationale, mais aussi de sensibiliser les visiteurs à l'histoire du pays à travers des lieux porteurs de sens et d'émotion.

Toutefois, cette approche soulève plusieurs questions : comment transformer des espaces de mémoire en destinations touristiques sans trahir leur signification ? Quels outils et stratégies

permettraient de concilier la valorisation économique avec la préservation éthique et la dimension commémorative de ces lieux ?

Comment le développement du nécrotourisme au Salvador peut-il contribuer à la diversification de l'offre touristique tout en préservant la dimension mémorielle et culturelle des lieux associés à la mort et à l'histoire nationale ?

Ce travail présentera une analyse du contexte historique et du développement du tourisme au Salvador, ainsi que la place potentielle du nécrotourisme dans cette évolution. Également, abordera la conception du service touristique proposé, ses objectifs, ses partenaires et ses retombées économiques et sociales. Enfin, la troisième partie analysera les défis éthiques et culturels liés à la mise en œuvre de ce projet, ainsi que les perspectives de durabilité et d'intégration dans la stratégie touristique nationale.

### 1.3.JUSTIFICATION

Au fil des années, le tourisme s'est consolidé comme un pilier essentiel du développement économique, social et culturel du Salvador. Il représente non seulement une source importante de revenus, mais aussi un vecteur de valorisation du patrimoine et d'ouverture vers le monde. Dans ce contexte, l'apparition de nouvelles formes de tourisme alternatif offre la possibilité de diversifier l'offre touristique nationale et de répondre aux attentes d'un public en quête d'expériences singulières et authentiques.

Cette recherche s'inscrit dans cette dynamique en proposant la promotion du nécrotourisme comme une option innovante et éducative. Le nécrotourisme, ou tourisme funéraire, consiste à visiter des cimetières, des mausolées et d'autres espaces commémoratifs afin de découvrir leur richesse historique, artistique et symbolique. Ces lieux, souvent perçus uniquement comme des espaces de recueillement, peuvent devenir des destinations culturelles majeures, témoignant de l'évolution des traditions, de l'architecture et des croyances d'une société.

Ainsi, la mise en valeur du nécrotourisme au Salvador permettrait de redéfinir la perception de ces sites, en les transformant en espaces de mémoire et de transmission culturelle. Les touristes, qu'ils soient nationaux ou étrangers, auraient la possibilité de vivre une expérience différente, à la fois réflexive et émotionnelle, tout en découvrant le patrimoine funéraire, l'histoire des personnages illustres et l'esthétique particulière des cimetières salvadoriens. De plus, cette initiative pourrait contribuer à dynamiser les économies locales, encourager la préservation du patrimoine et renforcer l'identité culturelle du pays.

Le développement de ce type de service par un tour-opérateur spécialisé offrirait non seulement une alternative aux circuits traditionnels, mais aussi une occasion d'éducation patrimoniale et de tourisme responsable. En intégrant des valeurs de respect, de mémoire et de durabilité, le nécrotourisme pourrait devenir un segment prometteur du secteur touristique salvadorien, apte à séduire un public curieux et conscient de la richesse historique du territoire.

## 1.4.DESCRPTION DU SERVICE

Nocturnia Tours / Route Nocturne est un tour opérateur qui se déroule au crépuscule et durant la nuit, visitant des lieux peu communs mais fascinants. Notre agence propose des visites de cimetières mythiques (cimetière de Santa Tecla, cimetière Los Ilustres, cimetière Santa Isabel à Santa Ana et cimetière privé des Guirola) ainsi que des tombes historiques de personnages importants du pays (anciens présidents, artistes, etc.). Nous visiterons également la maison emblématique des Guirola à Las Colinas. Notre tour est conçu pour les amateurs de suspense désireux d'en apprendre davantage sur l'histoire, la culture et l'architecture des lieux tout en vivant une expérience unique et intrigante.

Inclus :

Transport touristique

Accès aux propriétés et cimetières

Collation

Récits de phénomènes surnaturels

Assistance de premiers secours

Guide touristique durant tout le circuit

### 1.4.1. Activités

- Accueil des touristes à des points stratégiques de San Salvador.
- Distribution de collations à bord du transport (sandwich, jus en boîte et bouteille d'eau).
- Arrivée sur le site et préparation d'un feu de camp.
- Distribution de snacks autour du feu de camp (guimauves, biscuits et eau).
- Narration de l'histoire du lieu, de son architecture et des récits surnaturels.
- Témoignages de gardiens locaux.
- Instructions pour le parcours touristique avec un accent sur le tourisme durable.
- Visite guidée du Cimetière Los Ilustres, incluant les tombes d'anciens présidents, artistes, écrivains et personnages historiques salvadoriens.
- Visite de la maison Guirola : histoire de la famille, récits paranormaux du gardien et exploration des pièces avec des phénomènes comme les changements de température.
- Clôture du circuit avec des indications finales et retour en toute sécurité.

## 1.5.QUALITES OU ATTRIBUTS DU SERVICE TOURISTIQUE

Le service de Nocturnia Tours se distingue par une expérience unique, alternative et enrichissante. Ses principaux atouts sont :

- ✓ *Originalité* : En se concentrant sur le nécrotourisme, Nocturnia Tours propose une approche innovante et peu conventionnelle du tourisme au Salvador, suscitant l'intérêt pour le mystique, l'historique et le culturel.
- ✓ *Éducatif et culturel* : Chaque visite est conçue pour enrichir les connaissances historiques et patrimoniales des visiteurs grâce à des récits, visites guidées et témoignages.
- ✓ *Durabilité* : Promotion de pratiques respectueuses de l'environnement et du patrimoine, encourageant la préservation des lieux visités.
- ✓ *Sécurité et confort* : Le circuit inclut transport, collations, guides spécialisés et assistance de premiers secours, assurant une expérience sûre et agréable.
- ✓ *Interactivité* : Le visiteur est activement impliqué à travers des activités comme les feux de camp, récits en direct et contacts avec des personnages liés aux lieux, renforçant le lien émotionnel avec l'expérience.
- ✓ *Ambiance et atmosphère* : Les visites au crépuscule ou de nuit renforcent le sentiment d'aventure et de mystère, créant une expérience sensorielle marquante.

## 1.6.TYPOLOGIE DU TOURISME

- Tourisme alternatif

Il s'agit d'un tourisme différent du tourisme de masse, proposant des expériences plus authentiques, souvent liées à la culture ou à la nature.

- Tourisme culturel

Inclut la découverte du patrimoine historique et culturel, permettant aux visiteurs d'en apprendre davantage sur les coutumes et traditions locales.

- Tourisme architectural et paysager

Met en valeur l'architecture et le paysage des lieux visités, ce qui suscite l'intérêt esthétique et patrimonial. Cette forme est une sous-catégorie du tourisme culturel ou alternatif.

## 1.7.PRINCIPES ET DEVELOPPEMENT HUMAIN

- Préservation du patrimoine historique

Protection des tombes et structures par des protocoles évitant leur détérioration, avec un suivi régulier de leur état.

- Éducation culturelle

Sensibilisation des visiteurs à la valeur historique et culturelle des cimetières en tant que patrimoine national.

- Comportement responsable.

Établissement de normes de respect et de contrôle du nombre de visiteurs pour protéger les lieux et maintenir leur solennité.

- Soutien au développement local

Embauche de guides locaux formés, créant des opportunités d'emploi pour les communautés avoisinantes.

- Stimulation de l'économie régionale

Intégration de produits et services de fournisseurs et artisans locaux afin de renforcer l'économie communautaire.

**CHAPITRE II**  
**ÉLÉMENTS POUR LA**  
**CONCEPTION D'UN**  
**PRODUIT OU SERVICE**  
**TOURISTIQUE**

## 2.1. Histoire du Tourisme

Les origines du tourisme remontent à l'antiquité, bien qu'à cette époque il n'existait pas tel que nous le connaissons aujourd'hui. L'acte de voyager à des fins non exclusivement de survie. Cependant pour les loisirs, l'éducation ou l'échange culturel, trouve ses racines dans différentes civilisations. Un résumé des principales étapes de l'histoire ancienne du tourisme :

Civilisations antiques (Égypte, Grèce et Rome)

- **Égypte** : il y a plus de 4 000 ans, les anciens Égyptiens effectuaient déjà des voyages pour des raisons religieuses ou commerciales, et certaines élites voyageaient pour visiter des temples ou des monuments historiques, comme les pyramides.
- **Grèce** : les anciens Grecs voyageaient pour participer à des événements sportifs comme les Jeux olympiques et pour visiter les sanctuaires de leurs dieux. Ces voyages avaient une forte composante culturelle et religieuse.
- **Rome** : les Romains développèrent un vaste réseau de routes qui facilitait les déplacements dans l'Empire. Les Romains riches effectuaient des voyages de plaisir vers les côtes de la Méditerranée, aux thermes et aux villas, ce qui pourrait être considéré comme un précurseur du tourisme de loisirs.

Le tourisme médiéval (Ve-XVe siècles)

- **Pèlerinages** : pendant le Moyen Âge, le voyage à des fins religieuses fut l'un des premiers types de tourisme. Les pèlerinages vers des lieux sacrés, comme Jérusalem, Rome ou Saint-Jacques-de-Compostelle, étaient courants. Les pèlerins parcouraient de grandes distances à la recherche de rédemption spirituelle ou de miracles.

- **Caravanes et routes commerciales** : outre les pèlerinages, les caravanes commerciales connectaient l'Europe, l'Asie et l'Afrique, facilitant l'échange de produits ainsi que d'idées et de coutumes entre civilisations.

#### Le Grand Tour (XVIIe-XVIIIe siècles) <sup>1</sup>

- En Europe, le **Grand Tour** était une pratique commune parmi les jeunes aristocrates, particulièrement britanniques, qui voyageaient sur le continent pour compléter leur éducation. Ils visitaient des villes comme Paris, Rome, Venise et Florence pour étudier l'art, l'histoire, la philosophie et la culture classique. Ce fut un précurseur du tourisme culturel.

#### L'essor du tourisme moderne (XIXe siècle)

- **Révolution industrielle** : avec l'arrivée du chemin de fer et des bateaux à vapeur au XIXe siècle, les voyages devinrent beaucoup plus accessibles. Cela permit à la classe moyenne émergente de commencer à voyager pour le plaisir.
- **Thomas Cook <sup>2</sup>**: souvent considéré comme le "père du tourisme moderne", en 1841, Thomas Cook a organisé le premier voyage de groupe, emmenant des passagers en train

---

<sup>1</sup> Grand Tour : voyage éducatif entrepris par les jeunes aristocrates européens aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles pour compléter leur formation culturelle.

<sup>2</sup> Thomas Cook : entrepreneur britannique considéré comme le père du tourisme moderne, ayant organisé le premier voyage de groupe en 1841.

pour un événement religieux en Angleterre. À partir de là, Cook a commencé à organiser des voyages touristiques plus longs et populaires.

- **Stations thermales et destinations balnéaires** : pendant l'ère victorienne, les classes aisées ont commencé à voyager vers des stations thermales et des destinations balnéaires, marquant le début du tourisme de santé et de repos.

Le tourisme de masse (XXe siècle et suivants)

- Avec l'invention des avions commerciaux après la Seconde Guerre mondiale, le tourisme international a explosé. Les compagnies aériennes ont permis aux personnes du monde entier de voyager vers des destinations lointaines de manière rapide et relativement abordable, stimulant le tourisme de masse.
- **La mondialisation et la technologie** ont rendu les voyages plus faciles que jamais, avec des millions de touristes chaque année explorant des destinations dans le monde entier.

## 2.2. Histoire du tourisme au Salvador

La première initiative pour promouvoir le tourisme au Salvador eut lieu en 1924, sous le gouvernement du Président Alfonso Quiñónez Molina, avec la création de la Junta de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial (Conseil du Tourisme et de la Propagande Agricole et Industrielle), qui avait pour objectif de promouvoir le tourisme national et étranger. En 1946, fut créé le Département National du Tourisme comme section du Ministère des Relations Extérieures. Les années 60 ont été considérés comme l'ère moderne du développement touristique au Salvador ; on pensait systématiquement au tourisme et quelques instances officielles furent créées pour sa promotion. L'environnement dans lequel se produit le démarrage

du tourisme, dans cette décennie, est celui d'une prospérité économique relative pour le pays. Les facteurs qui influencèrent le Salvador pour une plus grande considération du tourisme à partir de la décennie des années 60 furent la modernisation des transports, l'élargissement de la structure routière, l'augmentation des vols vers le Salvador avec la construction de l'Aéroport International d'Ilopango. D'autre part, la naissance du soi-disant tourisme de masse, qui dans une proportion minimale atteint aussi l'Amérique Centrale. C'est ainsi qu'en 1961 fut créé l'Institut Salvadorien de Tourisme (ISTU)<sup>3</sup> comme instance gouvernementale gestionnaire du tourisme. Les principales attributions avec lesquelles il fut créé furent les suivantes :

- Élaboration de projets pour la promotion et le développement de l'industrie touristique.
- Les régulations des entreprises touristiques.
- La gestion du patrimoine touristique.
- La présentation de rapports réguliers sur le comportement du secteur.

À partir de 1968, on disposa de plus d'évidences concernant le tourisme au Salvador, car l'ISTU a commencé à publier des bulletins statistiques qui indiquaient le nombre de touristes entrant dans le pays. On pouvait dire que la demande était accentuée sur trois marchés principaux : le régional, les États-Unis et le Mexique ; cependant, le tourisme a diminué en 1969, en raison

---

<sup>3</sup> ISTU (Institut Salvadorien de Tourisme) : organisme public créé en 1961 au Salvador pour promouvoir et réguler l'industrie touristique nationale.

de la guerre entre le Salvador et le Honduras, affectant la stabilité régionale. Le développement du tourisme au Salvador dans la décennie des années 70 s'est produit par la construction d'Hôtels comme : Camino Real, le Ritz, l'Alameda et le Terraza à San Salvador, hôtel de Montagne à El Cerro Verde, des hôtels dans l'Estero de Jaltepeque (Pacific Paradise et l'Izalco Cabaña Club) à l'intérieur du pays.

De même manière a commencé la construction de l'Hôtel Tesoro Beach (Estero de Jaltepeque) très connu et visité aujourd'hui. Actuellement tous les hôtels prestent leurs services à l'exception de l'Hôtel Ritz. En 1975, le nombre de touristes a augmenté de plus de 200 mille pour atteindre un total de 300 mille cette année-là, Cette augmentation coïncide avec la réalisation du concours Miss Univers au Salvador<sup>4</sup>. L'essor est resté stable jusqu'à la fin de la décennie des années soixante-dix. Cependant, le début de la guerre a marqué le point de déclin de ce qui semblait être un nouveau secteur rentable pour le Salvador jusqu'à le faire descendre en dessous des 100 mille touristes. Les chiffres indiquaient que le pays à la fin des années soixante-dix avait reculé de 15 ans. Pendant la période de 1979 à 1990, le flux de visiteurs dans le pays est resté constant ; il s'agissait en majorité de journalistes étrangers ou d'institutions non gouvernementales qui travaillaient avec la société salvadorienne.

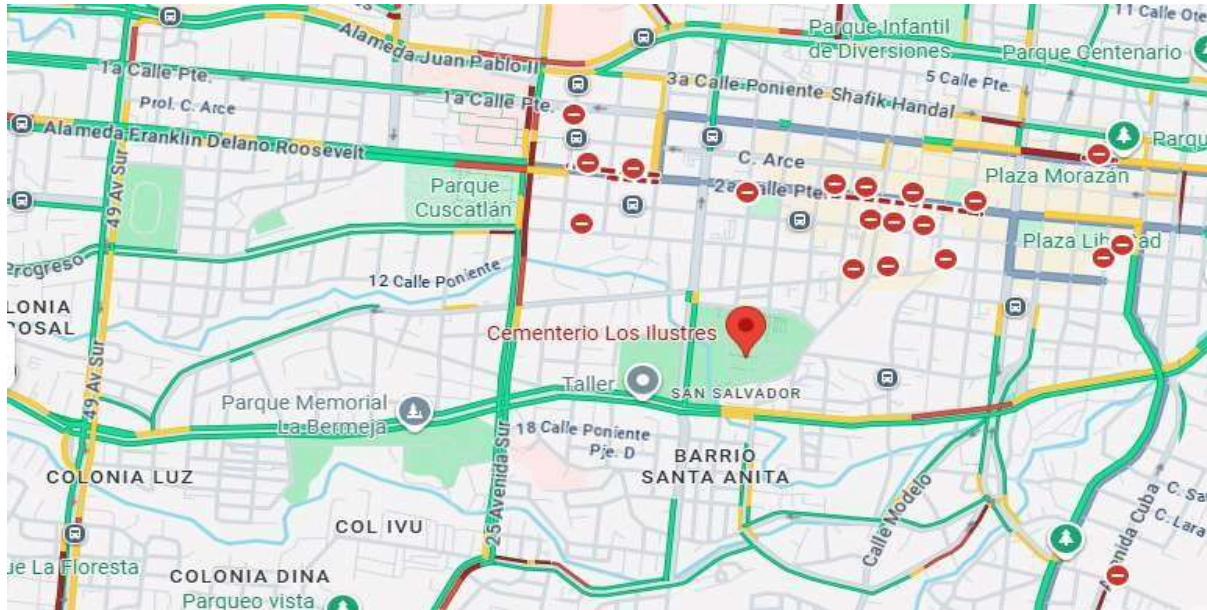
---

<sup>4</sup> Miss Univers 1975 : concours de beauté international organisé au Salvador, événement marquant pour le développement du tourisme local.

### 2.3. Ressources naturelles des zones de destination situées sur la carte touristique du Salvador.



## 2.4. Ressources naturelles du cimetière « Los Ilustres »



5

Le cimetière « **Los Ilustres** », au-delà de sa valeur historique et architecturale, intègre des éléments naturels appréciables dans son paysage. Mi Paísito SV (s. f.) souligne que ce lieu fonctionne comme une galerie artistique en plein air, où prédominent des sculptures et des mausolées en marbre blanc provenant des carrières de Carrara, dans les Alpes Apuanes en Italie, ce qui constitue la ressource naturelle la plus importante pour sa construction. De plus, à l'intérieur du cimetière, il existe des sentiers et des espaces ouverts, suggérant la présence de jardins avec des arbres et des arbustes ornementaux, bien qu'aucune documentation détaillée sur les espèces présentes ne soit disponible (El Salvador Turismo, s. f.).

---

<sup>5</sup> Capture d'écran réalisée par l'auteure (2025). Non accessible au public.

### 2.4.1. Faune urbaine

En ce qui concerne la faune urbaine, bien qu'il n'existe pas de recensements spécifiques dans le cimetière, des études menées dans des espaces verts similaires à San Salvador indiquent une adaptation notable de certaines espèces animales. Par exemple, à l'Université du Salvador, un environnement urbain vert, jusqu'à 100 espèces d'oiseaux ont été identifiées utilisant ces espaces pour se reposer, se nourrir ou nidifier, ce qui démontre leur importance en tant qu'habitat urbain (Redalyc, 2019)<sup>6</sup>.



Timmons, J. *Zenaida Aliblanca (Zenaida asiatica), adulto*. Macaulay Library. eBird.

<https://www.macaulaylibrary.org/asset/ML193750161>

---

<sup>6</sup> Redalyc. (2019). *Études sur la biodiversité urbaine dans les espaces verts de San Salvador*. Revista de Ciencias Ambientales.

#### 2.4.2. Végétation au cimetière « Los Ilustres »



La végétation du Cimetière des Illustres, bien qu'elle ne soit pas abondante, joue un rôle ornemental et paysager qui contribue à créer une ambiance de sérénité et de solennité. Dans cet espace patrimonial, on peut observer des plantes décoratives et des arbustes répartis le long des allées et des mausolées, qui aident à adoucir le contraste entre le marbre, les sculptures et l'architecture funéraire, générant un environnement plus harmonieux pour les visiteurs (MIPaisitoSV, 2018).

Cet élément naturel renforce également le caractère du cimetière en tant que galerie en plein air, où les éléments verts accompagnent les sculptures d'anges, de vierges et de figures allégoriques, encadrant les monuments funéraires et apportant une touche de vie à l'espace (MIPaisitoSV, 2018).

---

<sup>7</sup> Image adaptée de *Cementerio De Los Ilustres y su Valor Histórico*, par Alejandro Herrera, 2023, Guanacos



### 2.5.2. Faune

<sup>9</sup>En ce qui concerne la faune, l'emplacement de la demeure dans une zone à diversité écologique suggère la présence d'oiseaux locaux, de petits mammifères et d'insectes. Ces espaces verts urbains, bien que limités, peuvent servir de refuge pour la biodiversité locale et contribuer à l'équilibre écologique de l'environnement urbain (El Salvador Travel, 2019).



### 2.6. Identité culturelle et ressources touristiques immatérielles au Salvador

L'identité culturelle se comprend comme l'ensemble des principes, coutumes, traditions, symboles, emblèmes, convictions, manifestations artistiques et modes de vie qui façonnent et distinguent une communauté des autres. Ces éléments ne renforcent pas seulement le sentiment d'appartenance de ceux qui font partie de cette société, mais servent également de pont pour faire connaître au monde la richesse et la diversité d'un pays. Dans le domaine touristique, ces composantes culturelles se transforment en ressources précieuses, constituant des attraits uniques qui font la différence entre une destination et une autre, offrant authenticité et caractère distinctif à l'expérience du visiteur.

---

<sup>9</sup> Image extraite de Mora, J. M. (2020). *El tacuazín (Didelphis marsupialis) es uno de los mamíferos más comunes de la KBA Río Sapó-Perquín* [Photographie]. ResearchGate.

Dans le cas du Salvador, une nation riche en coutumes, célébrations religieuses, expressions artistiques, gastronomie traditionnelle et traditions populaires, les ressources touristiques immatérielles jouent un rôle fondamental dans le développement d'un tourisme durable, communautaire et culturel. Les festivités telles que les processions religieuses, les danses traditionnelles, les légendes et les mythes, ainsi que la richesse de l'art populaire et la diversité linguistique, deviennent des éléments attirant les touristes en quête d'expériences authentiques. De plus, ces ressources permettent aux communautés locales de participer activement à la gestion du tourisme, renforçant leur économie tout en préservant et transmettant leur patrimoine culturel aux nouvelles générations.

Ainsi, l'identité culturelle ne représente pas seulement une valeur symbolique et émotionnelle pour les Salvadoriens, mais se consolide également comme une ressource stratégique pour la promotion touristique du pays, contribuant à le positionner sur la scène internationale comme une destination ayant sa propre personnalité, capable d'offrir des expériences authentiques et mémorables.

### **2.6.1. Fêtes et célébrations**

Les célébrations au Salvador reflètent l'identité et l'unité des communautés. Parmi les festivités les plus remarquables figure la Semaine sainte, un événement profondément religieux dans lequel diverses communautés participent à travers des processions, des cérémonies religieuses et la création de tapis vibrants de sciure de bois dans les rues, connus sous le nom de « alfombras ». Dans des localités telles qu'Izalco, cette coutume fusionne des aspects indigènes et catholiques, attirant chaque année l'attention de milliers de touristes.



10

Un autre événement important est la **Fête des Lanternes** à Ahuachapán, célébrée chaque 7 septembre en l'honneur de la Vierge Enfant. Les rues s'illuminent de lanternes artisanales fabriquées en papier et avec des bougies, créant un spectacle visuel et émouvant. Cette célébration a été reconnue pour sa valeur culturelle et touristique (Mendoza, 2019).



11

---

<sup>10</sup> Facebook. (2023). Image publié par Prensa Digital El Salvador en Facebook, 2023.

<sup>11</sup> « Les Farolitos : 174 ans de tradition », *Diario La Huella*, consulté le 05 octobre 2025

### 2.6.2. Fêtes patronales

Les fêtes patronales, présentes dans presque toutes les municipalités, sont également essentielles. Elles combinent des actes religieux avec des activités populaires telles que des défilés, des jeux traditionnels et des foires gastronomiques, renforçant l'économie locale ainsi que le sentiment d'appartenance.

### 2.6.3. Synchrétisme religieux

<sup>12</sup>Le synchrétisme religieux au Salvador constitue une manifestation vivante de son histoire coloniale et du processus de métissage culturel qui a profondément marqué la société salvadorienne. Pendant la colonisation, les croyances et pratiques spirituelles



des peuples indigènes se sont fusionnées avec les rites et doctrines du catholicisme imposé par les colonisateurs, donnant naissance à des expressions religieuses hybrides qui perdurent encore aujourd'hui. Cette rencontre entre différentes visions du monde n'a pas entraîné la disparition totale des croyances originelles, mais a favorisé une réinterprétation des symboles, dans laquelle les éléments indigènes ont été camouflés et re-signifiés dans le cadre chrétien, assurant leur permanence à travers les siècles.

---

<sup>12</sup> «Sincretismo religioso», *Cantinho de Oxalá*, consulté le 26 septembre [https://cantinhodeoxala.com.br/sincretismo-religioso/#google\\_vignette](https://cantinhodeoxala.com.br/sincretismo-religioso/#google_vignette)



13

Un exemple clair de cette fusion est la célébration du **Jour de la Croix**, où une croix ou un arbre est décoré avec des fruits de saison, des fleurs et des papiers colorés. Bien que l'événement soit actuellement interprété dans un sens chrétien de gratitude et de bénédiction, la pratique conserve des racines profondes dans les rituels agricoles indigènes, où l'on remerciait la terre pour sa fertilité et l'abondance des récoltes (Rodríguez, 2020). Ainsi, la tradition maintient

---

<sup>13</sup> Aujourd'hui, c'est le Jour de la Croix : quelle est l'origine de cette tradition ?», *El Mundo* (elmundo.sv), consulté le 26 septembre.

vivante la relation ancestrale entre les communautés et la nature, tout en s'adaptant au symbolisme catholique.



Note: El Salvador. (2023). *Cultura: Panchimalco celebra Fiesta de Flores y Palmas*. <https://www.elsalvador.com/h-entretenimiento/h-cultura/cultura-panchimalco-celebra-fiesta-flores-y-palmas/1059424/2023/>

De même, des manifestations telles que les pèlerinages et rituels à Panchimalco lors de la fête des « Historiantes<sup>14 15</sup>», ou les cérémonies à Izalco liées aux croyances ancestrales, révèlent la profondeur spirituelle et le caractère métis de la religiosité salvadorienne. Ces expressions renforcent non seulement l'identité culturelle des communautés, mais représentent également un attrait touristique inestimable, permettant au visiteur d'observer la coexistence harmonieuse entre

---

<sup>14</sup> Sont une danse-drame traditionnelle où les participants mettent en scène des épisodes historiques ou religieux à travers des costumes colorés, des masques et des chorégraphies rituelles ; à Panchimalco, cette pratique fait partie des célébrations patronales et des activités culturelles de la municipalité.

<sup>15</sup> «Cultura: Panchimalco celebra Fiesta de Flores y Palmas», *El Salvador*, consulté le 26 septembre 2025, <https://www.elsalvador.com/h-entretenimiento/h-cultura/cultura-panchimalco-celebra-fiesta-flores-y-palmas/1059424/2023/>

l'indigène et le chrétien dans un même acte rituel. Dans ce sens, le syncrétisme religieux au Salvador préserve non seulement la mémoire historique et les traditions précolombiennes, mais enrichit également l'expérience culturelle de ceux qui viennent découvrir ces pratiques, leur montrant une spiritualité unique en Amérique centrale.

#### **2.6.4. Gastronomie traditionnelle**

La cuisine salvadorienne est un élément clé de son identité culturelle. Elle résulte d'une fusion d'ingrédients indigènes (tels que le maïs, les haricots, le piment) et de techniques européennes. Les **pupusas**, plat national, sont des tortillas épaisses farcies de fromage, de haricots, de chicharrón ou d'autres ingrédients, et représentent non seulement un symbole culinaire, mais aussi un espace de convivialité sociale.



##### **2.6.4.1. Autres plats traditionnels**

D'autres plats traditionnels tels que les **tamales**, le **manioc au chicharrón**, les **nuégados de manioc**, ainsi que des boissons comme l'**atol shuco**, le **chilate** ou le **fresco de ensalada**, font partie du patrimoine culinaire qui attire aussi bien les nationaux que les étrangers (González & Pérez, 2018). La gastronomie ne se limite pas à satisfaire le palais, elle permet également de

raconter des histoires sur l'origine des aliments, leur préparation et leur rôle dans les célébrations et la vie quotidienne.

### 2.6.5. Légendes, mythes et contes traditionnels



16

Les légendes constituent un pilier fondamental de la tradition orale au Salvador et font partie du patrimoine culturel immatériel transmis de génération en génération. Ces récits, chargés de symbolisme, ne cherchent pas seulement à divertir, mais remplissent également des fonctions éducatives, expliquant des phénomènes naturels, transmettant des valeurs morales et avertissant sur des comportements inappropriés dans la société. À travers les légendes, la vision du monde des ancêtres est préservée et les liens communautaires renforcés, car les raconter a été pendant des siècles une pratique courante lors de réunions familiales, communautaires ou festives.

---

<sup>16</sup> «Mitos y leyendas», *Somos El Salvador*, consulté le 26 septembre 2025



Parmi les histoires les plus représentatives figurent « **La Siguanaba** », figure féminine qui met en garde contre les dangers de l'infidélité et de la vie dissolue ; « **El Cipitío** », personnage espiègle reflétant l'innocence et la protection de l'enfance ; « **El Cadejo** », créature mythique en forme de chien symbolisant la dualité entre le bien et le mal ; et « **Le Père sans tête** », esprit errant incarnant les fautes du passé colonial. Chacune de ces légendes recèle des significations profondes, combinant éléments préhispaniques et influences coloniales, illustrant une fois de plus le processus de syncrétisme culturel du pays.

---

<sup>17</sup> «El Cadejo: perro guardián de los borrachos en Ciudad de Guatemala», *Celdas Literarias*, consulté le 20 aout 2025

Au-delà de leur fonction morale et éducative, les légendes salvadoriennes possèdent une immense valeur dans le domaine touristique et culturel. Aujourd’hui, elles inspirent festivals, représentations théâtrales, visites nocturnes et itinéraires de « **tourisme des légendes** », où les visiteurs nationaux et étrangers peuvent expérimenter la richesse de la narration orale et se rapprocher de l’identité populaire du peuple salvadorien. Dans ce sens, les légendes ne préservent pas seulement la mémoire collective, elles deviennent également une ressource stratégique pour promouvoir le tourisme culturel et renforcer l’identité nationale.

Ces personnages mythiques ont été valorisés dans des initiatives de tourisme culturel comme les « **tours de légendes** » dans des villes telles que San Salvador et Suchitoto, où des acteurs racontent les histoires dans les rues anciennes, créant des expériences immersives et éducatives pour les visiteurs (Vásquez, 2021).



## **Préserver et promouvoir ces histoires**

Préserver et promouvoir ces histoires ne favorise pas seulement le tourisme, mais revitalise également l'identité nationale, en particulier chez les nouvelles générations.

## **Importance des ressources immatérielles pour le tourisme**

Le tourisme fondé sur l'identité culturelle s'est consolidé comme une alternative stratégique dans le secteur touristique, car il permet de développer une offre différenciée, moins dépendante de la saisonnalité propre au tourisme de soleil et de plage, avec une forte participation des communautés locales dans la gestion et la promotion de leurs propres ressources. Ce type de tourisme répond aux nouvelles attentes du visiteur contemporain, qui ne recherche plus uniquement un loisir passif, mais des expériences authentiques permettant un contact direct avec les racines, les savoirs ancestraux, les traditions vivantes et les expressions culturelles des peuples visités. Dans ce sens, les ressources immatérielles, telles que la musique, la gastronomie, l'artisanat, les rituels religieux et les légendes, constituent la matière première qui confère authenticité et singularité à l'expérience touristique.

De plus, le tourisme culturel contribue de manière significative à la conservation du patrimoine, en favorisant la fierté et le sentiment d'appartenance des communautés envers leur héritage matériel et immatériel. Il encourage également le respect de la diversité culturelle en valorisant la richesse de chaque peuple, favorisant un échange respectueux entre visiteurs et communautés locales. Il stimule aussi le développement économique local, puisque les activités touristiques génèrent de l'emploi, renforcent l'entrepreneuriat communautaire et dynamisent des secteurs liés comme la gastronomie, l'artisanat et la production agricole.

Cependant, pour que ce modèle touristique soit durable, une gestion responsable est indispensable afin de garantir la protection et la transmission du patrimoine culturel, sans tomber dans une commercialisation excessive ni dans la perte du sens original des traditions. Une mauvaise administration peut vider de leur signification les pratiques culturelles, les réduisant à de simples spectacles pour le consommateur externe. Il est donc fondamental que les communautés participent activement à la prise de décisions, ainsi que l'élaboration de politiques publiques priorisant la conservation, l'éducation et la sensibilisation tant des locaux que des visiteurs. De cette manière, le tourisme fondé sur l'identité culturelle devient non seulement une source de revenus, mais aussi un outil pour renforcer la cohésion sociale, la mémoire historique et la valorisation de la diversité culturelle.

En conclusion, les ressources touristiques immatérielles du Salvador représentent un **trésor vivant** qui enrichit non seulement l'identité culturelle du pays, mais constitue également une base fondamentale pour le développement d'un tourisme durable et différencié. Bien qu'elles ne puissent pas être touchées physiquement, ces ressources possèdent une valeur inestimable car elles transmettent histoire, symbolisme et émotions, établissant une connexion profonde avec ceux qui les expérimentent. Parmi elles figurent la gastronomie traditionnelle, les fêtes religieuses et populaires, les légendes et récits oraux, les rituels communautaires, les savoirs ancestraux et l'art populaire, tous éléments formant la mémoire collective du peuple salvadorien et conférant authenticité face à d'autres destinations (UNESCO, 2003).

Lorsqu'elles sont promues et gérées de manière stratégique, les ressources immatérielles permettent d'offrir au visiteur des expériences uniques et authentiques, dépassant le simple tourisme de consommation, favorisant un contact direct avec les racines culturelles et renforçant le sentiment d'appartenance des communautés locales. Leur préservation assure donc non

seulement la continuité des pratiques et traditions faisant partie de l'héritage historique du pays, mais stimule aussi le développement économique communautaire, encourage le respect de la diversité culturelle et projette le Salvador comme une destination ayant une identité propre sur la scène internationale.

Par conséquent, la gestion responsable et durable des ressources touristiques immatérielles doit être considérée comme une priorité dans les politiques touristiques du pays. Leur protection et diffusion équilibrée éviteront le risque de sur-commercialisation et garantiront qu'elles continuent d'être une source de fierté, de cohésion sociale et de création d'opportunités pour les générations présentes et futures. Ainsi, le Salvador préservera non seulement sa richesse culturelle, mais consolidera également une offre touristique authentique et compétitive à l'échelle mondiale.

## **2.7. Types de sols au Salvador**

Le Salvador, en raison de sa situation géographique, de son climat tropical et de son origine volcanique, présente une remarquable diversité de types de sols, qui varient en fertilité, en texture, en profondeur et en capacité de rétention d'eau. Ils constituent l'une des ressources naturelles les plus importantes pour le développement de tout pays, puisqu'ils soutiennent l'agriculture, la biodiversité, les infrastructures et de nombreuses autres activités humaines. (FAO, 2015; Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales [MARN], 2018)

Malgré sa petite superficie, le pays dispose d'une large gamme de sols, parmi lesquels se distinguent les sols volcaniques, alluviaux, de montagne et argileux. Les sols volcaniques, par exemple, sont particulièrement fertiles et adaptés à la culture du café, des légumes et d'autres produits agricoles de grande valeur. Quant aux sols alluviaux, formés par des sédiments fluviaux,

ils se trouvent dans les vallées et sont idéaux pour des cultures comme le riz, la canne à sucre et le maïs.

La gestion adéquate des différents types de sols est fondamentale pour assurer une utilisation durable du territoire, éviter la dégradation environnementale et faire face à des défis tels que l'érosion, la déforestation et le changement climatique. C'est pourquoi l'étude des sols salvadoriens revêt non seulement une importance scientifique et écologique, mais aussi sociale et économique, car elle est directement liée à la sécurité alimentaire et au bien-être de la population.

### 2.7.1. Sols alluviaux



18

Les sols alluviaux au Salvador se trouvent principalement dans les zones de vallées et de plaines associées aux rivières et aux ravins. Ces sols se forment à partir de sédiments déposés par l'action fluviale, ce qui leur confère une grande fertilité et une texture variable allant du franc à l'argileux (FAO, 2015).

---

<sup>18</sup> Circuito Gastronómico. (2018, 9 agosto). *Viticultura: ¿Qué son los suelos “aluviales” y cómo influyen en el vino?*

Dans le pays, les sols alluviaux se situent surtout dans les bassins inférieurs des principales rivières, comme le Lempa et le Grande de San Miguel, où ils sont utilisés pour l'agriculture intensive. Leur productivité les rend adaptés aux cultures telles que le riz, la canne à sucre, les légumes et le maïs, qui constituent une part fondamentale de la sécurité alimentaire et de l'économie agricole salvadorienne (MARN, 2018 ; PNUD, 2019)

### 2.7.2. Andisols (sols volcaniques)



Les Andisols, ou sols volcaniques, se forment à partir de cendres et de matériaux pyroclastiques récents, ce qui leur confère une grande fertilité et une capacité élevée de rétention d'eau. Au Salvador, en raison de son origine volcanique, ces sols sont largement distribués dans la cordillère volcanique et dans les zones d'altitude, et ils constituent une base essentielle pour la production agricole du pays (FAO, 2015).

Les andisols sont principalement utilisés pour la culture du **café, des légumes, des fruits et des fleurs**, produits de grande importance économique et culturelle. Grâce à leur structure

---

<sup>19</sup> GeoEnergía, *IIGE investiga sobre el suelo andisol en Santo Domingo de los Tsáchilas.*

poreuse et riche en nutriments, ils ont permis au café salvadorien d'acquérir une reconnaissance internationale comme l'un des plus appréciés pour sa qualité (MARN, 2018).

Cependant, ces sols présentent une vulnérabilité face à **l'érosion et à la dégradation**, en particulier sur les pentes exploitées de manière intensive. Une gestion durable est donc essentielle pour préserver leur fertilité et garantir leur contribution à la sécurité alimentaire et à l'économie du pays (PNUD, 2019)

### 2.7.3. Grumosols au Salvador



20

Les **Grumosols** sont des sols à texture argileuse lourde, avec une forte teneur en minéraux expansifs tels que les smectites, ce qui leur confère une grande plasticité et une tendance marquée à se fissurer pendant la saison sèche. Ces sols, également connus sous le nom de **Vertisols**, se caractérisent par leur **faible perméabilité** et par des problèmes de drainage, ce qui limite certains types de cultures (FAO, 2015).

---

<sup>20</sup> The Nature Conservancy, *¿Realmente somos lo que comemos?*

Au Salvador, les grumosols se trouvent principalement dans les **zones basses et planes**, comme certaines vallées intérieures et des zones proches des rivières, où les conditions topographiques et climatiques favorisent leur formation (MARN, 2018). Malgré leurs limites, ils sont utilisés pour la culture du **riz, du sorgho, des pâturages et de la canne à sucre**, car ils retiennent l'humidité et peuvent soutenir l'agriculture sous une gestion appropriée (PNUD, 2019).

#### 2.7.4. Latosols (Oxisols)



21

Les **Latosols**, également appelés **Oxisols**, sont des sols fortement altérés, de couleur rouge ou jaune, avec une **faible fertilité naturelle** en raison d'une lixiviation intense des nutriments. Ils se caractérisent par une **texture fine et une structure stable**, une bonne perméabilité et une résistance à l'érosion (FAO, 2015).

Au Salvador, les latosols se trouvent principalement dans les **zones montagneuses et sur les pentes escarpées**, où le climat tropical humide et les précipitations abondantes favorisent leur

---

<sup>21</sup> **Sol sec avec texture fissurée**  
Source : *iStockphoto*

formation (MARN, 2018). Bien qu'ils ne soient pas naturellement très fertiles, ils peuvent être utilisés pour la culture du **café, des légumes et des fruits**, à condition d'appliquer des pratiques de gestion appropriées, telles que la fertilisation et la conservation des sols (PNUD, 2019).

### 2.7.5. Sols calcaires au Salvador



22

Les sols calcaires sont ceux qui présentent une forte teneur en **carbonate de calcium** ( $\text{CaCO}_3$ ), généralement dérivés de roches sédimentaires comme le calcaire. Ils se caractérisent par un **pH alcalin**, une bonne capacité de drainage et une tendance à présenter une faible disponibilité de certains nutriments tels que le phosphore et le fer (FAO, 2015).

---

<sup>22</sup> Depositphotos, <https://depositphotos.com/es/photos/ground-perspective.html> consulté le 07 juillet 2025

Au Salvador, les sols calcaires se trouvent principalement dans les **zones côtières et les régions de roches sédimentaires**, ainsi que sur certaines pentes intérieures du pays, où les conditions géologiques favorisent leur formation (MARN, 2018). Ils sont adaptés à la culture des **céréales, des pâturages et des fruits**, bien qu'ils nécessitent des amendements et une gestion appropriée pour maintenir la fertilité et corriger d'éventuelles carences en nutriments (PNUD, 2019)

## **2.8. Principes pour un tourisme durable**

Les principes du développement durable constituent un plan comprenant 17 objectifs mondiaux qui visent à relever les défis auxquels le monde est confronté et que l'on souhaite éradiquer.

17 objectifs de développement durable :

### **1. Éliminer la pauvreté :**

Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes partout dans le monde.

### **2. Faim « zéro » :**

Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire et améliorer la nutrition, ainsi que promouvoir l'agriculture durable.

### **3. Bonne santé et bien-être :**

Garantir une vie saine et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.

### **4. Éducation de qualité :**

Garantir une éducation inclusive, équitable et de qualité et promouvoir des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous.

## **5. Égalité entre les sexes :**

Parvenir à l'égalité entre les sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.

## **6. Eau propre et assainissement :**

Garantir l'accès à l'eau et à l'assainissement pour tous et assurer une gestion durable des ressources en eau.

## **7. Énergie propre et abordable :**

Garantir l'accès à une énergie abordable, sûre, durable et moderne pour tous.

## **8. Travail décent et croissance économique :**

Promouvoir une croissance économique inclusive et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.

## **9. Industrie, innovation et infrastructure :**

Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation inclusive et durable et encourager l'innovation.

## **10. Réduction des inégalités :**

Réduire les inégalités dans les pays et entre eux.

## **11. Villes et communautés durables :**

Rendre les villes et les établissements humains inclusifs, sûrs, résilients et durables.

## **12. Production et consommation responsables :**

Garantir des modes de consommation et de production durables.

### **13. Action pour le climat :**

Prendre des mesures urgentes pour lutter contre le changement climatique et ses effets.

### **14. Vie aquatique :**

Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.

### **15. Vie terrestre :**

Gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser la dégradation des terres, enrayer la perte de biodiversité.

### **16. Paix, justice et institutions efficaces :**

Promouvoir des sociétés pacifiques et inclusives pour le développement durable, faciliter l'accès à la justice pour tous et créer des institutions efficaces, responsables et inclusives à tous les niveaux.

### **17. Partenariats pour la réalisation des objectifs :**

Renforcer l'engagement et la coopération des partenariats mondiaux, promouvoir le commerce international et aider les pays en développement, parvenir à un commerce mondial équitable qui profite à tous.

Ces solutions contribueront à améliorer l'avenir du monde et, par conséquent, à améliorer le tourisme à l'échelle mondiale, car elles visent à équilibrer le développement touristique avec le respect des ressources naturelles et de leur biodiversité. Elles visent également à créer des avantages pour la culture locale et le bien-être social, ainsi qu'à réduire les impacts négatifs du tourisme. En tant que groupe, nous avons réparti ces solutions en 5 points :



23

### ***1. Préserver et améliorer la conservation.***

Les traditions et les coutumes des communautés enrichissent l'expérience touristique. Par conséquent, des pratiques durables doivent être adoptées tant pour les touristes que pour la localité visitée et les entreprises touristiques. Il convient donc de créer des stratégies et d'adopter des pratiques durables qui favorisent un tourisme durable en harmonie avec l'environnement naturel. (Pico-Caicedo & Espinoza, 2023, p. 392)

---

<sup>23</sup> «Curso detalles», *ALIDE Virtual*

## **2. *Respect socioculturel.***

Cela implique de valoriser et de protéger la culture, de s'adapter aux traditions et aux coutumes, de connaître leurs règles avant et pendant la visite et d'éviter tout comportement irrespectueux pendant le séjour. De même, le patrimoine doit être préservé, en respectant les sites historiques, culturels et naturels, et en évitant de nuire à l'environnement. De cette manière, l'identité culturelle du lieu sera préservée.

## **3. *Avantages pour la communauté locale.***

Les bénéfices générés par le tourisme sont répartis équitablement entre les membres de la communauté locale, ce qui évite la concentration des richesses entre quelques mains et favorise le développement durable de la région. Cet objectif est atteint grâce à diverses stratégies:

- Création d'emplois locaux.
- Soutien aux entreprises et aux entrepreneurs locaux.
- Promotion de pratiques favorisant un tourisme durable.

De cette manière, le tourisme devient une force positive qui contribue au bien-être de tous.

## **4. *Planification à long terme et participation***

Mettre en place des stratégies qui garantissent le développement touristique à l'avenir et génèrent une amélioration économique, sociale et environnementale du tourisme, en minimisant les impacts négatifs et en maximisant les avantages pour les communautés locales et l'environnement. Cela nécessite une approche globale qui tienne compte des aspects économiques, sociaux et environnementaux du tourisme, ainsi que la participation active de tous les acteurs concernés.

Il est nécessaire d'avoir une vision à long terme, avec des objectifs clairs et précis, incluant les parties prenantes telles que les gouvernements, les entreprises, les communautés locales et les touristes. De même, les impacts du tourisme doivent être évalués en permanence afin de l'ajuster si nécessaire et, surtout, de promouvoir le développement d'un tourisme responsable.

Ainsi, le tourisme durable cherche à exploiter le potentiel touristique des lieux, en promouvant un tourisme responsable et respectueux de l'environnement naturel et culturel, notamment par le développement d'infrastructures touristiques adaptées, la promotion d'activités touristiques respectueuses de l'environnement et la conservation des ressources naturelles et culturelles de la région. (Pico-Caicedo & Espinoza, 2023, p. 385).

### ***5. Éducation et sensibilisation***

L'éducation et la sensibilisation, dans le cadre du tourisme, encouragent le respect de l'environnement et des cultures locales, en promouvant des pratiques responsables parmi les touristes et les communautés. C'est pourquoi il faut créer des voyages qui réduisent l'impact environnemental, en équipant les touristes de matériel réutilisable, par exemple en leur fournissant des sacs en tissu, afin qu'ils ne laissent pas de déchets dans les lieux qu'ils visitent. De même, il faut encourager le respect de la nature et de la communauté locale, en incitant les gens à être responsables vis-à-vis de l'environnement afin qu'ils puissent profiter et pratiquer un tourisme durable et que les générations futures puissent également profiter d'un environnement préservé.

Enfin, il faut sensibiliser les habitants à l'importance du tourisme durable et à son impact positif sur la qualité de vie.



## 2.9. Plan stratégique : Action

**Tableau 1** : décrit les actions, les rôles et les améliorations qui seront mis en œuvre dans notre service afin d'en faire un tour-opérateur unique.

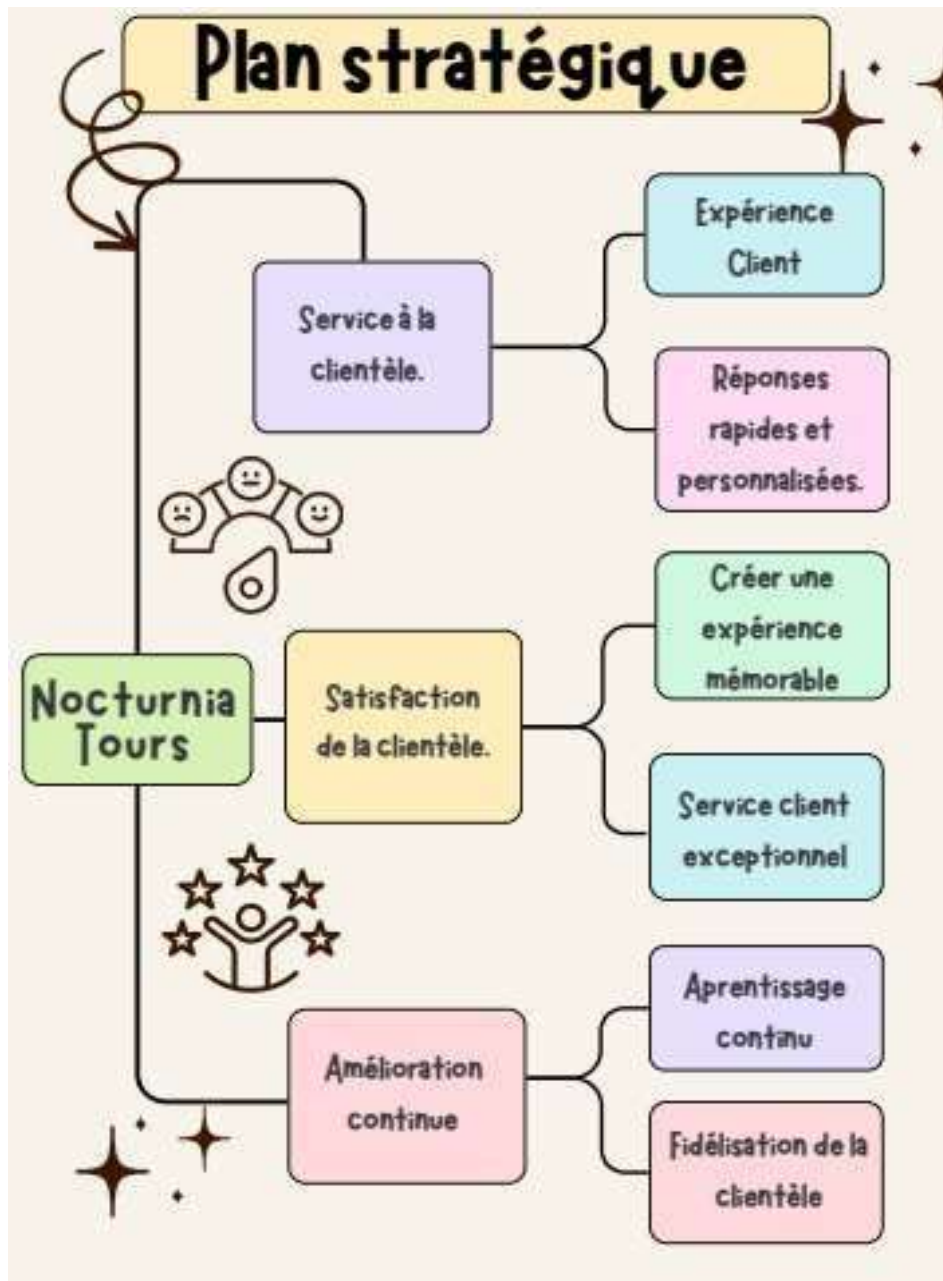
<b>Action</b>	<b>Rôle</b>	<b>Amélioration</b>
Utiliser des outils de réponse systématique et rapide pour fournir des informations générales sur nos services. Pour cela, nous utiliserons des services tels que	<p><b><i>Responsable des réservations et du service clientèle : Fatima Menjivar.</i></b></p> <p>Le responsable de la communication doit répondre rapidement et clairement aux questions des clients. Il doit également tenir compte des places disponibles pour chaque voyage.</p>	<p><b>« Forfait amis »</b></p> <p>15 % de réduction pour les personnes qui suivent nos réseaux sociaux et souscrivent à notre programme premium pour les groupes de 4 personnes</p>

<p>META, en particulier sur Messenger et WhatsApp.</p> <p>Publier du contenu sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok) qui met en valeur l'histoire et la beauté des lieux visités.</p> <p>Utiliser la publicité en ligne (Google Ads, Facebook Ads) pour atteindre un public plus large.</p>	<p><b>Responsable du marketing numérique :</b></p> <p><b>Merari Guzmán.</b></p> <p>Chargé de maintenir le site web et les pages des réseaux sociaux actifs, en publiant des informations sur les circuits, des publications sur les destinations touristiques et les offres, ainsi que des vidéos sur l'incroyable expérience de voyager avec Nocturnia Tours.</p> <p><b>Guide touristique et coordinateur d'expériences culturelles : Zaira Mejía.</b></p> <p>Responsable de mener les visites, de raconter les histoires historiques et culturelles. Elle coordonnera également les éléments interactifs de la visite et créera un environnement sûr pour les visiteurs.</p>	<p>ou plus, en obtenant : des cadeaux symboliques (bougies, livre de légendes et/ou t-shirts avec le logo de Nocturnia Tours).</p> <p><b>« Des bonbons ou un sort ! »</b></p> <p>20 % de réduction sur toutes les visites pendant Halloween et le Jour des morts (31 octobre, 1er et 2 novembre)</p> <p><b>« Étudiant universitaire »</b></p> <p>10 % de réduction sur toutes les visites pour les étudiants universitaires avec une pièce d'identité valide.</p>
---	--	---

	<p><b><i>Administrateur financier : Kevin Ramírez.</i></b></p> <p>Chargé de collecter l'argent avant et pendant le voyage, car 50 % du montant sera facturé pour réserver la place et les 50 % restants seront facturés au moment de prendre le transport.</p>	
--	--	--

## 2.10. Plan stratégique : Contrôle qualité et satisfaction client.

*Carte 1.* Elle montre l'objectif du tour-opérateur visant à générer un meilleur impact dans le secteur du tourisme.



### ***1. Service à la clientèle.***

Nous adaptons nos visites aux besoins de chaque profil, en offrant un service de qualité, efficace et personnalisé, en répondant rapidement et clairement à toutes les questions, de la première consultation au service après-vente.

### ***2. Expérience client.***

Créer une expérience alternative et inoubliable, dans laquelle les touristes peuvent interagir avec la nature tout en découvrant l'histoire et la culture.

### ***3. Réponse rapide et personnalisée.***

Dès que les personnes souhaitent contacter nos services, elles recevront instantanément une réponse automatique répondant à leurs questions générales. Lorsque notre représentant en communication contactera nos clients, chaque intervention sera personnalisée, apportant des réponses claires et concises.

### ***4.Satisfaction de la clientèle.***

Créer des expériences positives qui génèrent de bons souvenirs et encouragent les recommandations de notre service touristique. Non seulement en répondant aux attentes de nos clients, mais en les dépassant.

### ***5. Créer une expérience mémorable.***

Grâce à l'attention qui sera accordée au touriste, il pourra vivre non seulement une expérience mémorable, mais aussi la satisfaction d'avoir participé et pratiqué le tourisme nécrologique, car nous pourrions partager un moment avec les touristes avant de faire le circuit au

cours duquel ils partageront également leurs histoires, ce qui rendra ce moment beaucoup plus agréable.

#### **6. *Service client exceptionnel.***

Pour notre tour opérateur, nos clients ne sont jamais considérés comme des numéros, chacun d'entre eux a un nom et une passion. C'est la raison pour laquelle l'attention qui leur est portée est personnalisée et chaleureuse dès le premier contact et tout au long du voyage, jusqu'à la fin du circuit.

#### **7. *Amélioration continue.***

Grâce aux suggestions et commentaires des touristes qui utilisent notre service, nous pouvons améliorer les aspects qui le nécessitent afin d'offrir un service de haute qualité. De cette manière, les clients se sentent non seulement écoutés, mais ils remarquent également que nous les prenons en compte pour nous améliorer.

#### **8. *Apprentissage continu***

Les employés seront toujours formés sur la base des commentaires reçus, afin de créer une culture d'amélioration continue qui, à long terme, nous permettra d'améliorer l'expérience client à chaque trajet et contribuera à améliorer la productivité de notre service.

#### **9. *Fidélité des clients***

Créer des liens durables qui encouragent les visiteurs à revenir et à recommander le service, en offrant des expériences de qualité. De plus, nous récompenserons nos clients fidèles par des remises, des promotions et, surtout, en les remerciant de leur préférence. De cette

manière, le client et le tour-opérateur en bénéficieront tous deux, car ils recevront des avantages, tandis que nous gagnerons plus de clients et plus de crédibilité.

**CHAPITRE III**  
**DÉVELOPPEMENT LOCAL À**  
**TRAVERS UN PRODUIT TOURISTIQUE**

### 3.1. Définition d'entrepreneur



24

Un entrepreneur est une personne qui prend l'initiative de créer, développer et gérer une entreprise. Il est responsable de la conception de l'idée, du développement du projet et de la gestion quotidienne de l'entreprise, tout en assumant les risques financiers dans l'espoir de générer des profits.

L'entrepreneur utilise souvent ses propres ressources (temps, argent, compétences) pour réaliser son projet, tout en devant faire face à de nombreuses incertitudes, notamment celles liées à la rentabilité et à la viabilité de l'entreprise.

Contrairement à un salarié, un entrepreneur n'est pas lié par un contrat de travail. Il agit en toute indépendance, assumant seul la responsabilité de ses actes.

---

<sup>24</sup> Empre somos, <https://empresomos.org/es/ecosistema-emprendedor-componentes/>

## 3.2. Caractéristiques et compétences

### 3.2.1. Caractéristiques

**La passion :** L'entrepreneur est animé par une passion pour son domaine, qu'il s'agisse de technologie, d'agronomie, ou même d'argent.

**La confiance en soi et la prise de risque :** L'entrepreneur est prêt à prendre des risques financiers et à affronter l'échec, car il croit en son projet.

**L'ambition :** Voir grand et loin, en développant constamment son projet malgré les difficultés initiales.

**La détermination et la persévérance :** Se relever après un échec et continuer objectifs définis, en inspirant et en fédérant les autres autour de sa vision.

### 3.2.3. Compétences

Être entrepreneur implique de posséder certaines compétences techniques, relationnelles et stratégiques.

**Gestion opérationnelle :** maîtrise de la gestion financière et comptable de l'entreprise, planification des tâches, gestion des ressources humaines ;

**Capacité d'adaptation :** aptitude à surmonter les obstacles, à s'adapter aux imprévus et à trouver des solutions efficaces.

**Compétences en vente :** prospection, négociation, ventes et fidélisation de la relation client.

**Sens du leadership et gestion d'équipe :** capacité à motiver les équipes, à déléguer, à gérer les conflits et à impulser une dynamique collective.

**Vision stratégique :** capacité à prendre des décisions éclairées, à évaluer les risques et à anticiper les évolutions du marché.

Maîtrise des outils informatiques : outils de marketing digital, outils CRM, plateformes d'emailing.

### **3.3. Types d'entrepreneurs**

L'entrepreneur expert, qui crée son entreprise sur une expertise qu'il possède.

L'entrepreneur militant, qui cherche à diffuser sa vision du monde au plus grand nombre.

L'entrepreneur opportuniste, qui se détache du projet et mise sur l'exécution.

L'entrepreneur créatif, qui est principalement attiré par l'aspect créatif de la création d'entreprise.

L'artisan passionné : l'amoureux du métier.

### **3.4. Responsabilité de l'entrepreneur**

Pour être un entrepreneur prospère, il faut remplir certaines responsabilités.

**Clients :** Avec les clients leur offrir la meilleure qualité de produits et services, fournir la meilleure attention et ne jamais mentir pour obtenir une vente.

**Employés :** Au moment d'embaucher notre premier employé, nous acceptons une énorme responsabilité : le développement professionnel et la satisfaction au travail d'une personne dépendent en grande partie de nous et de l'entreprise.

**Société :** Les entrepreneurs sont ceux qui construisent la richesse d'un pays ; ce sont eux qui génèrent des emplois et des revenus. C'est pourquoi, dès le moment où nous lançons une entreprise, nous devons créer un bien pour la société, que ce soit en fournissant des services ou des produits qui satisfont des besoins ou en développant des solutions pour des problèmes comme la pollution, la pauvreté ou le faible niveau éducatif.

**Environnement :** En tant qu'entrepreneur, en plus de lancer une entreprise qui aide à réduire la pollution ou favorise le recyclage, nous avons également l'opportunité d'adopter une mentalité « verte » dans l'entreprise et de la transmettre à tous les collaborateurs.

**Avec soi-même :** Il est important qu'en entreprenant nous soyons conscients des risques et des sacrifices, mais aussi que notre santé et notre bonheur passent en premier. Éviter de nous épuiser excessivement et que le stress affecte toute notre vie et notre entreprise

## 3.5. Challenges et avantages

### 3.5.1. Inconvénients

**Horaires irréguliers :** les chefs d'entreprise ont rarement des horaires réguliers et sont amenés à travailler plus de 35 heures par semaine.

**Investissement considérable :** la création d'une entreprise nécessite d'y consacrer beaucoup plus de temps, surtout au démarrage de son activité, ce qui peut rendre difficile la conciliation avec une vie personnelle équilibrée.

**Responsabilité plus importante :** contrairement au salarié, l'entrepreneur n'a plus de comptes à rendre à ses supérieurs mais en contrepartie, il a une responsabilité plus étendue qu'un salarié - il pourra être sanctionné civilement et pénalement en cas d'erreur ou de faute de gestion.

**Risques financiers :** l'entrepreneur prend des risques en abandonnant le côté sécurisant d'un poste en CDI - le salaire ne tombe plus automatiquement à chaque fin de mois et l'entreprise doit générer du bénéfice pour qu'il puisse se rémunérer.

**Gestion administrative chronophage :** l'entrepreneur doit également gérer toute la partie administrative de l'entreprise - règlement des fournisseurs, suivi des factures, gestion des relations avec les partenaires de l'entreprise, comptabilité, etc. - ce qui peut être chronophage sur le long terme.

### 3.5.2. Avantages

**Gérer son propre emploi du temps :** l'entrepreneur est libre de fixer ses propres horaires de travail, son lieu de travail, ses temps de pauses.

**Gagner de l'argent :** il peut générer des revenus plus élevés que dans le cadre d'un emploi salarié.

**Relever des défis :** l'entrepreneuriat permet de relever de nouveaux défis, de faire face à des situations imprévues et de trouver des solutions innovantes.

**Réaliser sa passion :** l'entrepreneuriat peut être l'opportunité de réaliser un projet personnel et de transformer une passion en source de revenus.

**Développer son réseau professionnel :** les entrepreneurs élargissent leur réseau professionnel en participant à des événements, comme des salons professionnels, des déjeuners avec d'autres entrepreneurs.

**Créer une entreprise en accord avec ses convictions personnelles :** les entrepreneurs choisissent souvent un projet qui leur tient à cœur, aligné avec leurs valeurs et leurs convictions personnelles.

## 5.6. Les niches de marché : Définition

Une niche de marché est une partie très spécifique d'un groupe de consommateurs. Elle est composée d'un nombre réduit de personnes ou d'entreprises qui partagent des caractéristiques et des besoins similaires. Ces niches représentent une grande opportunité commerciale, car elles possèdent des qualités très définies.

Une niche de marché constitue une occasion de se démarquer en offrant des solutions précises.

Choisir une bonne niche permet de réduire la concurrence et de fidéliser plus facilement la clientèle.

### **Exemples de niches réussies :**

Véganes sportifs

Mode durable grande taille

Jouets pour enfants autistes

Voyages pour femmes seules

Services financiers pour travailleurs indépendants

Analyser ses propres intérêts et détecter les besoins peu satisfaits est essentiel pour définir sa propre niche de marché.

## **7.5. Importance de se concentrer sur les niches**

Il est important d'adopter une stratégie de niche de marché, car elle se concentre sur la diffusion de messages marketing à un groupe restreint de consommateurs ayant des besoins similaires. Ces niches répondent à une demande du marché peu ou pas satisfaite.

De plus, cette approche est cruciale pour la rentabilité et le succès à long terme, puisqu'elle permet de se différencier de la concurrence, de réduire les coûts de marketing, d'augmenter la fidélité des clients et d'optimiser les ressources en dirigeant les produits et services vers des groupes spécifiques aux besoins clairement définis.

« Les entreprises qui choisissent une niche bien définie et la desservent efficacement peuvent atteindre des avantages concurrentiels durables face aux concurrents généralistes » (Dalgic & Leeuw, 1994, p. 43).

## 5.8. Types de niches de marché et leurs définitions

- **Groupe selon l'âge :** Selon OpenAI (2025), les groupes selon l'âge sont des segments de marché définis par la tranche d'âge des consommateurs, tels que les enfants, les adolescents, les jeunes adultes ou les seniors.

Chaque groupe présente des besoins, des intérêts et des comportements d'achat distincts.

- **Groupes avec des conditions particulières :** Les groupes avec des conditions particulières visent les personnes ayant des besoins spécifiques — physiques, mentaux ou alimentaires — nécessitant des produits ou services adaptés (OpenAI, 2025).

- **Groupe selon le genre :** les groupes selon le genre se concentrent sur les besoins particuliers des hommes, des femmes ou des personnes non binaires, en offrant des produits, services ou expériences adaptés à leurs préférences et identités.

- **Groupe selon la profession :** Les groupes selon la profession regroupent des consommateurs exerçant le même métier ou travaillant dans un même secteur, tandis que les groupes selon l'idéologie et les valeurs se basent sur des principes ou modes de vie partagés, comme l'écologie ou le véganisme (OpenAI, 2025).

- **Groupe selon l'idéologie et les valeurs :** Cette niche se base sur les croyances, les principes ou les modes de vie partagés par un groupe, comme les consommateurs écologiques, les véganes ou les partisans du commerce équitable.

## 5.9. Avantages du marketing de niche

Les consommateurs appartenant à une niche ont une probabilité d'achat plus élevée et sont prêts à payer le prix nécessaire pour satisfaire leurs besoins. Ils comprennent la difficulté de répondre à leurs attentes et apprécient de trouver une marque ou une entreprise capable de les aider.

Le nombre d'entreprises capables de répondre à un marché de niche n'est pas élevé, ce qui réduit considérablement le niveau de concurrence. Dans certains cas, une seule entreprise peut desservir ce segment sans aucun concurrent direct.

Les clients des niches de marché sont souvent attirés par des produits exclusifs ou à prix premium, en raison de la faible demande. Ils s'engagent généralement envers la marque qui leur fournit exactement ce qu'ils recherchent.

Bien qu'un marché de niche soit constitué d'un nombre restreint de consommateurs, celui-ci peut être suffisant pour assurer la rentabilité de l'entreprise.

Les produits offerts présentent des caractéristiques très spécifiques. Les problèmes ou besoins des clients étant similaires, il est possible de leur apporter une solution commune et adaptée.

### Éléments clés pour choisir une niche de marché

- **Réfléchis à un problème que tu peux résoudre :** Identifie un besoin ou une difficulté que ton produit ou service pourrait solutionner de manière efficace et unique.
- **Recherche ton idée de produit sur Google Trends :** Analyse les tendances du marché pour évaluer la popularité et le potentiel de croissance de ton idée.

- **Pense aux clients que tu pourrais avoir :** Définis clairement ton public cible, ses caractéristiques, ses préférences et ses comportements d'achat.
- **Ne cesse jamais de remettre ton produit ou service en question :** Évalue constamment sa pertinence, sa qualité et son adaptation aux besoins changeants du marché.
- **Spécialise-toi dans le domaine ou le besoin que tu vas aborder :** Deviens un expert dans ton créneau pour offrir des solutions précises, fiables et différenciées.

### 5.11. Logo



### 5.12. Slogan

“Tourisme avec âme et mystère, où l’histoire ne meurt jamais”

### **5.13. Mission**

Chez *Nocturna Tours*, nous nous consacrons à offrir des expériences touristiques nocturnes qui promeuvent le micro-tourisme responsable, en mettant en valeur la richesse culturelle, historique et naturelle de notre environnement.

Notre engagement est de proposer des parcours innovants, accessibles et sécurisés, créant de la valeur tant pour nos visiteurs que pour les communautés locales, et contribuant ainsi au développement durable du secteur touristique.

#### **5.14. Vision**

Être l'entreprise leader dans les expériences de micro-tourisme nocturne à l'échelle régionale, reconnue pour l'excellence de son service, son innovation constante et son impact positif sur la conservation culturelle et environnementale, tout en nous consolidant comme un moteur de développement économique et social dans les communautés où nous opérons.

## 5.15. Valeurs

- **Authenticité** : Offrir des expériences authentiques qui reflètent l'essence culturelle et naturelle de chaque destination.
- **Durabilité** : Mettre en œuvre des pratiques responsables favorisant la préservation de l'environnement et de l'identité locale.
- **Sécurité** : Prioriser l'intégrité et le bien-être de nos clients dans chaque expérience.
- **Accessibilité** : Concevoir des services inclusifs et adaptés aux différents besoins des visiteurs. ● **Innovation** : Développer des propositions créatives et différenciées générant une valeur ajoutée.
- **Fierté locale** : Promouvoir la connaissance et la valorisation des traditions ainsi que des communautés hôtes.
- **Hospitalité** : Garantir un accueil professionnel, chaleureux et attentif, dépassant les attentes de nos clients.

# **CHAPITRE IV**

# **BIBLIOGRAPHIE**

## 5.1. BIBLIOGRAPHIE

[Outil d'intelligence artificielle]. ChatGPT. <https://chat.openai.com/>

Business School. <https://www.esneca.com/blog/origen-historia-turismo/>

Celdas Literarias. (s. f.). *El Cadejo: perro guardián de los borrachos en Ciudad de Guatemala*. <https://celdasliterarias.elclaustro.mx/el-cadejo-perro-guardian-de-los-borrachos-en-ciudad-de-guatemala/>

Circuito Gastronómico. (2018, 9 agosto). *Viticultura: ¿Qué son los suelos “aluviales” y cómo influyen en el vino?* <https://www.circuitogastronomico.com/viticultura-que-son-los-suelos-aluviales-y-como-influyen-en-el-vino/>

Cortés Monteagudo, M. A., & López Rivas, C. M. (2007). *Propuesta de conservación y renovación de la Casa Guirola para un cambio de uso cultural-educativo*. Universidad de El Salvador. <https://es.scribd.com/document/489285888/Propuesta-de-conservacion-y-renovacion-de-la-casa-Guirolapara-un-cambio-de-uso-cultural-educativo>

Diario La Huella. (s.d.). *Los Farolitos : 174 ans de tradition*. <https://diariolahuella.com/los-farolitos-174-anos-de-tradicion/>

El Amrouni, F. (s. f.). *Les types d'entrepreneurs* [Documento en línea]. Scribd. <https://es.scribd.com/document/600357968/LES-TYPES-D-ENTREPRENEURS>

El Mundo. (s. f.). *Hoy es el Día de la Cruz: ¿cuál es el origen de esta tradición?* <https://diario.elmundo.sv/nacionales/hoy-es-el-dia-de-la-cruz-cual-es-el-origen-de-esta-tradicion>

El Salvador Travel. (2019). *Santa Tecla*. <https://elsalvador.travel/destination/santa-tecla/es/>

El Salvador Turismo. (s. f.). *Cementerio de los Ilustres*. En Ciudad de San Salvador. Recuperado el 20 de agosto de 2025 de:

*ElSalvadorTurismo.com.sv*. (s.f.). *Ciudad de San Salvador*.

<https://www.elsalvadorturismo.com.sv/mobile/pda/turismoelsalvador/ciudad-de-san-salvador->

*Expoknews*. (s.f.). *5 responsabilidades del emprendedor*. <https://www.expoknews.com/5-responsabilidades-del-emprendedor/>

Esneca Business School. (2024, 16 de octubre). *¿Cuál es la historia del turismo?*. Esneca

Expok. (2015, 9 de octubre). *5 responsabilidades del emprendedor*. ExpokNews.

González, M., & Pérez, L. (2018). *Gastronomía tradicional salvadoreña y su impacto en el turismo cultural*. *Revista de Cultura y Sociedad*, 12(2), 45-60.

La Prensa Gráfica. (2022, mayo 24). *FOTOS | La arquitectura oculta y olvidada de la Casa de las Águilas de la familia Guirola*. <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/FOTOS--La-arquitecturaoculta-y-olvidada-de-la-Casa-de-las-Aguilas-de-la-familia-Guirola-20220524-0023.html>

L-Expert-Comptable. (2025, 11 de agosto). *Entrepreneur, c'est quoi ? Définition, avantages et inconvénients*. <https://www.l-expert-comptable.com/a/6222-entrepreneur-c-est-quoi-definition-avantages-et-inconvenients.html>

L-Expert-Comptable. (2025, 24 de enero). *Le profil d'un entrepreneur : caractéristiques de sa personnalité*. <https://www.l-expert-comptable.com/a/532000-le-profil-d-un-entrepreneur-caracteristiques-de-sa-personnalite.html>

Library. eBird. <https://macaulaylibrary.org/asset/193750161>

Marketinhouse. (2018, 5 de junio). 5 ejemplos de nicho de mercado.

Marketinhouse.es. (s. f.). *5 ejemplos de nicho de mercado*.

<https://www.marketinhouse.es/5-ejemplos-de-nicho-de-mercado/>

Mendoza, R. (2019). *Tradiciones festivas de Ahuachapán: Un legado vivo*. Editorial

Mi Paísito SV. (s. f.). *Cementerio Los Ilustres: Riqueza cultural e histórica invaluable*.

MiPatria. (2019, junio 8). *13 mapas útiles de El Salvador [Actualizado 2019]*. MiPatria.

Mora, J. M. (2020). *El tacuazín (Didelphis marsupialis) es uno de los mamíferos más comunes de la KBA Río Sapo-Perquín [Fotografía]*. ResearchGate.

[https://www.researchgate.net/figure/Figura-75-El-tacuazin-Didelphis-marsupialis-es-uno-de-los-mamiferos-mas-comunes-de-la\\_fig30\\_342701607](https://www.researchgate.net/figure/Figura-75-El-tacuazin-Didelphis-marsupialis-es-uno-de-los-mamiferos-mas-comunes-de-la_fig30_342701607)

OpenAI. (2025). Réponse générée par ChatGPT à propos des types de niches de marché Paris.

Recuperado el 20 de agosto de 2025 de:

Recuperado el 20 de agosto de 2025, de <https://mipatria.net/mapa-de-el-salvador-con-departamentos/>

Redalyc. (2019). La riqueza de especies de aves en el campus de la Universidad de El Salvador asciende a 100; sitio de alimentación, descanso y nidificación (“Aves de la Universidad de El Salvador”)

[Redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Rodríguez, A. (2020). *El sincretismo religioso en las celebraciones populares de El*

*Salvador*. Revista de Estudios Sociales, 8(1), 25-34.

Salvadoreña de Cultura.

Somos El Salvador. (s. f.). *Mitos y leyendas*.

<https://somoselsalvador.jimdofree.com/proyectos/mitos-y-leyendas/>

Sources Web non identifiées. (s.d.). Articles sur la segmentation du marché et les niches de consommation. Consulté en 2025.

Terreros, D. (2023, 20 de enero). ¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos. Blog de HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/nicho-de-mercado>

The Nature Conservancy. (s.f.). *¿Realmente somos lo que comemos?*

<https://www.nature.org/es-us/que-hacemos/nuestra-vision/perspectivas/realmente-somos-lo-que-comemos/>

Timmons, J. (2019). *White-winged Dove (Zenaida asiatica)* [Fotografía]. Macaulay

UNESCO. (2003). *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*.

Universidad Dr. José Matías Delgado. (s.f.). *Capítulo I: Antecedentes e historia del turismo en El Salvador*. En *Antecedentes y situación actual del turismo en El Salvador y La Montañona* (texto completo). Universidad Dr. José Matías Delgado. Recuperado de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADDE0000662/C1.pdf>

Vásquez, J. (2021). *Mitos y leyendas de El Salvador: Un recorrido cultural*. Editorial Raíces