

**UNIVERSITÉ D'EL SALVADOR**  
**FACULTÉ DE SCIENCES HUMAINES**  
**DEPARTEMENT DES LANGUES ÉTRANGÈRES**



**SERVICE TOUR-OPÉRATEUR *AVENTOURISME***  
**SERVICIO TOUOPERADOR *AVENTOURISME***

**PRÉSENTÉ PAR :**

**ÉTUDIANTS :**

JACQUELINE LISSETTE ANARIVE CHAVEZ (AC18120)  
KENDY LIZVETH MARIN HERNANDEZ (MH19078)  
BALMORE JOSUE PLATERO RAMIREZ (PR15043)

**CARTE D'IDENTITÉ :**

**MAÎTRESSE DU COURS :**

LICDA. GLORIA CAROLINA ORTEGA HENRÍQUEZ

**RAPPORT FINAL DU COURS DE SPÉCIALISATION EN TOURISME EN VUE DE  
L'OBTENTION DU DIPLÔME DE LICENCE EN LANGUES MODERNES :  
SPÉCIALITÉ FRANÇAIS ET ANGLAIS.**

**COORDONNATEUR GÉNÉRAL DU PROCESSUS DE REMISE DES DIPLÔMES**

LIC. MIGUEL ÁNGEL CARRANZA CAMPOS, MSE

**CAMPUS UNIVERSITAIRE, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,  
EL SALVADOR, AMÉRIQUE CENTRALE, LE 30 NOVEMBRE 2025.**

**AUTORITÉS DE L'UNIVERSITÉ DU SALVADOR**

**MAÎTRE ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**  
RECTEUR

**PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ**  
VICE-RECTEUR

**INGÉNIEUR JUAN ROSA QUINTANILLA**  
VICE-RECTEUR ADMINISTRATIF

**INGÉNIEUR FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL**  
SECRÉTAIRE GÉNÉRAL

**AUTORITÉS DE LA FACULTÉ DES SCIENCES ET HUMANITÉS**

**MAÎTRE ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS**  
DOYEN

**MAÎTRESSE SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO**  
VICE-DOYENNE

**MAÎTRE YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**  
SECRÉTAIRE

**AUTORITÉS DU DÉPARTEMENT DES LANGUES ÉTRANGÈRES**

**MAÎTRE JOSÉ ISRAEL OLIVA**  
CHEF DE DÉPARTEMENT

**MAÎTRE MIGUEL ANGEL CARRANZA**  
COORDINATEUR PAR INTÉRIM DU DÉPARTEMENT DES LANGUES ÉTRANGÈRES

**MAÎTRESSE FRANCISCA AGUILLÓN RIVERA**  
CONSEILLÈRE DU PROCESSUS DE DIPLÔMATION

## TABLEAU DES MATIÈRES

### CONTENU :

<b>INTRODUCTION</b>	<b>11</b>
<b>CHAPITRE I :</b>	<b>13</b>
<b>PROFIL DU SERVICE TOURISTIQUE</b>	<b>13</b>
<b>1.1 OBJECTIFS</b>	<b>14</b>
1.1.1 OBJECTIF GÉNÉRAL	14
1.1.2 OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	14
<b>1.2 JUSTIFICATION</b>	<b>15</b>
<b>1.3 DESCRIPTION DE NOTRE SERVICE</b>	<b>16</b>
<b>1.3.1 NOM DU SERVICE TOURISTIQUE :</b>	<b>18</b>
<b>1.3.2 LOCATION :</b>	<b>18</b>
<b>1.3.3 CIRCUITS TOURISTIQUES :</b>	<b>19</b>
1. Circuit Route des volcans	20
2. Circuit Surf City – Costa del Sol	20
3. Circuit Routes naturelles et écologiques	20
4. Circuit des lacs et lagunes enchantés	21

5.	Circuit d'aventure extrême dans les parcs	21
<b>1.3.4</b>	<b><u>TYPOLOGIE DU TOURISME.</u></b>	<b>21</b>
	<i>PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DU TOURISME D'AVEVENTURE :</i>	22
<b>1.3.5</b>	<b><u>APPLICATION DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT HUMAIN ET DE DURABILITE :</u></b>	<b>23</b>
1.	Formation et développement des guides	24
2.	Respect des cultures locales et inclusion des communautés	24
3.	Tourisme responsable et écotourisme	24
4.	Développement des infrastructures locales	24
5.	Partenariats avec des organisations locales et internationales	24
	<b>CHAPITRE II :</b>	<b>25</b>
	<b><u>ÉLEMENTS DE CONCEPTION D'UN PRODUIT OU SERVICE TOURISTIQUE</u></b>	<b>25</b>
<b>2.1</b>	<b><u>L'HISTOIRE DU TOURISME</u></b>	<b>26</b>
	<b><u>HISTOIRE DU TOURISME DANS EL SALVADOR</u></b>	<b>28</b>
	Développement du tourisme El Salvador :	29
	<b><u>RESSOURCES NATURELLES DES ZONES DE DESTINATION ET LOCALISATION DANS LA CARTE TOURISTIQUE D'EL SALVADOR</u></b>	<b>30</b>
1)	Ressources forestières	30

2) Ressources hydriques _____	35
<b><u>IDENTITÉ CULTURELLE ET RESSOURCES TOURISTIQUES IMMATÉRIELLES : FÊTES, CÉLÉBRATIONS, SYNCÉTRISMES, GASTRONOMIE, LÉGENDES, HISTOIRES OU CONTES D'EL SALVADOR.</u></b>	<b>39</b>
<b><u>TYPES DE SOLS.</u></b>	<b>44</b>
Types de sols d'El Salvador _____	44
<b><u>PRINCIPES POUR UN TOURISME SOUTENABLE</u></b>	<b>48</b>
<b><u>PLAN STRATÉGIQUE : D'ACTION ET CONTRÔLE DE QUALITÉ, SATISFACTION DU CLIENT.</u></b>	<b>53</b>
<b><u>PLAN DE PROMOTION – AVENTOURISME</u></b>	<b>57</b>
<b><u>3.1 PROFIL D'ENTREPRENEUR</u></b>	<b>60</b>
<b><u>3.1.1 DEFINITION DE L'ENTREPRENEUR</u></b>	<b>60</b>
<b><u>3.1.2 CARACTÉRISTIQUES ET COMPÉTENCES D'UN ENTREPRENEUR</u></b>	<b>61</b>
<b><u>3.1.3 TYPES D'ENTREPRENEURS</u></b>	<b>63</b>
1. L'entrepreneur innovant _____	63
2. L'entrepreneur opportuniste _____	63
3. L'entrepreneur social _____	63
4. L'entrepreneur administratif ou gestionnaire _____	63
5. L'entrepreneur visionnaire. _____	64

**3.1.4 RESPONSABILITÉ DE L'ENTREPRENEUR 64**

**3.1.5 DÉFIS ET OPPORTUNITÉS 65**

1. Trouver l'équilibre \_\_\_\_\_ 66

2. Trouver de bons travailleurs \_\_\_\_\_ 66

3. Surmonter la peur \_\_\_\_\_ 66

4. Prendre l'initiative \_\_\_\_\_ 66

5. Proposer quelque chose de différent \_\_\_\_\_ 67

**3.2 NICHE DE MARCHÉ : DEFINITION 68**

**3.2.2 IMPORTANCE DES NICHE DE MARCHÉ 69**

1. Orientation client : \_\_\_\_\_ 69

2. Concurrence réduite: \_\_\_\_\_ 70

3. Efficacité marketing: \_\_\_\_\_ 70

4. Fidélisation client : \_\_\_\_\_ 70

**3.2.3 TYPES DE NICHE DE MARCHÉ 70**

1. Niches démographiques : \_\_\_\_\_ 70

2. Niches géographiques :	_____	71
3. Niches psychographiques :	_____	71
4. Niches comportementales :	_____	71
5. Niches sectorielles :	_____	71
6. Niches technologiques :	_____	71
<b>3.2.4 EXEMPLES DE NICHEs DE MARCHÉ</b>	_____	<b>71</b>
1. Restaurant à thème	_____	72
2. Organisateur d'événements éco-responsables	_____	72
3. Services d'impression 3D personnalisés	_____	73
4. Livraison de carburant à domicile	_____	73
5. Distributeurs automatiques de produits sains	_____	73
6. Pépinière	_____	74
7. Restauration rapide saine	_____	74
<b>3.2.5 AVANTAGES DU MARKETING DE NICHE</b>	_____	<b>75</b>

1. Moins de concurrence.	75
2. Fidélisation accrue de la clientèle.	75
3. Meilleure connaissance du client	75
4. Marketing plus efficace	75
5. Rentabilité accrue	76
6. Positionnement solide	76

### **3.2.6 LES ELEMENTS CLES POUR SELECTIONNER LES NICHES DE MARCHÉ** **76**

1. Identification des besoins et des problèmes des clients	76
2. Segmentation du marché	76
3. Taille et potentiel du marché	76
4. Niveau de concurrence	77

### **3.2.7 NICHE DE MARCHE POUR “AVENTOURISME”.** **77**

1. Niche géographique.	77
2. Niche psychographique.	77

<b>3. Niche démographique.</b>	<b>78</b>
<b>4. Niche comportementale.</b>	<b>78</b>
<b>3.3.1 LOGO</b>	<b>79</b>
<b>SOURCES</b>	<b>83</b>

## RÉSUMÉ

Cette étude a été réalisée dans le cadre du cours de spécialisation en tourisme, appartenant à la licence en langues modernes : spécialité français et anglais. Elle se concentre sur l'analyse des processus d'enseignement et d'apprentissage appliqués au développement de contenus fondamentaux liés au profil d'un produit ou d'un service touristique, aux éléments nécessaires à sa conception et au développement local à travers le tourisme. L'objectif principal était d'évaluer comment ces contenus contribuent à une formation complète, en renforçant les compétences professionnelles et linguistiques liées au domaine du tourisme.

Le projet d'étude de la téléopératrice Aventourisme se présente comme une proposition axée sur le tourisme de nature et d'aventure, basée sur les principes de durabilité, de responsabilité environnementale et de valorisation du patrimoine naturel et culturel salvadorien. Grâce à la mise en œuvre de stratégies de développement durable et à l'analyse des composantes du produit touristique, une connexion équilibrée entre le touriste, la communauté et l'environnement a été recherchée. L'ensemble du travail souligne l'importance du rôle des professionnels en langues modernes dans la promotion d'un tourisme responsable, durable et orienté vers le développement économique, social et culturel d'El Salvador.

## INTRODUCTION

Le tourisme est aujourd'hui l'une des principales sources de croissance économique et de développement durable dans de nombreux pays du monde, et El Salvador ne fait pas exception à cette règle. Ce secteur, en termes généraux, permet aux gens de voyager vers de nouvelles destinations pour vivre des expériences uniques, soit pour des raisons récréatives, culturelles, commerciales, éducatives ou liées à la santé et au bien-être. En plus de son impact économique global, le tourisme favorise le développement des infrastructures et les échanges culturels. Lorsqu'il est correctement géré, le tourisme peut générer d'importants bénéfices pour les communautés locales et contribuer au progrès économique de manière durable (Edwards, 2018).

Actuellement, le tourisme joue un rôle crucial dans le développement économique mondial, générant un large ensemble de bénéfices au niveau local et international. Dans ce contexte, El Salvador se présente comme une destination au potentiel énorme, soutenue par une offre riche et variée d'attractions touristiques qui attirent des visiteurs de différentes parties du monde (Ministère du tourisme d'El Salvador, 2025).

Ce document a pour objectif de présenter le profil de service touristique d'Aventourisme, un tour-opérateur qui s'efforce de s'adapter aux besoins du marché salvadorien et d'offrir un service touristique de haute qualité en El Salvador. La création d'Aventourisme consiste à proposer des produits physiques, des services et des expériences touristiques innovants afin d'offrir aux clients une expérience enrichissante sur le plan culturel, social, naturel et économique. Le présent document détaille les aspects fondamentaux de la contribution de ce Tour-Opérateur au renforcement du secteur du tourisme à El Salvador. Ce rapport comprend une présentation détaillée des objectifs généraux et spécifiques d'Aventourisme, des projets à l'origine de la création du tour-opérateur et des bénéfices que ce service apporte à la fois aux touristes étrangers et à l'économie locale. Ce profil du service touristique décrit en détail la

localisation du tour-opérateur, les circuits touristiques qu'il propose, leurs caractéristiques et leurs modalités. Par ailleurs, une analyse historique de l'évolution des tour-opérateurs à El Salvador a été effectuée, en soulignant leur impact sur la croissance du secteur touristique. Cette analyse apporte le contexte nécessaire pour comprendre comment notre opérateur s'inscrit dans ce panorama dynamique. De plus, il souligne l'importance d'offrir des produits touristiques durables qui favorisent la protection de l'environnement, un aspect essentiel en El Salvador en raison de la richesse de sa biodiversité.

Chapitre II : Il aborde les aspects clés liés au fonctionnement d'un tour opérateur, comme les compétences essentielles pour entreprendre dans ce secteur, les facteurs qui influencent le succès de l'entreprise et le rôle de l'entrepreneur, qui implique un engagement fort en faveur de la responsabilité sociale des entreprises. Il aborde également la gestion efficace de l'entreprise et l'importance d'établir des alliances stratégiques à long terme, qui sont essentielles pour assurer la durabilité et la croissance de l'entreprise.

Chapitre III : Il décrit les services touristiques qu'Aventourisme proposons, élaborés pour offrir des expériences uniques et personnalisées. Cela inclut les produits physiques qu'Aventourisme met à la disposition de ses clients pour améliorer le confort des touristes, mais aussi des services de tourisme d'aventure et de bien-être, adaptés aux besoins et aux attentes de notre clientèle. Les packages complets comprennent le transport, la réservation de l'hébergement et les activités, garantissant ainsi une expérience inoubliable. De plus, on détaille les produits proposés par Aventourisme, tels que des recommandations d'activités, de restaurants et de sites touristiques, afin de capturer les points forts de chaque déplacement. Par ailleurs, la gestion des réservations d'activités et d'événements locaux, tels que les musées, les parcs à thème et les concerts, garantit un accès aisé.

Enfin, les références ont été présentées bibliographiques au format APA 7, qui soutiennent les ressources utilisées dans les chapitres I à III.

**CHAPITRE I :**  
**PROFIL DU SERVICE TOURISTIQUE**

## **1.1 OBJECTIFS**

### **1.1.1 OBJECTIF GÉNÉRAL**

Développer et positionner Aventourisme comme un tour-opérateur spécialisé dans le tourisme d'aventure durable en El Salvador, en proposant des services touristiques innovants, personnalisés et responsables, qui contribuent au développement économique local, à la promotion de l'identité culturelle de notre pays.

### **1.1.2 OBJECTIFS SPÉCIFIQUES**

- 1) Offrir des services touristiques spécialisés tels que des visites guidées et des activités d'aventure adaptées aux besoins et aux niveaux de chaque touriste, garantissant une expérience unique et sécurisée.
- 2) Développer et commercialiser des produits physiques essentiels qui améliorent l'expérience du voyageur (des produits à usage personnel et des kits écologiques) contribuant au confort, à la sécurité et à la durabilité durant les activités touristiques
- 3) Analyser le rôle d'Aventourisme dans le développement du tourisme d'aventure dans El Salvador, en évaluant sa contribution à la croissance économique locale à travers des services innovants et des partenariats stratégiques.

## 1.2 JUSTIFICATION

La création et le développement d'Aventourisme en tant que tour-opérateur spécialisé dans le tourisme d'aventure en El Salvador répond à un besoin croissant de diversifier l'offre touristique du pays et de l'aligner sur les tendances émergentes du marché mondial, où les voyageurs recherchent des expériences authentiques, immersives et durables. Le tourisme d'aventure génère non seulement des revenus, mais stimule également le développement des communautés locales, favorise la gestion de l'environnement et renforce l'identité culturelle.

Dans un contexte où le tourisme se consolide comme moteur économique et outil d'intégration sociale, Aventourisme se positionne comme une initiative stratégique qui apporte de l'innovation au secteur en proposant des forfaits sur mesure alliant émotion, bien-être et responsabilité environnementale. Le tour-opérateur propose des services complets allant des activités guidées aux produits physiques tels que des kits de sécurité et de protection individuelle, garantissant une expérience sûre, confortable et de haute qualité aux touristes nationaux et internationaux.

En outre, la proposition renforce l'image d'El Salvador en tant que destination touristique émergente, en mettant en valeur sa biodiversité, sa richesse culturelle et la variété de ses paysages propices au tourisme actif. Ce projet s'inscrit également dans les objectifs de développement durable en promouvant des pratiques responsables et durables, tant dans les opérations de l'entreprise que dans ses relations avec les destinations et les communautés d'accueil.

Ainsi, Aventourisme répond non seulement à une opportunité commerciale rentable, mais contribue également au développement global du tourisme en El Salvador, générant des bénéfices économiques, sociaux, culturels et environnementaux à long terme. Sur la base de ce qui précède, cette proposition représente une opportunité stratégique pour dynamiser le secteur touristique salvadorien grâce à une offre différenciée, moderne et compétitive qui répond aux attentes des

voyageurs. Aventourisme cherche non seulement à se positionner comme un leader du tourisme d'aventure, mais aussi comme un agent de changement qui contribue à la croissance économique du pays de manière éthique, responsable et inclusive.

### 1.3 DESCRIPTION DE NOTRE SERVICE



*‘Explorer, rêver et ressentir, c’est l’essence de vivre’*

*Figure 1. Aventourisme touroopérateur*

Notre produit s’appelle Aventourisme, c’est un tour-opérateur de tourisme d’aventure, créé pour toutes les personnes qui recherchent plus qu’une simple destination : Elles recherchent une expérience mémorable. Aventourisme est né avec l’objectif de connecter chaque touriste avec la nature à travers des activités authentiques, passionnantes et respectueuses de l’environnement.

De même, Aventourisme est spécialisé dans le tourisme d’aventure et de nature, qui élabore et propose des expériences uniques aux touristes qui souhaitent explorer de manière active, consciente et responsable. Aventourisme se concentre dans des activités telles que: La randonnée, les sports extrêmes, les expéditions et de nombreuses autres activités qui seront mentionnées plus en détail ci-après. Des circuits de montagne difficiles jusqu’aux expéditions culturelles dans les communautés locales.

Pourtant, chaque aventure est organisée avec soin, attention, sécurité par des guides certifiés, qualité, confiance et respect, afin que chaque touriste établisse une connexion réelle avec les paysages qu’il visite. Implémentation d’un tourisme soutenable, avec un impact positif sur les communautés locales, et respectueux de l’environnement naturel.

---

<sup>1</sup> AVENTOURISME (Néologisme): Mot créé à partir des mots « aventure » et « tourisme ».

## Alors, qu'est-ce que Aventourisme propose ?

Aventourisme, propose une expérience complète, créée pour que les personnes qui voyagent ne s'inquiètent plus que de profiter. Les services comprennent tout ce dont vous avez besoin pour vivre l'aventure sans complications :

- **Hébergement** : On a des alliances avec des hébergements locaux, sélectionnés pour la qualité, l'authenticité et le respect de l'environnement.
- **Transport spécialisé** : Des services de transport terrestre adaptés aux circuits d'aventure, soit en véhicule, en bus touristique ou en transport privé, garantissant la ponctualité, le confort et la sécurité.
- **Gestion des réservations et de la logistique** : L'ensemble du processus de planification : d'entrée dans les sites naturels, de guides, d'assurances, d'équipements techniques et de permis nécessaires, afin que chaque client profite au maximum de son aventure.
- **Boutique Aventourisme (produits physiques)** : Une ligne de produits physiques qui renforcent l'expérience du touriste : vêtements techniques, bouteilles réutilisables, sacs à dos, guides de tourisme, cartes et souvenirs écologiques de chaque destination.

## Les qualités et les services d'Aventourisme sont :

- Engagement pour l'attention
- Engagement pour la qualité
- Engagement pour la Sécurité
- Engagement pour la Confiance
- Engagement pour la Respect

Enfin, dans un monde de plus digital, Aventourisme propose une véritable reconnexion : avec soi-même, avec l'environnement et avec les cultures authentiques.

---

<sup>2</sup> NOVICE (Def.Larousse.fr): Qui manque d'expérience dans une activité quelconque

<sup>3</sup> HÉBERGEMENT (Def.Larousse.fr): Action de loger quelqu'un d'extérieur sous son toit, de recevoir, nourrir et loger provisoirement un invité.

### 1.3.1 NOM DU SERVICE TOURISTIQUE :

Le mot « **Aventourisme** » est un néologisme issu de la fusion des mots « **aventura** » en espagnol et « **tourisme** » en français. Il désigne une forme de tourisme en plein essor qui combine le voyage avec des activités sportives, physiques ou à sensations fortes, souvent en milieu naturel ou dans des lieux reculés. Ce type de tourisme cherche à offrir des expériences uniques, authentiques et parfois extrêmes, loin du tourisme de masse traditionnel. C'est l'équivalent du tourisme d'aventure, incluant des activités comme : La randonnée extrême, le rafting, l'escalade, la plongée, etc.

Aventourisme attire de plus en plus de voyageurs en quête de sens, d'authenticité et d'expériences mémorables. Il peut aussi comporter un aspect éducatif ou humanitaire, avec des séjours combinant aventure et volontariat.

C'est une forme de tourisme actif, axé sur l'exploration, l'aventure et les sensations fortes. Il allie la découverte de paysages spectaculaires, le dépassement personnel et le respect de l'environnement, pour un voyage hors du commun.

### 1.3.2 LOCATION :

Le tour-opérateur Aventourisme sera situé à San Salvador, Département de San Salvador, la capitale d'El Salvador. Cette localisation stratégique permet non seulement une accessibilité optimale pour les voyageurs internationaux grâce à la proximité de l'aéroport international, mais aussi un départ idéal pour explorer les diverses régions du pays.



Figure 2 :

(El Salvador Mi País, 2017).

<sup>4</sup> ESSOR (Def.dicc. academie.fr): Par extension. Expansion, développement.

<sup>5</sup> PLONGÉE(Def.Larousse.fr): Action de s'enfoncer dans l'eau à des profondeurs variables ; séjour plus ou moins prolongé en immersion complète : La plongée dura plusieurs heures.

<sup>6</sup> KAYAK (Def.Larousse.fr):Embarcation individuelle des Inuits, à carcasse de bois recouverte de peaux cousues qui entourent l'emplacement du rameur.

Aventourisme proposera une large gamme d'activités d'aventure, notamment la randonnée sur les volcans actifs, le surf sur les plages de la côte pacifique, le kayak dans les lacs et mangroves, ainsi que des circuits en cyclisme, de l'escalade et des excursions dans des parcs nationaux.

Aventourisme s'engage à promouvoir un tourisme responsable et durable, en collaboration avec des communautés locales, des guides certifiés et des prestataires respectueux de l'environnement. Des circuits thématiques seront également proposés, mêlant aventure, écotourisme, gastronomie locale et rencontres culturelles. Grâce à son équipe passionnée et expérimentée, Aventourisme souhaite offrir des expériences authentiques et inoubliables aux voyageurs avides de sensations fortes et de découvertes hors des sentiers battus.

### **1.3.3 CIRCUITS TOURISTIQUES :**

Aventourisme proposera une variété de circuits touristiques d'aventure adaptés à tous les niveaux, allant de courtes escapades de quelques heures à des expéditions de plusieurs jours. Chaque circuit est conçu pour offrir une immersion totale dans la nature et la culture salvadorienne. Parmi les options disponibles : Ascension de volcans actifs comme le Santa Ana, randonnées dans les forêts nuageuses du parc national El Imposible, Exploration de sites archéologiques mayas comme Joya de Cerén, ou encore surf sur les vagues réputées de El Tunco.

Tous les circuits incluent des guides spécialisés, des mesures de sécurité strictes et la possibilité de vivre des expériences authentiques en lien avec les communautés locales. Aventourisme s'adapte également aux groupes, aux familles et aux voyageurs solitaires, avec des formules personnalisées selon les envies et le niveau d'aventure recherché. Voici quelques-uns de ces circuits plus détaillés qui seront proposés :

---

<sup>7</sup> PIQUE-NIQUE (Def.Larousse.fr): Repas pris en plein air au cours d'une promenade.

<sup>8</sup> BELVEDERES (Def.Larousse.fr): Pavillon ou terrasse qui couronne et domine soit un édifice, soit un tertre dans un parc, et d'où la vue s'étend au loin.

## 1. Circuit Route des volcans

Lieux : Volcan Santa Ana, Izalco et Cerro Verde.

Activités proposées : Randonnées guidées, transport touristique, points de vue naturels, photographie professionnelle et pique-nique écologique dans des zones sécurisées.



Figure 3 :  
(Pateperro, s.f).

À voir : vues spectaculaires sur le lac Coatepeque, sentiers entourés de forêts et riche biodiversité dans le parc national Los Volcanes.

## 2. Circuit Surf City – Costa del Sol

Lieux: Playas El Tunco, El Zonte, Punta Roca et Costa del Sol.

Activités proposées : des promenades en bateau dans les estuaires, des visites des mangroves, des dégustations de fruits de mer et un transport confortable.



Figure 4 :  
(Tripadvisor, s.f).

À voir : plages de sable noir volcanique, vagues mondialement connues et vie nocturne animée.

## 3. Circuit Routes naturelles et écologiques

Lieux : Parc national El Imposible, Montecristo et Laguna de Alegría.

Activités proposées : randonnées guidées, observation des oiseaux, circuits pédagogiques, visites de communautés rurales et transport touristique.



Figure 5 :  
(El Salvador Travel. (s.f).

À voir : forêts tropicales, belvédères naturels, cascades, espèces de faune et de flore endémiques.

#### **4. Circuit des lacs et lagunes enchantés**

Lieux : lac Coatepeque, lagune Olomega et lagune Alegría.

Activités proposées : promenades en bateau, observation panoramique, photographie naturelle, gastronomie locale typique et transport.

À voir : sources thermales, vues sur les volcans, légendes locales et atmosphère paisible en pleine nature.



*Figure 6 :  
(El Salvador Travel. (s.f).)*

#### **5. Circuit d'aventure extrême dans les parcs**

Lieux : Puerta del Diablo, Perquín et Route panoramique.

Activités proposées : tyrolienne, descente en rappel, escalade, cyclisme de montagne, randonnées et guides spécialisés en sécurité.

À voir : formations rocheuses, belvédères naturels et environnement idéal pour les sports de plein air.



*Figure 7 :  
(El Salvador Es Bello, 2019)*

Avec une approche axée sur la nature et l'aventure dans chaque circuit.

### **1.3.4 TYPOLOGIE DU TOURISME.**

Le tourisme d'aventure est une forme de tourisme qui se distingue par la recherche d'expériences intenses et souvent physiques, en interaction directe avec la nature et son environnement. Ce type de tourisme est étroitement lié à d'autres formes telles que le tourisme rural, le tourisme de la nature et l'écotourisme, qui partagent des objectifs communs autour du contact avec la nature et des échanges authentiques.

Alors, dans le tourisme de la nature, les voyageurs cherchent à pratiquer des activités récréatives en immersion totale avec des milieux naturels, favorisant la découverte et l'appréciation des paysages et de la biodiversité. Le tourisme rural met l'accent sur la convivialité et l'interaction avec les communautés locales, offrant ainsi une dimension sociale et culturelle forte. Quant à l'écotourisme, il vise à réaliser des activités récréatives tout en respectant et en apprenant à connaître la nature, avec un engagement pour la conservation et le développement durable.

### ***PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DU TOURISME D'AVEVENTURE :***

- **Contact avec la nature :** Le tourisme d'aventure se déroule souvent dans des environnements naturels impressionnants tels que les montagnes, les jungles, les rivières, les océans et les déserts. Les voyageurs ont l'opportunité de s'immerger dans la beauté naturelle du monde, ce qui conduit souvent à une plus grande appréciation et conscience de la conservation.
- **Émotion et adrénaline :** Les activités d'aventure sont généralement excitantes et stimulantes, fournissant une dose d'adrénaline. Cela peut inclure la navigation dans des rapides en eaux vives, le saut en parachute depuis un avion, ou l'exploration de grottes souterraines.
- **Culture et communauté :** Le tourisme d'aventure peut aussi intégrer des aspects culturels, car il implique souvent une interaction avec les communautés locales ou la découverte de l'histoire et de la culture de la région visitée.
- **Flexibilité :** Contrairement aux vacances classiques, le tourisme d'aventure offre généralement un degré important de flexibilité en termes d'itinéraire et d'activités. Les voyageurs peuvent personnaliser leur expérience selon leurs préférences et leur niveau de compétence.

---

<sup>9</sup> DOSE (Def.Larousse.fr: Unité de prise d'un médicament

APPLICATION DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT HUMAIN ET DE DURABILITE :

<sup>10</sup> ONG (Def.Larousse.fr) : Organisation Non Gouvernementale, est un organisme privé à but non lucratif qui n'est pas contrôlé par un gouvernement, national ou international.

<sup>11</sup> PELERINAGES (Def.Larousse.fr) : est un voyage entrepris dans un but de dévotion vers un lieu saint ou un endroit chargé de souvenirs.

- **Approche durable** : De nombreuses entreprises de tourisme d’aventure se concentrent sur la durabilité et la préservation de l’environnement naturel dans lequel elles opèrent. Cela implique de minimiser l’impact environnemental et de contribuer à la conservation de la biodiversité locale.

Enfin, le tourisme d’aventure combine ces éléments en proposant des activités récréatives souvent associées à des défis physiques ou mentaux imposés par la nature, tout en participant à une harmonie respectueuse avec l’environnement. C’est une forme de tourisme qui favorise à la fois l’exploration, le dépassement de soi et la protection des milieux visités.

### 1.3.5 APPLICATION DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT HUMAIN ET DE DURABILITE :

Une application de la stratégie de développement humain et de durabilité pour notre tour-opérateur Aventourisme, spécialisé dans le tourisme d'aventure, pourrait se concentrer sur plusieurs aspects clés.

Voici quelques exemples :



Figure 8 : (Aventourisme. Novembre, 2025)

**1. Formation et développement des guides**

- Fournir une formation continue aux guides spécialisés, afin d'améliorer leurs compétences

**2. Respect des cultures locales et inclusion des communautés**

- Mettre en avant la culture locale, en collaborant avec des communautés pour offrir des expériences authentiques et respectueuses. Cela inclut la promotion de pratiques durables dans les communautés locales.

**3. Tourisme responsable et écotourisme**

- Minimiser l'impact environnemental du tourisme d'aventure en intégrant des pratiques durables dans les opérations de notre entreprise.

**4. Développement des infrastructures locales**

- Contribuer à l'amélioration des infrastructures locales (routes, sanitaires, hébergements) tout en intégrant les principes du développement durable.

**5. Partenariats avec des organisations locales et internationales**

- Mettre en place des partenariats avec des ONG et des organisations qui œuvrent pour le développement durable et la protection de l'environnement.

**CHAPITRE II :**  
**ÉLEMENTS DE CONCEPTION D'UN PRODUIT OU**  
**SERVICE TOURISTIQUE**

## 2.1 L'HISTOIRE DU TOURISME

L'histoire du tourisme remonte à l'Antiquité, avec des voyages à des fins diverses tels que la santé, la découverte, le commerce ou le divertissement. Cependant, le tourisme au sens moderne, avec le développement d'une véritable industrie, a émergé au XIXe siècle, notamment avec l'essor du voyage organisé et des agences de voyages, selon mentionné (Esneca, 2024).

Alors, on peut étudier le tourisme à travers l'histoire :

**Antiquité** : Des déplacements à des fins diverses, par exemple les Égyptiens, ils voyageaient par des motifs religieux, ou de commerce, il y a des gens qui voyageaient pour visiter les monuments tels que les pyramides, les Grecques voyageaient pour participer aux Jeux Olympiques et pour visiter les sanctuaires pour adorer leurs dieux, et finalement les romains ils ont développé une vaste réseau des chemins pour faciliter le déplacement dans l'Empire, Les romains, dotés d'un pouvoir d'achat élevé, effectuaient des voyages d'agrément vers la côte méditerranéenne et ses environs, ce qui est considéré comme du tourisme de loisirs.



*Figure 9 :  
(Callabed, J. (2022,))*

**Moyen âge :** Les pèlerinages religieux (Jérusalem, Rome, le chemin de Saint-Jacques-de Compostelle en Espagne), et les foires commerciales (Les foires de Champagne en France, Les foires de Bruges ou de Gand en Flandre) ont continué d'alimenter les déplacements.



**XVIIe et XVIIIe siècles :** L'aristocratie anglaise a développé le concept du "Grand Tour", des voyages éducatifs en Europe pour parfi nobles.

Figure 10 :  
(Una historia Curiosa, 2014)

**XIXe siècle :** L'industrialisation et les avancées technologiques, notamment le chemin de fer, ont transformé le tourisme en un phénomène de masse.

- **1841 :** *Thomas Cook* ouvre la première agence de voyages, marquant le début du tourisme organisé.
- **1851 :** L'exposition Universelle de Londres contribue à populariser le tourisme.

**XXe siècle :** Le tourisme de masse se développe, notamment avec l'apparition des congés payés en 1936.

- **Les Trente Glorieuses (après la Seconde Guerre mondiale) :** Une période de forte croissance du tourisme, favorisée par la prospérité économique.

**Fin du XXe et XXIe siècles :**

- Le tourisme durable et les nouvelles technologies transforment à nouveau le secteur.
- Le tourisme, de ses origines modestes à son ampleur mondiale actuelle, a évolué en fonction des contextes économiques, sociaux et technologiques.
- Le tourisme a évolué au fil des années et il est de plus en plus nécessaire pour l'économie

d'un pays. Mais, il ne s'agit pas seulement de voyager. Comme on le souligne, « Les voyageurs recherchent des expériences sur mesure. Il ne s'agit plus seulement de visiter des lieux célèbres, mais de vivre quelque chose d'unique, comme séjourner dans des hébergements insolites, participer à des activités authentiques avec les communautés locales, ou encore profiter d'itinéraires thématiques, tels que des parcours de cinéma ou autour de personnages historiques. » (Esneca, 2024).

## HISTOIRE DU TOURISME DANS EL SALVADOR

Le tourisme dans El Salvador trouve ses origines à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, avec le développement du chemin de fer et la mobilité accrue des personnes. À partir des années 1920, des organismes ont été créés pour encourager le tourisme, tels que la *Junta de Fomento de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial*. Les années 1960 marquent une étape de développement touristique plus systématique, avec la création d'institutions et l'adoption de lois pour promouvoir l'industrie. Après les Accords de paix de 1992, le tourisme a connu un nouvel essor, tout en faisant face à des défis comme le manque d'infrastructures, le conflit armé et la priorité donnée à d'autres activités économiques. (Hernández, 2021).



Figure 11: Historia del turismo en El Salvador. (Reyes,2021)

<sup>12</sup> JUNTA DE FOMENTO DE TURISMO DEF: Il s'agit d'un organisme, souvent public, qui promeut et développe l'activité touristique d'un pays ou d'une région.

<sup>13</sup> LA PROPAGANDA AGRÍCOLA E INDUSTRIAL DEF: Il s'agit du marketing et de la publicité axés sur la promotion de produits, de services et de technologies destinés aux secteurs agricole et industriel. Son objectif est d'informer, de convaincre et de générer de la demande, que ce soit pour des produits agricoles (tels que les récoltes, les engrais ou les machines) ou pour des produits industriels (tels que les intrants pour la fabrication ou les services logistiques).

## Développement du tourisme El Salvador :

- **Débuts (XIX<sup>e</sup> siècle):**

La construction du chemin de fer a facilité la mobilité des personnes et les premiers voyages de loisirs d'étrangers ont été documentés.

- **Promotion du tourisme (années 1920):**

Création de la *Junta de Fomento de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial* (1924) pour promouvoir le tourisme au niveau national et l'étranger.

- **Ère moderne (années 1960):**

Systematisation de l'activité touristique avec la création d'institutions (Instituto Salvadoreño de Turismo ISTU, 1961) et l'adoption de lois pour sa promotion et sa planification.

- **L'âge d'or du tourisme (années 1970)**

Les années 70 sont considérées comme l'âge d'or du tourisme d'El Salvador, car des politiques ont permis la construction de quatre hôtels à San Salvador : Camino Real, Ritz, Alameda et Terraza. De plus, l'hôtel du Cerro Verde a été mis en service. La croissance a été si importante qu'en 1978, le pays a accueilli 293 000 touristes grâce à l'événement Miss Univers, dont El Salvador a été le pays hôte officiel.

- **La stagnation du tourisme (années 1980)**

Après son essor dans les années 1970, le tourisme d'El Salvador a subi un coup dur dans les années 1980 en raison du conflit armé. Pratiquement tous ses acquis ont été effacés, le marché américain a décliné en raison des avertissements déconseillant de se rendre dans le pays, et le développement touristique est resté stagnant.

- **Développement après la guerre (années 1990) :**

Les Accords de paix ont apporté de nouvelles perspectives, bien que la croissance ait été limitée par les infrastructures et d'autres priorités économiques.

- **Époque actuelle:**

El Salvador connaît aujourd’hui une croissance touristique significative, mettant en valeur ses plages, ses volcans et ses sites archéologiques. En 2024, El Salvador a accueilli 3,9 millions de touristes, soit 17 % de plus que l’année précédente. En décembre, le pays a réussi à atteindre un total de 431 674 touristes, devenant ainsi le mois le plus touristique de l’année.

## **RESSOURCES NATURELLES DES ZONES DE DESTINATION ET LOCALISATION DANS LA CARTE TOURISTIQUE D'EL SALVADOR**

El Salvador, bien qu’il soit le plus petit pays d’Amérique centrale, possède une grande diversité de ressources naturelles qui constituent la base du développement des activités de tourisme d’aventure et de nature. Ces ressources comprennent des écosystèmes aquatiques, des zones protégées, des volcans, des plages, des montagnes et des rivières, qui représentent non seulement une beauté scénique, mais aussi une valeur écologique, culturelle et économique pour les communautés locales.

Selon le ministère du Tourisme d’El Salvador (MITUR, 2023), ces ressources naturelles jouent un rôle clé dans le développement de l’offre touristique. Elles doivent être gérées de façon durable pour prévenir les effets négatifs et promouvoir l’éducation environnementale des voyageurs.

Dans le cadre du développement d’activités touristiques axées sur l’aventure et la nature, AVENTOURISME priorise l’utilisation responsable de deux catégories clés de ressources naturelles : les ressources forestières et hydriques. Ces ressources constituent le point central de notre circuit, expériences et stratégies de conservation, en veillant ainsi que chaque activité promeuve la récréation et l’éducation environnementale.

### **1) Ressources forestières**

Les ressources forestières comprennent les forêts, les zones protégées et les écosystèmes arborés qui fournissent un habitat à la faune sauvage et sont essentiels à la régulation du climat et à la production d’oxygène. Dans le contexte d’AVENTOURISME,

ces ressources sont intégrées à travers des circuits de randonnée interprétatifs, des observations d'oiseaux, des tours en tyrolienne et du camping responsable dans des zones à haute valeur écologique.

Voici quelques-unes des principales destinations forestières qui sont incluses dans notre offre :

---

<sup>14</sup> COL (Def.Larousse.fr): la partie d'un vêtement qui entoure le cou, le passage le plus bas entre deux montagnes, la partie étroite et rétrécie d'un objet (comme le goulot d'une bouteille) ou encore une partie spécifique d'un os ou d'un organe en anatomie.

<sup>15</sup> PHILANTHROPE (Def.Larousse.fr): Qui s'occupe d'améliorer la condition matérielle et morale des hommes.

<sup>16</sup> PADDLEBOARD (Def.Larousse.fr):est un sport nautique qui consiste à se tenir debout sur une planche et à se propulser à l'aide d'une pagaie.

### Parque Nacional Cerro Verde (Santa Ana)



Situé à Santa Ana et déclaré zone protégée en 1955, fait partie du complexe Los Volcanes, tout comme Izalco et Ilamatepec. Reconnu pour ses forêts brumeuses, sa biodiversité et ses vues panoramiques sur le lac Coatepeque et les volcans voisins, ce parc propose des activités telles que la randonnée, l'observation des oiseaux et l'écotourisme, et constitue une référence en matière de tourisme d'aventure et de nature en El Salvador.

Figure 12. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Reserva Natural El Imposible (Ahuachapán)



Située à Ahuachapán et déclarée zone protégée en 1989, c'est la forêt tropicale la plus grande et la plus riche en biodiversité d'El Salvador. Son nom vient d'un ancien col de montagne difficile d'accès qui liait les plantations de café aux routes commerciales. Elle abrite des espèces endémiques de faune et de flore, des rivières cristallines et des paysages montagneux, en faisant une destination idéale pour la randonnée, l'observation de la faune et le tourisme nature.

Figure 13. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Parque Walter Thilo Deininger (La Libertad)



Situé à La Libertad et nommé en l'honneur d'un philanthrope salvadorien, est une zone protégée qui préserve la forêt tropicale sèche et une riche biodiversité. Reconnu pour ses sentiers d'aventure, il est idéal pour des activités telles que la tyrolienne, la descente en rappel et l'observation de la faune, en combinant écotourisme et adrénaline dans un environnement naturel proche de la mer.

Figure 14. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

## Bosque Nebuloso de Montecristo (Santa Ana)



Située à Metapán, Santa Ana, dans le parc national de Montecristo, est l'une des régions les plus emblématiques d'El Salvador en raison de son climat frais et de sa végétation recouverte de brume. Déclarée zone protégée en 1987, elle abrite des espèces endémiques et constitue l'habitat d'oiseaux migrateurs. La forêt offre des sentiers d'interprétation, l'observation de la faune et des paysages uniques qui en font une destination clé pour l'écotourisme.

Figure 15. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

## Volcan Ilamatepec (Santa Ana)



Également connu sous le nom de volcan Santa Ana, est le plus haut volcan d'El Salvador avec ses 2 381 mètres d'altitude. Il fait partie du complexe volcanique de Santa Ana. Son cratère, qui abrite un lac aux eaux turquoise et sulfureuses, est l'une de ses principales attractions. Reconnu pour son histoire éruptive et ses vues panoramiques impressionnantes, c'est une destination populaire pour la randonnée et le tourisme d'aventure.

Figure 16. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

## Cerro El Pital (Chalatenango)

Figure 6



Situé à Chalatenango, est le point le plus haut de El Salvador avec 2 730 mètres d'altitude, à la frontière avec le Honduras. Caractérisé par son climat froid, ses paysages montagneux et ses forêts de pins et de chênes, il est idéal pour le camping, la randonnée et l'observation de la faune et de la flore. Sa biodiversité et ses vues panoramiques en font un attrait majeur pour le tourisme de montagne et de nature.

Figure 17. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Cerro Eramón (Chalatenango)



C'est un point de vue naturel qui offre une vue panoramique sur le fleuve Lempa, le barrage Cerrón Grande et les montagnes environnantes. Reconnu pour sa richesse écologique et sa valeur culturelle, c'est un endroit idéal pour la randonnée, le camping et la photographie de paysage, soit une destination attrayante pour le tourisme d'aventure et de nature.

Figure 18.: "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

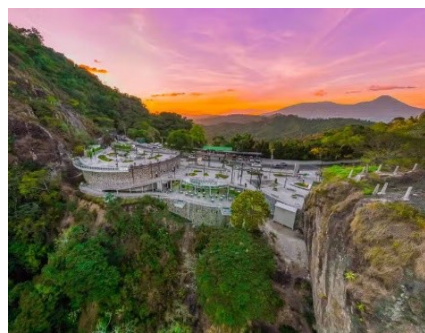
### Cerro Cacahuatique (Morazán)



C'est une zone montagneuse entourée de plantations de café et de forêts, connue pour sa valeur historique et paysagère. Cette zone offre une vue panoramique sur l'est d'El Salvador et est idéale pour pratiquer des activités telles que la randonnée, l'observation des oiseaux et les visites culturelles, alliant nature et traditions locales.

Figure 19. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Puerta del diablo (San Salvador)



Située à Panchimalco, San Salvador, est un impressionnant ensemble de formations rocheuses qui, selon la légende, aurait été créé par la fuite du diable après avoir été expulsé de la région. Elle offre une vue spectaculaire sur l'océan Pacifique, le lac Ilopango et les montagnes environnantes, ce qui en fait une destination prisée pour la randonnée, l'escalade et le tourisme d'aventure.

Figure 20. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

## 2) Ressources hydriques

Les ressources hydriques comprennent les lacs, les rivières, les lagunes, les cascades et les zones côtières qui permettent la pratique d'activités aquatiques, d'exploration et d'observation du paysage. AVENTOURISME propose des expériences telles que le kayak, le paddleboard, le rafting, l'exploration des mangroves, la baignade dans les cascades et la plongée avec tuba.

Voici quelques-unes des principales destinations hydriques incluses dans notre circuit :

### Lac de Coatepeque (Santa Ana)



Lac volcanique situé dans un cratère éteint, c'est une destination touristique populaire depuis l'époque coloniale en raison de sa beauté et de son climat agréable. Idéal pour les tours en bateau, les sports nautiques tels que le kayak et le paddleboard, les visites de restaurants avec vue sur le lac.

Figure 21. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Lagune d'Alegría (Usulután)



Lac d'origine volcanique, reconnu pour ses eaux turquoise et son importance écologique dans la région orientale. Excellent pour les excursions écologiques et les randonnées guidées pour observer les oiseaux et la flore locale.

Figure 22. "El Salvador Travel | Nature and Adventure" (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Lagune d'Olomega (San Miguel)



Importante zone humide et réserve naturelle qui sert de refuge à de nombreux oiseaux migrateurs. On peut y faire des promenades en bateau, observer les oiseaux migrateurs et participer à des circuits de photographie naturaliste.

Figure 23. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Lagune Verte (Apaneca)



Lagune d'origine volcanique aux eaux vertes et turquoise, attrayante pour l'écotourisme, en particulier pour les randonnées écologiques et les circuits nature permettant d'admirer le paysage volcanique et d'observer les oiseaux.

Figure 24. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### Fleuve Lempa (plusieurs départements)



Principale rivière d'El Salvador, vitale pour l'agriculture, l'énergie hydroélectrique et l'approvisionnement, avec une influence historique depuis l'époque précolombienne. Idéale pour pratiquer des activités telles que : rafting et kayak dans des zones sécurisées, visites culturelles sur l'histoire et l'utilisation de la rivière.

Figure 25. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### **Cascade Los Tercios (Suchitoto, Cuscatlán)**



Formation naturelle avec des chutes d'eau en cascade, populaire pour le tourisme et le contact avec la nature. Idéal pour les randonnées et les pique-niques dans des espaces naturels, la photographie de cascades.

*Figure 26.* “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### **Complexe Los Chorros de la Calera (Juayúa, Sonsonate)**



Ensemble de cascades et de puits aux eaux cristallines, reconnu pour son environnement naturel et son attrait touristique. Visites guidées des cascades, randonnées et baignades dans des puits naturels.

*Figure 27.* “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

### **Cascade de Malacatiupán (Ahuachapán)**



Cascade entourée d'une forêt, remarquable par sa beauté et sa tranquillité. Visites guidées pour profiter de la cascade et des sentiers naturels.

*Figure 28.* “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

## Baie de Jiquilisco (Usulután)



Zone protégée et réserve de biosphère, importante pour sa biodiversité marine et ses mangroves. Excellent pour les tours en bateau afin d'observer les tortues, les mangroves et la pêche artisanale.

Figure 29. “El Salvador Travel | Nature and Adventure” (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.).

Ainsi, AVENTOURISME, s’appuie sur les ressources naturelles pour offrir à les clients une expérience de tourisme nature et aventure, considérant que « le tourisme dans les zones riches en ressources naturelles forestières et hydriques contribue de manière significative au développement durable, en favorisant la conservation de l’environnement et en générant des avantages économiques et sociaux pour les communautés locales. » (Ministère du Tourisme d’El Salvador, 2023).

Ci-dessous, la carte touristique d’El Salvador, où sont indiquées les ressources naturelles :



Figure 30. (Mapa turístico de El Salvador, 2013).

## **IDENTITÉ CULTURELLE ET RESSOURCES TOURISTIQUES IMMATÉRIELLES : FÊTES, CÉLÉBRATIONS, SYNCÉTRISMES, GASTRONOMIE, LÉGENDES, HISTOIRES OU CONTES D'EL SALVADOR.**

Selon le Ministère du Tourisme de El Salvador (2023), l'identité culturelle est l'ensemble des valeurs, coutumes, traditions, expressions et croyances qui définit une communauté ou une région, qui la différencie et lui confère un sentiment d'appartenance. Dans le contexte du tourisme, cette identité se manifeste à travers des ressources immatérielles telles que les festivités, les célébrations, les syncrétismes religieux et culturels, la gastronomie, ainsi que les légendes, les histoires et les contes qui font partie du patrimoine vivant de la destination. Ces éléments immatériels enrichissent l'expérience du touriste et renforcent le lien culturel avec le lieu.

Cependant, les ressources touristiques immatérielles sont des manifestations culturelles et sociales qui, sans être matérielles, sont fondamentales pour l'attractivité touristique. Le lac Coatepeque en est un exemple où, en plus de sa beauté naturelle, les légendes, les festivités et les traditions locales constituent une expérience culturelle unique.

AVENTOURISME propose des produits touristiques conçus pour intégrer ces ressources immatérielles à la richesse naturelle des sites forestiers et hydriques d'El Salvador, tels que le lac Coatepeque, la lagune Alegría, le parc national Cerro Verde et la réserve naturelle El Imposible, entre autres. Grâce à les circuits d'aventure et de nature, les visiteurs font l'expérience d'un tourisme authentique et durable, où ils peuvent découvrir les traditions culturelles, participer à des célébrations, déguster la gastronomie locale et découvrir des légendes et des histoires qui mettent en valeur l'identité de chaque destination.

---

<sup>17</sup> CROYANCE (Def. Larousse.fr) : Fait de croire en une vérité, une doctrine ou une opinion, souvent d'ordre religieux.

<sup>18</sup> PATRIMOINE (Def. Larousse.fr) : Ensemble des biens, traditions et héritages transmis d'une génération à l'autre.

<sup>19</sup> COMMUNAUTE (Def. Larousse.fr) : Groupe de personnes unies par des intérêts, des valeurs ou une identité commune.

Par exemple, au lac Coatepeque, on célèbre chaque année la Fiesta de la Candelaria, qui reflète un syncrétisme entre les croyances indigènes et catholiques à travers des processions et des danses traditionnelles. La gastronomie locale se caractérise par des plats tels que le poisson frit et les pupusas, tandis que la légende du lac raconte comment un volcan a enseveli un ancien village, créant une aura de mystère et de respect, et aussi d'El Tabudo.

Les circuits comprennent des récits de ces légendes et des expériences gastronomiques afin de connecter les visiteurs à l'essence culturelle du lieu.



Figure 31. (Omar Nipolan, 2024)

La légende raconte qu'El Tabudo était un homme riche qui s'est noyé dans le lac et qui est revenu sous la forme de cette créature mythique. On dit qu'il punit ceux qui le craignent, mais qu'il récompense ceux qui le traitent avec respect.



Figure 32. (Cooking with Kids, Inc,



Figure 33. (Ramon Membreño,2023).

Les plats traditionnels du lac Coatepeque sont le poisson et les pupusas

La fête de Saint Pierre Apôtre au lac de

---

<sup>20</sup> EL TABUDO: C'est une créature mystique issue de la mythologie salvadorienne qui, selon la légende, habite au fond du lac Coatepeque.

<sup>21</sup> PUPUSAS (Def. Larousse.fr) : Spécialité salvadorienne composée de galettes épaisses de maïs ou de riz garnies d'ingrédients variés.



Figure 34. (Diego Rodarte, 2018).



Figure 35. (Scherrer, É, 2015)



Figure 36. (Sandors Mejia,



Figure 37. (Hermandad de La Exaltación, s.f.)

Coatepeque, El Salvador, est célébrée avec diverses activités religieuses et populaires, principalement entre le 20 et le 29 juin, coïncidant avec les fêtes patronales de la municipalité, avec l'image de Saint Pierre. Laguna de Alegría, connue pour ses eaux thermales, la fête patronale en l'honneur de Saint Barthélemy intègre des rituels ancestraux et des pratiques catholiques, témoignant d'un profond syncrétisme culturel.

Dans les profondeurs de l'eau vivait une belle sirène qui était attirée par les jeunes hommes beaux.

Si elle apercevait un homme correspondant à cette description qui se baignait dans la lagune, elle se précipitait immédiatement vers lui pour le séduire, le capturait et l'emmenait au fond des eaux. Après plusieurs jours de disparition, elle le libérait et son corps flottait sans vie à la surface de l'eau.

Selon les habitants, le volcan Tecapa aurait fait sa dernière éruption au XII<sup>e</sup> siècle. À cette époque, le village est né sous le nom de Tecapa et est aujourd'hui connu sous le nom d'Alegría. Autrefois, il s'appelait Guey Mitique, ce qui signifie « territoire où sifflent les vents ». C'était un village Lenca, peuplé par la tribu des Tecolucas nonualcos, qui occupe aujourd'hui la zone centrale du pays, conquise lors d'une bataille.

Près de ce que l'on appelle le canton de San Juan, vivait une belle jeune fille avec ses parents et ses frères. Elle s'appelait Xiri, ce qui signifie « étoile ». Mais les envahisseurs étaient accompagnés d'un sorcier qui, en voyant la jeune fille, fut séduit par sa beauté et tomba amoureux d'elle. Cependant, son amour et son désir ne furent pas réciproques, pas plus que les intentions de ce vil sorcier.

<sup>22</sup> FIESTA DE LA CANDELARIA: est une fête chrétienne célébrée le 2 février pour commémorer la présentation de Jésus au Temple de Jérusalem et la purification de la Vierge Marie.

<sup>23</sup> TAMALES: Ce sont des plats traditionnels d'Amérique latine à base de pâte de maïs ou de riz, fourrés d'ingrédients tels que de la viande, des légumes, des piments ou des fruits, et enveloppés dans des feuilles végétales (principalement de maïs ou de banane) pour être cuits à la vapeur ou dans l'eau.

Aussi, Le parc national Cerro Verde est le théâtre de la fête de Saint Michel Archange, où se mêlent rituels indigènes et foi chrétienne pour honorer la terre et la biodiversité. Des plats traditionnels tels que la soupe de poulet indien et les tamales font partie de la gastronomie locale. La légende de l'esprit gardien de la forêt incite les visiteurs à respecter et à apprécier l'environnement naturel lors des visites que'on propose.



Figure 38. (Pateperro. s.f.)



Figure 39. (Diario La Huella, 2023)



Figure 40. (Liset Orellana, 2019)

La légende du Cerro Verde, situé en El Salvador, raconte que ce volcan éteint, également connu sous le nom de Cuntetepeque, qui signifie « colline des nuages ou des brumes » en nahuatl, est associé à la fin des éruptions du volcan Izalco. Selon une croyance populaire, lorsque l'hôtel de montagne Cerro Verde, avec vue sur le volcan Izalco, a été construit, celui-ci a cessé d'entrer en éruption, comme si une malédiction

Plat traditionnel de ce lieu

Cette fête célèbre la récolte du jocote corona et propose une gastronomie locale, des produits artisanaux et des activités récréatives. Elle a généralement lieu au mois d'octobre, et les dernières éditions se sont déroulées les 19 et 20 octobre.

Finally, in the natural reserve El Imposible, the neighboring communities celebrate the harvest festival, which mixes religious offerings and thanksgivings to nature, reflecting a cultural and spiritual syncretism. The gastronomy includes tamales and sweet jocotes, present during these festivities. The legend of the indigenous warrior who defended the reserve symbolizes resistance and the connection with the land, a story that guides tell to enrich the tourists' experience.



Figure 41. (Ministerio de Turismo de El Salvador, s.f.)



Figure 42. (Mendoza, I, 2019)



Figure 43. (H. Sermeño, 2024)

The park was called El Imposible because of the vertical gorge between two mountains that cost the lives of people and pack mules who crossed the forest to reach the Pacific port at the beginning of the 20th century.

Traditional jocote with honey

The festival is La Fiesta de los Farolitos El Salvador, more precisely in Ahuachapán. It is an annual celebration that takes place on September 7, the eve of the birth of the Virgin Mary. During this festival, the streets are illuminated by handmade paper lanterns, creating a magical and colorful atmosphere.

---

<sup>24</sup> JOCOTE: Fruto del jocote, rojo o púrpuro, a veces amarillo, de 3 a 3,5 centímetro(s) de longitud, de elipsoide a ovoide, comestible.

Ainsi, AVENTOURISME proposera non seulement des circuits à travers les précieuses ressources naturelles forestières et hydriques d'El Salvador, mais contribuera également à la préservation culturelle et environnementale en intégrant des ressources immatérielles, afin de promouvoir un tourisme durable et significatif pour les visiteurs et les communautés.

## TYPES DE SOLS.

### Types de sols d'El Salvador

El Salvador possède une grande diversité de sols en raison de son origine géologique volcanique, de son climat tropical et de son relief varié. Parejo (2017) mentionne que ces facteurs ont influencé la formation de différents types de sols, chacun présentant des caractéristiques physiques, chimiques et biologiques qui déterminent leur utilisation et leur productivité. Comprendre la classification et la distribution des sols dans le pays est fondamental pour une gestion adéquate dans les domaines agricole, forestier et environnemental (p. 2).

- **Alluviaux** : Ce sont des sols très productifs que l'on trouve dans les zones côtières et les plages proches des rivières.



Figure 44. (Aquaportail, 2009)

- **Latosols argileux rougeâtres** : Ce type de sol se trouve dans les collines et les montagnes. Il se caractérise par sa couleur rougeâtre.

---

<sup>25</sup> DOMAINE (Def. Larousse.fr) : Champ d'activité ou de connaissances ; espace ou territoire appartenant à quelqu'un.



Figure 45. (Ignacio, 2023)

- **Andisols** : Sols volcaniques formés à partir de cendres volcaniques.



Figure 46. G. Bourgeon, 2001)

- **Lithosols** : Ce sont des sols rocheux à faible rendement. Ils sont minces et pierreux, situés sur de la roche mère, souvent avec une érosion superficielle.



Figure 47. (Tien-Dat Pham, 2015)

- **Régosols** : Sols jeunes, profonds et composés de matériaux meubles, avec un horizon de surface riche en matière organique.



Figure 48. (Jan Nyssen, 2000)

### Les sols sont classés selon leur importance:

- **Fertiles** : Riches en nutriments et adaptés à tout type de culture. Avec une bonne gestion, ils permettent une production agricole élevée.



Figure 49. (Agraria pe, 2016)

- **Acides** : Pauvres en nutriments et de faible rendement agricole.



Figure 50. (Sanremo, 2022)

Dans notre pays, l'agriculture constitue le troisième secteur productif le plus important. Cela a conduit à la détérioration des sols en raison de leur surexploitation et de pratiques agricoles inadéquates. De plus, la croissance de la population a également entraîné une augmentation de l'utilisation des sols pour la construction de logements dans les zones montagneuses et les vallées (Parejo, 2017).

**Certains facteurs qui ont contribué à la dégradation des sols dans notre pays sont :**

1. **L'érosion** : Il s'agit du glissement ou de la perte des sols, principalement causée par des techniques agricoles inappropriées telles que : l'irrigation sur des pentes, l'extraction minière négligente, la disparition de la couverture végétale due au surpâturage et à la déforestation excessive.
2. **La pollution** : Principalement due à des pratiques agricoles inadéquates, à l'utilisation de pesticides, à l'industrialisation et à la production de déchets.

Le sol est une ressource naturelle vitale pour la sécurité alimentaire, l'équilibre écologique et le développement économique du pays. Toutefois, la forte pression sur le territoire due à l'urbanisation, à la déforestation, au surpâturage et aux mauvaises pratiques agricoles a provoqué l'érosion, la perte de fertilité et la contamination.

Donc, il est essentiel de promouvoir l'utilisation durable du sol à travers :

- Des pratiques de conservation comme les terrasses, les barrières vivantes et la rotation des cultures.
- La reforestation des zones érodées.
- L'éducation et l'assistance technique aux agriculteurs.

---

<sup>26</sup> LOGEMENT (Def. Larousse.fr) : Lieu où une personne habite ; habitation.

<sup>27</sup> VALLEE (Def. Larousse.fr) : Dépression allongée entre des montagnes, généralement traversée par un cours d'eau.

<sup>28</sup> PENTES (Def. Larousse.fr) : Surfaces inclinées d'un terrain, d'une montagne ou d'une colline.

<sup>29</sup> DECHET (Def. Larousse.fr) : Résidu inutilisable d'un produit ; substance abandonnée après usage.

## PRINCIPES POUR UN TOURISME SOUTENABLE

À AVENTOURISME, les principes de durabilité guident chacune des actions et chacun des services touristiques. Cela permet de promouvoir un tourisme responsable qui recherche l'équilibre entre la jouissance de la nature, le respect des communautés locales et la protection de l'environnement. Alors, notre philosophie est basée sur la valorisation des ressources naturelles sans compromettre leur conservation, la promotion de l'éducation environnementale entre les visiteurs et la génération de bénéfices économiques et sociaux pour les populations d'accueil.

De cette manière, on contribue activement au développement durable d'El Salvador, en offrant des expériences qui inspirent, respectent et préservent la richesse naturelle et culturelle du pays.



Figure 51. (Le tourisme durable, 2024)

<sup>30</sup> CONSERVATION (Def. Larousse.fr) : Action de maintenir quelque chose en bon état ou de protéger contre la dégradation.

### **1. Éliminer la pauvreté :**

Le tourisme génère des emplois directs et indirects, notamment dans les communautés rurales et les zones reculées, offrant ainsi des opportunités de croissance économique.

*Application à notre produit :* Aventourisme recrute des guides, des transporteurs et des prestataires de services locaux dans les communautés où l'entreprise opère. De cette manière, soutient l'économie locale et réduit la pauvreté grâce à des revenus durables.

### **2. Faim Zéro:**

Le tourisme contribue à renforcer l'agriculture locale grâce à la consommation de produits frais et à la promotion de l'agrotourisme.

*Application à notre produit :* Les excursions incluent des dégustations de produits locaux et collaborations avec des agriculteurs et des petits restaurants ruraux afin que les touristes puissent consommer des produits locaux, contribuant ainsi à la sécurité alimentaire.

### **3. Santé et bien-être:**

Le tourisme d'aventure encourage l'activité physique, les loisirs et le contact avec la nature, contribuant ainsi à la santé physique et mentale.

*Application à notre produit :* On propose des activités telles que la randonnée, le rafting, le vélo et l'escalade, toutes pratiquées dans le respect de mesures sanitaires et de sécurité strictes, garantissant ainsi des expériences sûres et bénéfiques aux visiteurs.

---

<sup>31</sup> REULER (Def. Larousse.fr) : Aller en arrière ou effectuer un mouvement vers l'arrière.

<sup>32</sup> ENCOURAGE (Def. Larousse.fr) : Inciter quelqu'un à faire quelque chose en lui donnant du courage ou du soutien.

<sup>33</sup> RAFTING (Def. Larousse.fr) : Activité sportive consistant à descendre une rivière en rapides à bord d'un radeau.

#### **4. Éducation de qualité :**

Le tourisme encourage la formation professionnelle dans des domaines tels que le guidage touristique, les langues, le sauvetage et les premiers secours.

*Application à notre produit :* On propose des programmes de formation continue aux guides d'aventure, avec des ateliers sur le leadership, le service client et la sécurité.

#### **5. Égalité des sexes:**

Le tourisme est un puissant outil d'autonomisation des femmes dans les communautés rurales.

*Application à notre produit :* Des opportunités d'emploi aux femmes comme guides, cuisinières, conductrices et artisanes, garantissant ainsi l'égalité des conditions et une participation active au développement du tourisme

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

Le tourisme responsable favorise une gestion durable de l'eau, essentielle pour les communautés et les écosystèmes.

*Application à notre produit :* On veille à réduire la consommation d'eau des installations, on s'emploie à prévenir la pollution des rivières et des lacs lors des activités nautiques et on sensibilise les touristes à une utilisation responsable de l'eau lors de chaque expérience.

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

Le tourisme peut être un allié dans la transition vers les énergies propres.

*Application à notre produit :* On utilise des transports touristiques économes en énergie, intégrons l'énergie solaire dans les bureaux et encourageons le covoiturage lors des excursions afin de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>.

---

<sup>34</sup> SAUVETAGE (Def. Larousse.fr) : Action de sauver une personne ou un bien d'un danger.

<sup>35</sup> POLLUTION (Def. Larousse.fr) : Dégradation de l'environnement par des substances nocives.

<sup>36</sup> ÉMISSION (Def. Larousse.fr) : Action de produire, de dégager ou de diffuser quelque chose (gaz, sons, etc.).

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

Le tourisme est une source importante d'emplois décents.

*Application à notre produit :* On crée des emplois directs pour les guides d'aventure spécialisés et promouvons les entreprises locales connexes, telles que l'hébergement rural, la vente d'artisanat et de produits alimentaires traditionnels.

**9. Industrie, innovation et infrastructures:**

Le tourisme d'aventure renforce le besoin d'infrastructures sûres et durables.

*Application à notre produit :* On collabore au développement de sentiers balisés, de belvédères écologiques et de points d'information touristique, garantissant des installations respectueuses de la nature et enrichissant l'expérience des visiteurs.

**10. Réduction des inégalités:**

Le tourisme inclusif contribue à réduire les inégalités sociales et économiques.

*Application à notre produit :* On propose des circuits accessibles aux personnes handicapées et concevons des expériences qui intègrent les communautés autochtones et rurales au circuit touristique.

**11. Villes et communautés durables:**

Créer des villes et des établissements humains inclusifs, sûrs, résilients et durables. Les investissements dans les infrastructures sont essentiels pour obtenir un développement durable.

*Application à notre produit :* Intégrer les communautés locales dans les circuits promouvoir sa culture, créer des emplois et veiller à ce que les infrastructures touristiques n'aient pas d'impact négatif sur l'environnement.

**12. Production et consommation responsables:**

Garantir des modes de consommation et de production durables.

L'objectif de la consommation et de la production durables est de faire plus et mieux avec moins de ressources.

*Application à notre produit* : Réduire les plastiques à usage unique pendant les visites, promouvoir le recyclage, inciter à l'utilisation de bouteilles réutilisables et travailler avec des fournisseurs qui ont des pratiques durables.

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

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

Le changement climatique est un défi mondial qui ne respecte pas les frontières nationales.

*Application à notre produit* : Réaliser des circuits à faible impact environnemental, promouvoir les randonnées et les transports écologiques, et inclure des activités d'éducation à l'environnement et de reforestation.

### **14. Vie sous-marine:**

Conserver et utiliser de manière durable les océans, les mers et les ressources marines pour un développement durable.

*Application à notre produit* : Dans les activités aquatiques (rivières, lacs, plages, etc), promouvoir la propreté des écosystèmes, éviter les pratiques qui polluent l'eau et sensibiliser les touristes à la nécessité de maintenir la protection de la nature.

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

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

*Application à notre produit* : Protéger les zones naturelles lors des circuits, éduquer sur la faune et la flore locales, et organiser des expériences touristiques responsables qui ne détériorent pas les forêts ni la biodiversité.

---

<sup>37</sup> REFORESTATION (Def. Larousse.fr) : Action de replanter des arbres dans une zone déboisée.

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

Promouvoir des sociétés justes, pacifiques et inclusives. Accès universel à la justice et construction d'institutions responsables et efficaces à tous les niveaux.

*Application à notre produit :* Garantir que les services soient organisés dans un environnement sûr, transparent et éthique, en respectant la réglementation touristique et en collaborant avec les institutions locales.

## **17. Partenariats pour accomplir les objectifs :**

Revitaliser le Partenariat mondial pour le développement durable.

*Application à notre produit :* Établir des partenariats avec les communautés, les organisations environnementales, les institutions touristiques et d'autres entreprises afin de promouvoir des projets durables et de renforcer le tourisme responsable.

## **PLAN STRATÉGIQUE : D'ACTION ET CONTRÔLE DE QUALITÉ, SATISFACTION DU CLIENT.**

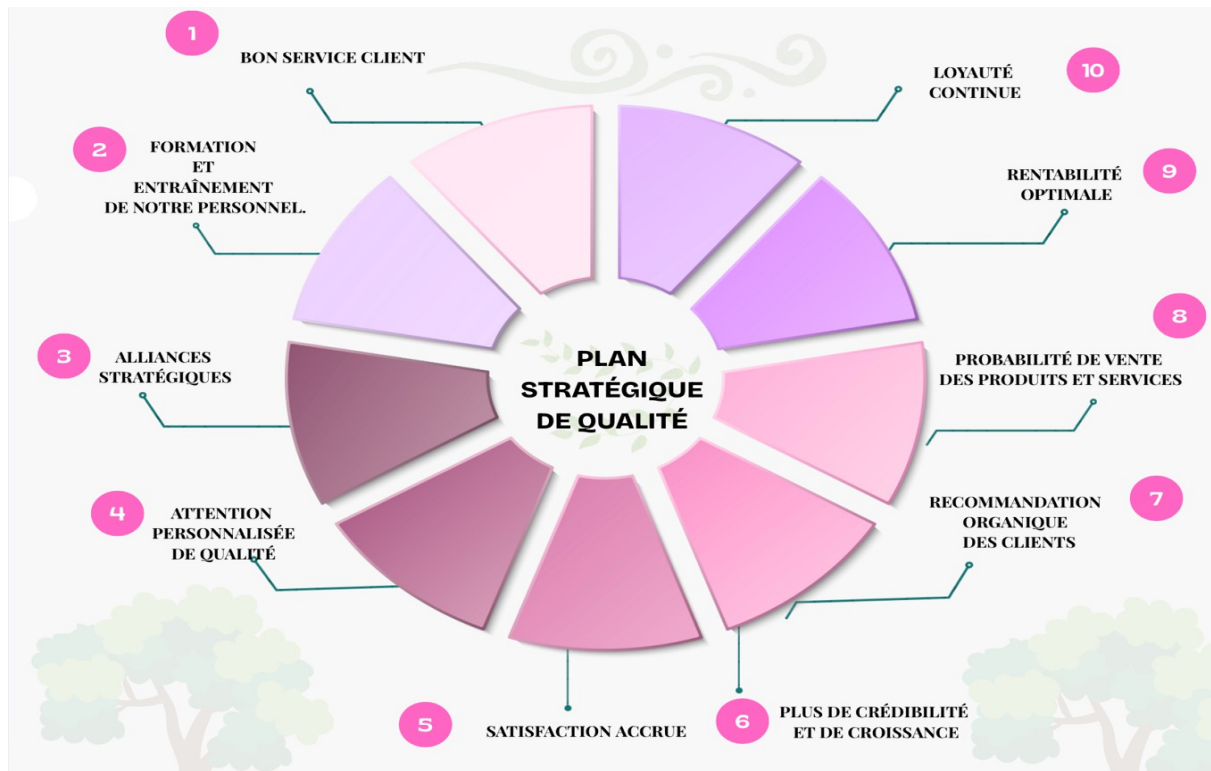


Figure 52. (Aventourisme, 2025)

- 1. Bon service client :** Offrir un service client exceptionnel en étant à l'écoute des besoins de chaque client, en répondant avec efficacité, courtoisie et empathie. Notre objectif est de créer une expérience positive à chaque interaction, en construisant une relation de confiance et en reflétant les valeurs de qualité et de respect de notre service.
  
- 2. Formation et entraînement de notre personnel :** Former et motiver continuellement notre personnel en lui fournissant les outils, les connaissances et la confiance nécessaires pour garantir un service de qualité, renforcer la sécurité et refléter les valeurs de l'entreprise à chaque interaction avec le client.
  
- 3. Alliances stratégiques :** Établir des alliances avec des entreprises locales, des partenaires touristiques et des organisations écologiques afin de proposer des services intégrés, durables et authentiques, tout en soutenant le développement des communautés locales et en enrichissant l'expérience du client.
  
- 4. Attention personnalisée de qualité :** Offrir une attention personnalisée à chaque client en tenant compte de ses besoins, de ses attentes et de ses préférences, afin de créer des expériences uniques, renforcer la satisfaction et encourager la fidélité à long terme.

---

<sup>38</sup> PARTENARIAT (Def. Larousse.fr) : Association entre deux parties pour réaliser un objectif commun.

<sup>39</sup> COURTOISIE (Def. Larousse.fr) : Politesse raffinée et respectueuse envers autrui.

<sup>40</sup> ALLIANCE (Def. Larousse.fr) : Union ou association établie entre personnes, groupes ou nations.

- 5. Satisfaction accrue :** En bénéficiant d'une attention et d'un traitement personnalisés, le client expérimentera un niveau de satisfaction plus élevé, puisque ses besoins et ses attentes seront satisfaits de manière opportune et méticuleuse. Ceci se reflétera non seulement dans la qualité du service, mais aussi dans la perception de la valeur et de l'expérience globale qu'ils ont au cours de chaque circuit dans les différents lieux naturels de leur choix. Par conséquent, grâce à votre expérience mémorable, la satisfaction deviendra un facteur clé pour favoriser la loyauté et renforcer la préférence pour notre tour-opérateur.
- 6. Plus de crédibilité et de croissance :** En faisant de l'expérience de chaque client une aventure satisfaisante et mémorable, on renforcera la confiance vers notre service, et on consolidera une image de professionnalisme. Cette confiance favorisera les recommandations, attirera de nouveaux clients et permettra de renforcer plus des alliances stratégiques avec les communautés et les entreprises locales de notre pays. Par conséquent, la présence d'Aventourisme augmentera sur le marché, assurant une croissance constante et durable de notre services, consolidant ainsi notre position de tour-opérateur unique et de haute référence dans le secteur du tourisme d'aventure et de nature.
- 7. Recommandation organique des clients :** Après avoir offert des expériences d'aventure et de nature, on dépassera toutes les attentes, on va générer une connexion authentique avec chaque client, ils deviendront des ambassadeurs naturels de notre service de tourisme. Ainsi, des moments uniques qui méritent d'être partagés, incitant indirectement les clients à partager spontanément ces expériences avec leur famille, amis et sur les réseaux sociaux.

---

<sup>41</sup> LOYAUTE (Def. Larousse.fr) : Fidélité envers ses engagements, ses relations ou ses principes.

À travers un remerciement sincère et des avantages promotionnels. De cette manière, les voyageurs seront incités à faire de recommandations véritables qui attireront de nouveaux voyageurs, renforçant ainsi la confiance dans notre voyagiste et les services, créant ainsi un cycle continu de croissance.

- 8. Probabilité de vente des produits et services :** Augmenter les chances que les clients potentiels acquièrent les offres, en appliquant des stratégies de promotion efficaces en proposant une présentation attrayante et en garantissant des expériences qui transmettent qualité et confiance.
  
- 9. Rentabilité optimale :** Atteindre le maximum de bénéfices possibles en gérant efficacement les ressources, en réduisant les dépenses inutiles, en optimisant les prix et en priorisant les produits et services les plus rentables.
  
- 10. Loyauté continue :** Maintenir la satisfaction des clients sur le long terme grâce à un service constant, des expériences mémorables et des offres adaptées à leurs besoins, favorisant ainsi leur retour et leurs recommandations.

---

<sup>42</sup> VERITABLE (Def. Larousse.fr) : Qui est réel, authentique et non falsifié.

## PLAN DE PROMOTION – AVENTOURISME

**Table 1 :** *Plan de promotion*

<p><b>ACTION :</b></p> <p>Implémenter un système de réservation digital avec confirmation immédiate et assistance multilingue.</p>	<p><b>ACTION :</b></p> <p>Concevoir des forfaits aventure personnalisés (randonnée, tyrolienne, rafting, entre autres), en fonction du niveau et des préférences du client.</p>	<p><b>ACTION :</b></p> <p>Développer des expériences thématiques en collaboration avec les communautés locales.</p>
<p><b>RESPONSABLE :</b> <b>BALMORE PLATERO,</b> Community Manager et responsable des services digitaux. Il est chargé de gérer les réseaux sociaux, de répondre aux questions des clients, de créer des publications et des promotions, et de maintenir actualisés les services digitaux tels que le site web et les campagnes en ligne.</p>	<p><b>RESPONSABLE :</b> <b>JACQUELINE CHAVEZ,</b> Coordinatrice de la gestion des expériences et des réservations personnalisées. Elle organise des expériences adaptées à chaque client, gère leurs réservations et veille à ce que chaque détail soit planifié en fonction de leurs goûts et de leurs besoins.</p>	<p><b>RESPONSABLE :</b> <b>KENDY MARÍN,</b> Manager des expériences et des relations communautaires. Elle crée et coordonne des activités pour les clients et établit des liens avec la communauté, en encourageant la participation et le travail collaboratif en faveur d'un tourisme durable.</p>

---

<sup>43</sup> MANAGER (Def. Larousse.fr) : Personne qui dirige, organise et coordonne une équipe ou une activité.

<p><b>AMÉLIORATIONS :</b>  « Invitez et économisez » :  Les clients qui recommandent un ami et suivent les réseaux sociaux AVENTOURISME bénéficient d'une réduction de 25 % ou 50 % sur l'achat de leur Touriskit.</p>	<p><b>AMÉLIORATIONS :</b>  Promouvoir le membership « Aventura VIP » avec des avantages exclusifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-20 % de réduction sur la première excursion.</li> <li>-Tour gratuit pour votre anniversaire (applicable dans certains forfaits).</li> <li>-Réduction additionnelle de 15 % pour les groupes de plus de 25 personnes.</li> </ul>	<p><b>AMÉLIORATIONS :</b>  Organiser des programmes et des expériences personnalisés qui inspirent confiance, et authenticité entre les visiteurs et les communautés locales, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Organiser des expériences thématiques comme : des pique-niques au coucher du soleil, des espaces artistiques pour dessiner et peindre, et des ateliers artisanaux avec des artisans locaux.</li> <li>-Des activités culturelles pour renforcer l'identité locale et l'hospitalité envers les visiteurs.</li> </ul>
--	---	---

<sup>44</sup>. MEMBERSHIP (Def. Larousse.fr) : Fait d'être membre d'une organisation, d'un groupe ou d'un club.

<sup>45</sup> ATELIERS (Def. Larousse.fr) : Séances de travail ou d'apprentissage pratiques en groupe.

<sup>46</sup> VISITEURS (Def. Larousse.fr) : Personnes venant voir un endroit, une exposition, un monument, etc.

## **CHAPITRE III**

# **DÉVELOPPEMENT LOCAL À TRAVERS D'UN PRODUIT OU SERVICE TOURISTIQUE.**

## 3.1 PROFIL D'ENTREPRENEUR

### 3.1.1 DEFINITION DE L'ENTREPRENEUR

Un entrepreneur est une personne qui identifie une opportunité commerciale et décide de commencer et de développer un projet entrepreneurial en assumant les risques financiers et personnels associés, afin de générer des bénéfices économiques et/ou sociaux. Le dictionnaire de l'Académie royale espagnole le définit comme une personne « qui entreprend avec détermination des actions ou des entreprises innovantes ». (Real Academia Española, 2024).

En termes généraux, on peut dire qu'un entrepreneur a la capacité de détecter un besoin ou un problème sur le marché, développer une solution innovante qui y répond, transformer cette solution en une entreprise viable et assumer l'entière responsabilité du succès ou de l'échec du projet. En plus de la recherche de rentabilité, les entrepreneurs sont souvent motivés par le désir d'avoir un impact positif sur la société, en favorisant le changement et l'amélioration continue. Selon Hisrich et Peters (2018), l'entrepreneur est « celui qui lance, organise et assume le risque d'une entreprise ou commerce avec l'objectif d'obtenir des bénéfices et d'apporter de nouvelles solutions au marché » (p. 34). Ce processus implique du leadership, de la créativité et la disposition à faire face à l'incertitude. De même, Drucker (2015) souligne que l'entrepreneuriat n'est pas un acte isolé, mais une pratique systématique qui recherche l'innovation continue. Pour cette raison, notre tour-opérateur AVENTOURISME peut être considéré un agent de transformation, capable de convertir des idées en réalités durables qui bénéficient à la fois à l'environnement économique et social. Notre rôle est essentiel pour la croissance du pays, la création d'emplois et la promotion du développement d'un tourisme durable.



Figure 53. (Business Empresarial, 2023)

<sup>47</sup> ENTREPRENEUR: (Def.Larousse.fr): Chef d'entreprise spécialisé dans la construction, les travaux publics, les travaux d'habitation.

### 3.1.2 CARACTÉRISTIQUES ET COMPÉTENCES D'UN ENTREPRENEUR

L'entrepreneur se distingue par une série de caractéristiques personnelles qui lui permettent de relever les défis du marché actuel. Parmi celles-ci, on peut citer la créativité, la résilience, la persévérance et la vision à long terme. Ces qualités l'aident à rester ferme malgré les obstacles et à rechercher des solutions innovantes.

De plus, il possède des compétences professionnelles essentielles telles que la prise de décisions stratégiques, la gestion efficace des ressources, la communication assertive, le leadership collaboratif et la capacité à travailler sous pression. Selon Chiavenato (2017), le succès d'un entrepreneur dépend en grande partie de sa capacité à diriger des personnes, à planifier des objectifs et à s'adapter aux changements constants de l'environnement commercial. Par ailleurs, le développement des compétences digitales et de l'intelligence émotionnelle sont des aspects de plus en plus valorisés, car ils permettent à l'entrepreneur d'évoluer dans des environnements mondialisés et compétitifs. Selon l'Organisation internationale du travail (OIT, 2020), les compétences entrepreneuriales doivent intégrer des caractéristiques techniques, sociales et éthiques afin d'atteindre un équilibre entre la productivité et la responsabilité sociale.

Alors, Dans le cas de l'AVENTOURISME, ces compétences font partie intégrante de la personnalité de l'entrepreneur, car elles combinent les traits individuels avec le comportement professionnel pour donner vie à un projet orienté vers l'innovation et le développement durable. Selon Dyer (1994), les entrepreneurs qui créent des entreprises possèdent des caractéristiques distinctives telles que la tolérance à l'ambiguïté, l'engagement, la recherche d'opportunités, l'indépendance, la motivation pour la réussite et la capacité à prendre des risques. Ces qualités déterminent leur personnalité et les poussent à s'impliquer activement dans des activités génératrices de valeur et de croissance.

De même, Bygrave (1989) affirme que l'intention entrepreneuriale apparaît lorsqu'un individu présente un haut degré de motivation pour la réussite, le contrôle et la propension au risque. De même, Robinson et al. (1991) soutiennent que la confiance en soi et la motivation pour la réussite permettent à l'entrepreneur d'innover, de diriger et de contrôler efficacement son entreprise.

Donc, Aventourisme ces caractéristiques se traduisent par la capacité à identifier les opportunités touristiques, à créer des expériences authentiques et à mener chaque projet avec enthousiasme. La persévérance, la créativité et la responsabilité sociale sont les piliers du comportement entrepreneurial, ce qui consolide Aventourisme comme une initiative engagée dans l'excellence et le tourisme durable.

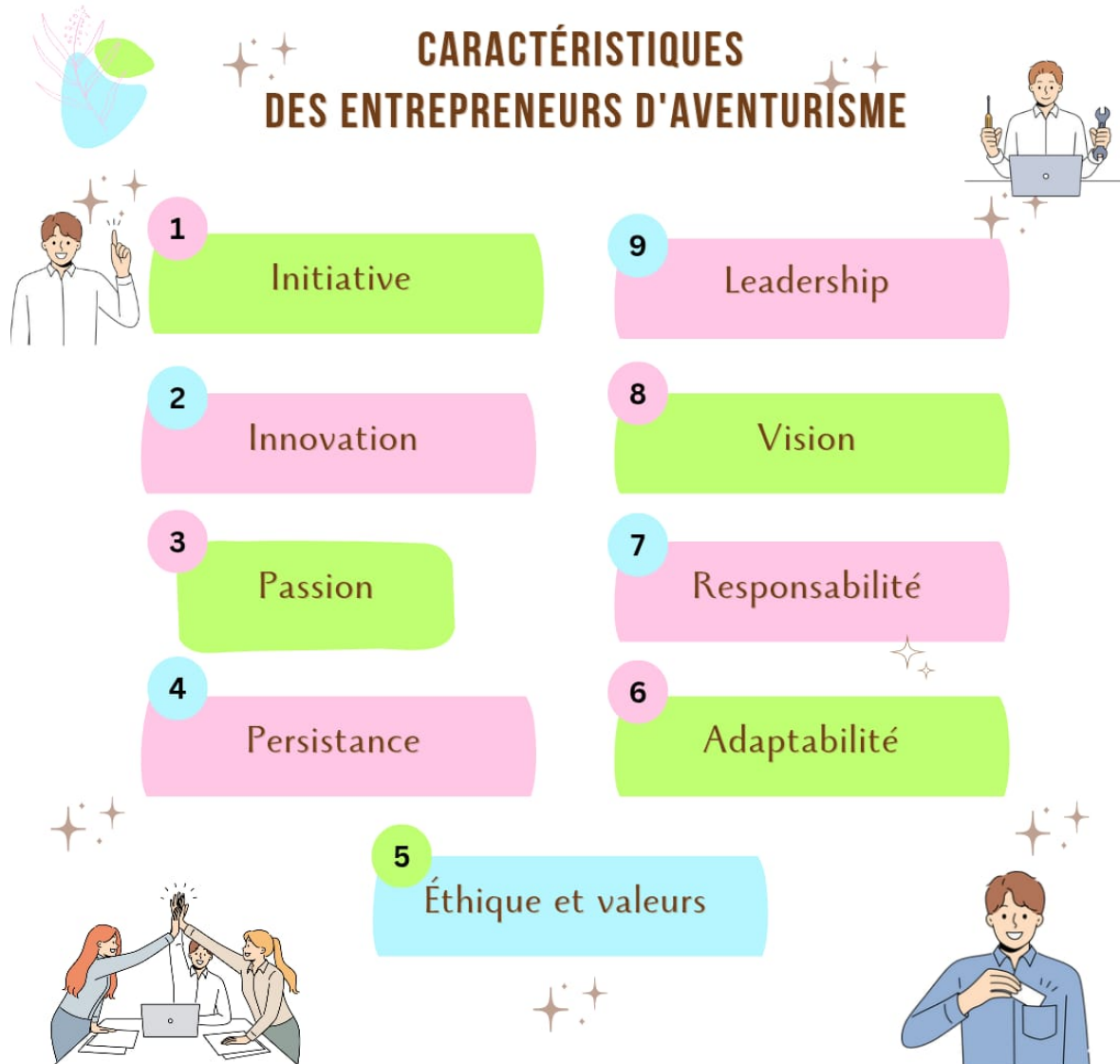


Figure 54. (Aventourisme, 2025)

<sup>48</sup> COMPÉTENCES (Def.Larousse.fr): Capacité reconnue en telle ou telle matière en raison de connaissances possédées et qui donne le droit d'en juger.

<sup>49</sup> INNOVATION (Def.Larousse.fr): Introduction, dans le processus de production et/ou de vente d'un produit, d'un équipement ou d'un procédé nouveau.

### 3.1.3 TYPES D'ENTREPRENEURS

Il existe différents types d'entrepreneurs, chacun caractérisé par sa motivation, sa manière d'agir et la nature de son projet. Cette diversité reflète les multiples approches possibles dans la création et le développement d'entreprises, y compris dans le secteur du tourisme durable.

#### 1. L'entrepreneur innovant

Ce type d'entrepreneur se distingue par sa créativité et sa capacité à transformer une idée en un produit ou un service original. Il recherche constamment de nouvelles solutions pour répondre aux besoins du marché. Dans le cas d'Aventourisme, cette innovation se traduit par la conception d'expériences touristiques uniques qui combinent aventure, nature et culture locale, offrant au visiteur une immersion authentique et responsable.

#### 2. L'entrepreneur opportuniste

Motivé par l'observation et l'analyse du marché, cet entrepreneur sait détecter les tendances émergentes et profiter des opportunités de croissance. Aventourisme adopte également cette approche en identifiant les zones à fort potentiel touristique en El Salvador, en valorisant les destinations moins connues et en diversifiant ses circuits en fonction de la demande et des préférences des touristes.

#### 3. L'entrepreneur social

Animé par le désir d'avoir un impact positif sur la société, il combine rentabilité économique et responsabilité sociale et environnementale. Cette dimension est fondamentale pour Aventourisme, qui promeut le tourisme durable, soutient les communautés locales et sensibilise à la préservation de la nature.

#### 4. L'entrepreneur administratif ou gestionnaire

Ce profil est centré sur l'organisation, la planification et la gestion efficace des ressources humaines et financières. Dans le cas d'Aventourisme, cette compétence se manifeste par une coordination rigoureuse des activités, la formation du personnel et des alliances stratégiques avec les acteurs locaux du tourisme.

---

<sup>50</sup> MARCHÉ (Def.Larousse.fr): Lieu théorique où se rencontrent l'offre et la demande.

<sup>51</sup> DURABLE (Def.Larousse.fr): Qui prend en compte l'avenir de la planète.

## **5. L'entrepreneur visionnaire.**

Guidé par une intuition forte et une vision claire du futur, il inspire les autres et oriente son entreprise vers des objectifs à long terme. Aventourisme s'identifie à ce type d'entrepreneur, car notre projet est basé sur une vision durable du tourisme salvadorien, cherchant à positionner le pays comme une destination d'aventure, de culture et de respect de l'environnement. Comme le soulignent Bygrave et Zacharakis (2021), les différents types d'entrepreneurs ont un point commun : la capacité de transformer des idées en réalités tangibles qui contribuent au développement économique et social. Par conséquent, Aventourisme intègre plusieurs de ces dimensions entrepreneuriales innovation, responsabilité sociale, gestion stratégique et vision à long terme pour former un modèle d'entreprise cohérent et éthique.

### **3.1.4 RESPONSABILITÉ DE L'ENTREPRENEUR**

La responsabilité de l'entrepreneur est bien plus que juste créer une entreprise. Ce concept englobe la capacité de diriger de façon éthique, de prendre des décisions conscientes et de contribuer positivement à la société et à l'environnement. Un entrepreneur responsable agit avec intégrité, assume les conséquences de ses décisions et cherche à équilibrer la rentabilité économique et le bien-être collectif. Selon Kotler et Keller (2020), la durabilité des entreprises est devenue une obligation morale, car les entreprises et les entrepreneurs sont des agents directs du changement dans la société. Cela inclut des pratiques telles que l'utilisation responsable des ressources, la promotion d'un emploi décent, l'égalité des sexes, l'inclusion et le respect des réglementations fiscales et du travail.

Ainsi, un entrepreneur responsable contribue à la réalisation des Objectifs de Développement Durable (ODD) proposés par l'ONU (2015), en promouvant une croissance économique inclusive et la réduction des inégalités. De cette manière, l'entrepreneuriat devient un outil non seulement de progrès individuel, mais aussi de transformation sociale positive. Dans le cadre d'Aventourisme, cette responsabilité se manifeste à plusieurs niveaux. Sur le plan économique, en tant qu'entrepreneurs, on veille à une gestion transparente.

---

<sup>52</sup> ÉTHIQUE (Def.Larousse.fr): Partie de la philosophie qui envisage les fondements de la morale.

<sup>53</sup> DÉVELOPPEMENT (Def.Larousse.fr): Fait pour quelque chose de progresser, de s'accroître, de prendre de l'importance ; essor, expansion : Développement industriel d'une région.

Sur le plan social, on encourage l'emploi local, la collaboration avec les communautés et la valorisation du patrimoine culturel salvadorien. Enfin, sur le plan environnemental, Aventourisme adopte des pratiques durables qui minimisent l'impact écologique de ses activités touristiques. Aussi, être un entrepreneur responsable, cela signifie également inspirer les autres avec l'exemple : promouvoir l'éducation environnementale, promouvoir un tourisme respectueux et renforcer la conscience collective sur la préservation de la nature.

De cette façon, la responsabilité d'Aventourisme ne se limite pas à la gestion d'un projet, mais s'inscrit dans une mission de développement durable, où chaque action contribue à construire un modèle de tourisme éthique et engagé envers les générations futures.

### 3.1.5 DÉFIS ET OPPORTUNITÉS

Créer une entreprise est un défi complexe qui nécessite une vision, une planification et de la persévérance. Hisrich et Peters (2018) soulignent que l'entrepreneuriat implique d'identifier des opportunités, d'organiser des ressources et de prendre des risques ; comprendre et planifier ces défis augmente les chances de réussite. Ainsi, fonder une entreprise n'est pas une tâche facile, mais lancer un projet peut s'avérer plus simple si l'on comprend les défis auxquels sont confrontés les entrepreneurs, car l'expérience devient plus enrichissante tant sur le plan personnel que professionnel lorsque ces défis sont clairement définis. Cette perspective souligne que les connaissances et la préparation sont des facteurs déterminants pour atteindre la durabilité et la croissance dans le cadre du processus entrepreneurial.



Figure 55. Retos y oportunidades del comportamiento organizacional (Guadalupe, 2021).

<sup>54</sup> DÉFI (Def.Larousse.fr): Action de provoquer quelqu'un en combat singulier, à une compétition.

<sup>55</sup> RÉSILIENCE (Def.Larousse.fr): Aptitude d'un individu à se construire et à vivre de manière satisfaisante en dépit de circonstances traumatiques.

Il est important d'être bien conscient des défis et des opportunités qui s'offrent à on. Il faut être prêt à relever tous les défis. De plus, il est essentiel d'avoir une planification stratégique, une compréhension approfondie du marché que l'on souhaite conquérir et de s'entourer d'une équipe engagée. La résilience, l'adaptabilité et une gestion efficace des ressources jouent également un rôle clé dans la réussite de toute entreprise. Comprendre dès le départ que des obstacles surgiront permet de développer les compétences nécessaires pour les surmonter et de transformer les difficultés en opportunités d'apprentissage et de croissance.

### **Voici quelques défis que les entrepreneurs peuvent trouver :**

#### **1. Trouver l'équilibre**

Trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie de travail est essentiel pour tout entrepreneur. Outre les exigences de l'entreprise, il est important de consacrer du temps au repos et au bien-être personnel. Maintenir cet équilibre contribue à une meilleure santé mentale, à une productivité accrue et à une prise de décision plus réfléchie.

#### **2. Trouver de bons travailleurs**

L'une des principales préoccupations lors de la création d'une entreprise est de constituer une équipe solide. Attirer et fidéliser les bons talents peut s'avérer un défi majeur, surtout en début de projet. S'entourer de collaborateurs engagés, aux compétences complémentaires et en phase avec les valeurs de l'entreprise est essentiel à sa croissance et à sa pérennité.

#### **3. Surmonter la peur**

Lorsqu'on lance une entreprise, il est normal de craindre l'échec, de perdre de l'argent, de décevoir les autres, d'avoir des problèmes avec les clients, de s'endetter auprès des fournisseurs, etc.

#### **4. Prendre l'initiative**

Faire le premier pas et lancer une idée est l'un des plus grands défis de l'entrepreneuriat.

---

<sup>56</sup> ZONE DE CONFORT (Def.Larousse.fr): Ensemble des habitudes, des croyances intégrées, des savoir-faire maîtrisés qui procurent à quelqu'un un sentiment de sécurité.

<sup>57</sup> DIVERSIFICATION (Def.Larousse.fr): Élargissement de la gamme des activités et/ou des marchés auxquels une entreprise se consacre.

Cela implique de sortir de sa zone de confort et d'affronter l'incertitude. Le simple fait d'essayer est un acte de courage, car cela permet de lancer un projet qui, avec des efforts et du dévouement, peut devenir réalité et avoir le potentiel de prospérer.

## **5. Proposer quelque chose de différent**

Sur un marché concurrentiel, proposer le même produit ou service que d'autres entreprises rendent difficile la différenciation et la réussite. Au contraire, privilégier l'innovation, rompre avec les codes établis et proposer une valeur unique est essentiel pour capter l'attention du public. En plus des défis, les entrepreneurs sont confrontés à de nombreuses opportunités de réussite. En les saisissant, ils peuvent améliorer leurs chances de bâtir une entreprise prospère et durable. (Muñoz Galeano, 2023)

### **Voici quelques opportunités que les entrepreneurs peuvent trouver :**

#### **1. Innovation technologique**

La technologie évolue constamment et représente une grande opportunité pour les entrepreneurs. Disposer des outils technologiques appropriés permet d'améliorer les processus internes, d'optimiser l'efficacité opérationnelle, d'enrichir l'expérience client et d'élargir la portée de l'entreprise. Aujourd'hui, l'expansion du monde numérique a ouvert de nouvelles possibilités, permettant de créer des entreprises prospères depuis chez soi, grâce à la popularité croissante des affaires en ligne.

#### **2. Demande de nouveaux produits et services**

La demande croissante de nouveaux produits et services offre également des opportunités aux entrepreneurs. Les changements dans les habitudes de consommation ainsi que le besoin de solutions plus personnalisées et spécialisées ont ouvert de nouvelles perspectives. Les idées d'entreprise qui proposent des solutions innovantes et uniques pour les consommateurs ont une plus grande probabilité de réussite.

#### **3. Collaborations et associations**

Les collaborations et les associations peuvent élargir la portée d'une entreprise, renforcer sa crédibilité et accroître sa capacité à offrir des solutions plus complètes, répondant ainsi plus efficacement aux besoins des consommateurs. De plus, les associations offrent des opportunités d'apprentissage auprès d'autres entrepreneurs et permettent de développer des compétences entrepreneuriales précieuses.

#### 4. Diversification

La diversification est une opportunité importante pour les entrepreneurs. En diversifiant leur offre de produits ou de services, les entrepreneurs peuvent réduire les risques et élargir leur base de clients. La diversification peut également offrir des opportunités de croissance dans des domaines d'activité complémentaires.

### 3.2 NICHE DE MARCHÉ : DEFINITION



Figure 56. ¿Qué Es un Nicho de Mercado? Características y Ejemplos (BambooBusinessHub, 2024).

#### 3.2.1 DEFINITION

Un marché de niche est un segment spécifique et bien défini d'un marché plus large, caractérisé par des besoins et des préférences spécifiques. Ce segment peut être déterminé par divers facteurs tels que la démographie, les centres d'intérêt, les habitudes de consommation et d'autres caractéristiques différenciatrices. (Gandía,2025) En effet, 81 % des consommateurs espagnols déclarent préférer acheter des produits durables, même si 68 % admettent avoir encore du mal à les identifier sur le marché (Europa, 2024). Cette tendance démontre comment l'identification d'un marché de niche permet aux entreprises de concentrer leurs efforts sur un groupe spécifique de consommateurs, ce qui peut se traduire par une meilleure satisfaction client et une plus grande fidélité à la marque (Gandía, 2025).

---

<sup>58</sup> DÉMOGRAPHIE (Def.Larousse.fr): Étude des populations humaines, de leur état, de leur mouvement ainsi que des facteurs (biologiques, socioculturels, etc.) agissant sur ces caractéristiques.

<sup>59</sup> TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES (Def.Visees) Regroupe les outils, systèmes, appareils et ressources électroniques qui génèrent, stockent ou traitent des données tels que les médias sociaux, les jeux en ligne, les appareils multimédias et les téléphones mobiles.

Opérer sur un marché de niche permet aux entreprises de réduire la concurrence directe en se positionnant sur des créneaux sous-exploités par les grandes marques. Cela facilite la spécialisation et la capacité à proposer des propositions de valeur uniques et personnalisées aux clients. Par exemple, les marques exclusivement dédiées aux produits véganes pour les personnes ne consommant pas d'aliments d'origine animale, ou les cosmétiques pour peaux sensibles aux ingrédients naturels, illustrent parfaitement la manière dont les niches permettent à chaque entreprise de développer une identité forte et différenciée.

De plus, grâce aux progrès des technologies numériques et du marketing, il est désormais plus facile que jamais d'identifier, d'analyser et de cibler ces niches grâce à des campagnes ciblées, utilisant les réseaux sociaux et des stratégies de contenu en résonance avec leurs valeurs et leurs intérêts. Ainsi, se concentrer sur une niche améliore non seulement les performances commerciales, mais renforce également la relation marque-client grâce à une communication plus étroite et plus pertinente. Les marques peuvent ainsi proposer des expériences personnalisées, en adaptant leurs messages, produits et services aux attentes de la niche, ce qui accroît la fidélité et la satisfaction client. Une relation plus étroite avec les clients permet un retour d'information plus direct et précieux, facilitant ainsi l'amélioration continue de l'offre et de la communication de la marque.

### **3.2.2 IMPORTANCE DES NICHES DE MARCHÉ**

Selon Clientify (2025), les niches de marché permettent aux entreprises de se concentrer sur des segments spécifiques, réduisant ainsi la concurrence et améliorant l'efficacité marketing, favorisant ainsi une plus grande fidélisation client.

#### **1. Orientation client :**

Choisir une niche de marché spécifique permet à une entreprise de mieux cerner et comprendre ses besoins, facilitant ainsi la création de produits et services plus adaptés à son public cible.

---

<sup>60</sup> PUBLIC CIBLE (Def.Unity): Un public cible identifie la démographie spécifique pour laquelle un produit est conçu, en tenant compte de facteurs tels que l'âge, les intérêts, les compétences techniques et les préférences de plateforme pour guider les décisions de conception qui rencontreront un écho auprès des utilisateurs visés.

## **2. Concurrence réduite:**

Les niches sont généralement moins saturées que les marchés de masse, ce qui réduit la concurrence directe et offre de meilleures opportunités de se démarquer.

## **3. Efficacité marketing:**

Au lieu d'investir dans des campagnes de grande envergure couvrant des publics variés, des stratégies plus précises et plus efficaces peuvent être élaborées, optimisant budget, temps et efforts, le tout dans le but d'offrir la meilleure expérience client.

## **4. Fidélisation client :**

Servir une niche de marché spécifique augmente la probabilité que les clients considèrent pour de futurs services, générant ainsi une plus grande fidélité à notre entreprise.

### **3.2.3 TYPES DE NICHES DE MARCHÉ**

Une niche de marché est définie comme un segment spécifique du marché présentant des caractéristiques, des besoins et des préférences particuliers qui le différencient du marché général (Kotler & Keller, 2016). L'identification d'une niche permet aux entreprises de concentrer leurs efforts sur un groupe spécifique de consommateurs, en proposant des produits ou des services hautement personnalisés qui augmentent la satisfaction et la fidélité des clients. Cette stratégie est particulièrement utile pour les petites et moyennes entreprises qui cherchent à concurrencer les grandes sociétés, car elle leur permet de tirer parti d'opportunités uniques et de développer des avantages concurrentiels durables.

#### **Voici les principaux types de niches de marché et des exemples pour chacun d'entre eux:**

### **1. Niches démographiques :**

Basées sur des caractéristiques telles que l'âge, le sexe, les revenus, le niveau d'études, l'état civil, etc. Elles permettent de cibler un groupe spécifique avec des besoins souvent liés à ces paramètres.

---

<sup>61</sup> ENVERGURE (Def.Larousse.fr): Capacité, puissance de quelqu'un, ampleur de son intelligence, de sa volonté, poids de sa personnalité.

<sup>62</sup> TECHNOLOGIE DE POINTE (Def. Google): Les techniques et systèmes les plus avancés et innovants dans un domaine, caractérisés par des connaissances scientifiques poussées et l'utilisation de matériel sophistiqué.

## **2. Niches géographiques :**

Ciblées sur une zone spécifique, comme une ville, une région ou un pays. Elles sont utiles pour les entreprises qui souhaitent adapter leurs offres en fonction des spécificités locales.

## **3. Niches psychographiques :**

Basées sur les modes de vie, les personnalités, les valeurs et les attitudes. Cela permet un marketing plus ciblé basé sur la psychologie et les préférences profondes du public.

## **4. Niches comportementales :**

Liées aux habitudes d'achat et d'utilisation des produits. Concernent les habitudes d'achat, de consommation, la fréquence d'utilisation des produits ou services, ou encore la fidélité à une marque. Elles aident à comprendre le comportement réel des clients.

## **5. Niches sectorielles :**

Axées sur les besoins spécifiques de certains secteurs ou professions. Axées sur les besoins spécifiques de certains secteurs industriels ou professions, elles permettent d'adresser des solutions précises adaptées aux contraintes et exigences propres à ces domaines.

## **6. Niches technologiques :**

Ciblant les consommateurs intéressés par certains types de technologies ou produits technologiques de pointe. Elles sont souvent liées à des segments avant-gardistes et très spécialisés.

### **3.2.4 EXEMPLES DE NICHERS DE MARCHÉ**

Identifier les niches de marché permet aux entreprises de concentrer leurs ressources et leurs stratégies sur des groupes de consommateurs présentant des caractéristiques, des besoins ou des intérêts spécifiques, ce qui augmente l'efficacité du marketing et la fidélisation des clients.

Voici quelques exemples représentatifs de niches de marché, classés selon différents critères de segmentation.

## 1. Restaurant à thème

Lieux proposant des expériences immersives avec des menus et une décoration inspirée d'un thème spécifique (cinéma, fantastique, historique), un concept encore peu exploré en Espagne.



Figure 57. (Sortir à paris, 2025)

## 2. Organisateur d'événements éco-responsables

Services spécialisés dans les mariages, communions et anniversaires durables, réduisant les déchets et utilisant des produits locaux et écologiques.



Figure 58. (Vincci Expert, 2023)

---

<sup>63</sup> ÉCO-RESPONSABLE (Def.Larousse.fr): Qui cherche à intégrer des mesures de protection de l'environnement dans ses activités, ses principes, etc : Entreprise, démarche écoresponsable.

### 3. Services d'impression 3D personnalisés

Des prothèses médicales aux pièces industrielles en passant par des décorations uniques, un service personnalisé à fort potentiel et peu concurrentiel.

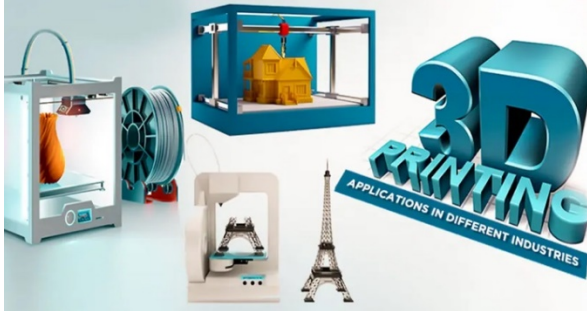


Figure 59. (Gloria, 2024)

### 4. Livraison de carburant à domicile

Le ravitaillement en carburant des véhicules directement à domicile ou au bureau est idéal pour les flottes d'entreprise ou les clients en quête de commodité.



Figure 60. (Alberto Payo, 2018)

### 5. Distributeurs automatiques de produits sains

Des collations saines telles que des fruits, des noix ou des salades sont disponibles sur les lieux de travail, dans les salles de sport et les hôpitaux : un créneau très demandé.

---

<sup>64</sup> IMPRESSION 3D (Def.Larousse.fr): Technique de prototypage rapide réalisée à l'aide de modèles CFAO.



Figure 61. (Olevending, 2025)

## 6. Pépinière

Service d'entretien de plantes en l'absence des propriétaires, conçu pour les amoureux de la nature urbaine.



Figure 62. (Marco Chavarria, 2023)

## 7. Restauration rapide saine

Restauration rapide à base d'ingrédients frais et équilibrés, avec options végétaliennes ou végétariennes.



Figure 63. (Valentina Lopez Rojas, 2023)

---

<sup>65</sup> PÉPINIÈRE (Def.Larousse.fr): Terrain où l'on bouture, marcotte, sème et élève des arbres fruitiers, forestiers ou d'ornement destinés à être replantés.

### 3.2.5 AVANTAGES DU MARKETING DE NICHE

Les niches de marché offrent de nombreux avantages tant pour les entreprises que pour les clients, car elles permettent une attention plus personnalisée et des stratégies plus efficaces. L'Université ESIC affirme que : « Le marketing de niche offre une série d'avantages qui peuvent transformer la manière dont les entreprises se connectent avec leurs clients » (paragr. 5).

Voici quelques avantages:

#### 1. Moins de concurrence.

En se concentrant sur un segment spécifique du marché, il y a moins de concurrents qui offrent exactement la même chose. Cela permet à Aventourisme de se démarquer plus facilement et de positionner la marque rapidement.

#### 2. Fidélisation accrue de la clientèle.

Les clients se sentent compris et valorisés, car le produit ou le service est conçu pour répondre à leurs besoins spécifiques. Cela génère de la loyauté et des recommandations de bouche à oreille.

#### 3. Meilleure connaissance du client

En travaillant avec un groupe réduit et précis, il est plus facile d'étudier et de comprendre ses habitudes, ses préférences et ses problèmes. Cela aide à créer des produits, des messages et des expériences plus personnalisés.

#### 4. Marketing plus efficace

Les stratégies publicitaires peuvent être dirigées directement vers le public cible, ce qui réduit les coûts et augmente l'efficacité. L'Université ESIC l'explique ainsi : « C'est comme utiliser une carte détaillée pour trouver un trésor au lieu d'errer sans but » (paragr. 9).

---

<sup>66</sup> ATTENTION PERSONNALISÉE (Def.Google): C'est une approche qui consiste à adapter les interactions, les offres ou l'enseignement aux besoins, aux préférences et aux caractéristiques uniques de chaque individu.

## **5. Rentabilité accrue**

Même si le public est plus restreint, les clients de niche sont souvent prêts à payer davantage pour des produits ou des services spécialisés et de qualité. L'objectif est donc de générer de meilleures marges de profit.

## **6. Positionnement solide**

Une entreprise peut facilement devenir leader de sa niche, en gagnant une réputation d'experte ou de référence dans son domaine.

### **3.2.6 LES ELEMENTS CLES POUR SELECTIONNER LES NICHES DE MARCHÉ**

On sait que les niches de marché sont fondamentales pour le succès de tout projet ou entreprise. C'est pourquoi on présente ici quelques éléments clés pour pouvoir les sélectionner :

#### **1. Identification des besoins et des problèmes des clients**

Il est essentiel de connaître ce que recherche ou ce dont a besoin le public cible. La niche doit se concentrer sur la résolution d'un problème spécifique ou sur la satisfaction d'un besoin concret qui n'est pas bien couvert par le marché général. Selon Acelera Pyme (2022) : « Connaître les besoins et les caractéristiques de vos clients peut vous donner un avantage sur vos concurrents, en plus d'aider votre entreprise à évoluer plus rapidement. »

#### **2. Segmentation du marché**

Il s'agit de diviser le marché total en groupes plus petits et homogènes selon des critères tels que : l'âge, le genre, le niveau socio-économique, le style de vie, les intérêts, les valeurs et les comportements d'achat, etc. Cela permet de choisir un groupe avec des caractéristiques claires et communes.

#### **3. Taille et potentiel du marché**

La niche doit être suffisamment grande pour être rentable, mais pas trop large afin de ne pas perdre la spécialisation. On analyse la demande actuelle et le potentiel de croissance future.

---

<sup>67</sup> SEGMENTATION (Def.Larousse.fr): Action de segmenter, fait d'être segmenté.

Rentabilité Faculté d'un capital placé ou investi de dégager un résultat ou un gain exprimé en monnaie.

#### **4. Niveau de concurrence**

Il est important d'évaluer combien d'entreprises desservent déjà cette niche autour et quelle est la force de leur présence. Une niche avec peu de concurrence peut être plus accessible, mais cela peut aussi indiquer une faible demande.

#### **5. Rentabilité**

Il faut analyser si la niche permet de générer des bénéfices économiques durables. Certaines niches peuvent être petites mais très rentables grâce à la forte valeur du produit ou à la fidélité des clients.

### **3.2.7 NICHE DE MARCHÉ POUR "AVENTOURISME".**

Selon Marketinhhouse (2018), « une niche de marché est une partie spécifique d'un marché plus large, caractérisée par des besoins, des goûts ou des préférences très particuliers ». En plus, ils soulignent que les stratégies de niche permettent de spécialiser une offre pour un public « très segmenté et avec des besoins homogènes qui ne sont pas encore couverts par le marché général ».

Alors, dans cette perspective, Aventourisme se positionne dans quelques catégories complémentaires qui définissent clairement son public

#### **1. Niche géographique.**

Selon Cooper et al. (2008), « la segmentation géographique permet d'adapter l'offre touristique en fonction de la localisation du client et de l'environnement dans lequel le service est développé » (p. 215). Ainsi, Aventourisme opère sur le territoire d'El Salvador, s'adressant aussi bien aux touristes nationaux et étrangers intéressés par l'exploration des montagnes, des plages, des forêts et des zones protégées du pays.

#### **2. Niche psychographique.**

Kotler et Keller (2016) affirment que « la segmentation psychographique permet de comprendre les consommateurs à partir de leurs modes de vie et de leurs valeurs, au-delà des simples données démographiques » (p. 214). Dans cette optique, Aventourisme s'adresse à des personnes qui ont un mode de vie actif et une affinité pour les loisirs de plein air, l'aventure modérée et le contact avec la nature, âgées de 8 à 55 ans.

### **3. Niche démographique.**

Bien que la proposition exclue certaines tranches d'âge, le segment principal est composé de familles, d'enfants, de jeunes et d'adultes, y compris des personnes âgées en bonne condition physique, qui recherchent des activités récréatives sûres et guidées. Cette approche permet de maintenir l'accessibilité de l'offre sans compromettre la sécurité opérationnelle.

### **4. Niche comportementale.**

Pine et Gilmore (1999) affirment que « les entreprises qui réussissent n'offrent pas des produits, mais des expériences mémorables qui créent un lien émotionnel avec le client » (p. 12). Conformément à cette perspective expérientielle, les utilisateurs d'Aventourisme apprécient les activités qu'ils peuvent pratiquer en groupe ou individuellement, partager sur les réseaux sociaux et se remémorer comme des expériences significatives, se montrant très disposés à recommander ou à renouveler des expériences similaires.

De manière générale, Aventourisme se positionne dans un niche expérientiel composé de personnes qui souhaitent vivre l'aventure de manière sûre, accessible et accompagnée dans les environnements naturels salvadoriens, en priorisant l'émotion, la convivialité et le bien-être plutôt que le luxe ou le statut social.

Ci-dessous représenté dans un tableau :

---

<sup>68</sup> BIEN-ÊTRE (Def.Larousse.fr): État agréable résultant de la satisfaction des besoins du corps et du calme de l'esprit.

Table 2 : Type de niche

Type de niche	Description	Application pour Aventourisme
<b>Géographique</b>	Segmentation basée sur la localisation du client.	Les touristes nationaux et étrangers qui se trouvent en El Salvador et souhaitent découvrir les montagnes, les plages, les forêts et les zones protégées.
<b>Psychographique</b>	Segmentation basée sur le mode de vie, les préférences, les motivations et les valeurs.	Personnes qui aiment l'aventure, la nature et les activités de plein air, et qui recherchent des expériences passionnantes et sûres.
<b>Démographique</b>	Segmentation par âge, sexe, revenus, etc.	Familles, jeunes et adultes, incluant les personnes de troisième âge en bonne condition physique ; restriction stricte en fonction de la tranche d'âge.
<b>Comportemental</b>	Segmentation selon le comportement et les préférences de consommation.	Les touristes qui apprécient les expériences mémorables, la possibilité de répéter des activités, de profiter en groupe et de recommander les services.

### 3.3.1 LOGO

Le logo d'Aventourisme reflète l'identité visuelle d'un voyageur spécialisé dans le tourisme d'aventure et de nature. Son design circulaire symbolise le lien continu entre l'être humain et l'environnement naturel, ainsi que la vision globale de la marque en faveur d'un tourisme durable. Au centre, on voit un paysage composé de montagnes, d'un lac et d'arbres, des éléments qui évoquent la liberté, l'exploration et l'équilibre environnemental. La palette de couleurs combine des tons chauds et froids oranges, verts et bleus qui transmettent l'énergie, la sérénité et le respect de la nature.



*"Explorer, rêver et ressentir, c'est l'essence de vivre"*

Figure 64. (Aventourisme, 2025)

La typographie utilisée est moderne et élégante, ce qui contribue à projeter une image professionnelle, fiable et engagée dans la qualité du service. L'inscription « Depuis 2025 » indique l'année de création de l'entreprise, positionnant Aventourisme comme une initiative récente, tournée vers le développement durable et l'innovation dans le secteur du tourisme.

La devise « Explorer, rêver et ressentir, c'est l'essence de vivre », résume la philosophie de la marque. Cette phrase représente une invitation à vivre des expériences authentiques qui stimulent les sens et renforcent le lien émotionnel avec la nature. Elle exprime également la conviction que le tourisme d'aventure n'implique pas seulement un déplacement physique, mais aussi une expérience intérieure qui favorise l'épanouissement personnel et l'appréciation de l'environnement.

### **3.4.1 SLOGAN**

Le slogan « Explorer, rêver et ressentir, c'est l'essence de vivre » reflète parfaitement la philosophie d'Aventourisme. Il incite les voyageurs à découvrir de nouveaux lieux (Explorer), à laisser libre cours à leur imagination et à leurs rêves (Rêver) et à vivre pleinement chaque expérience, en se connectant avec la nature et la culture locales (Res sentir).

Pour Aventourisme, ce slogan résume la mission du tour-opérateur : offrir des expériences authentiques et immersives dans le tourisme de nature et d'aventure, tout en valorisant le patrimoine naturel et culturel du Salvador. Il traduit également l'engagement envers un tourisme responsable, durable et enrichissant, qui fait de chaque voyage un moment unique et inoubliable.

### **3.5.1 VISION**

Être le tour-opérateur de tourisme d'aventure et de nature de référence, reconnu à l'international pour ses standards élevés de qualité, de durabilité et d'innovation, en offrant des expériences exceptionnelles qui favorisent le développement durable et une véritable connexion avec la biodiversité dans chaque destination dans notre pays.

### 3.6.1 MISSION

Offrir des services de tourisme d'aventure et de nature qui procurent des expériences uniques et sûres, en favorisant le respect de l'environnement, la durabilité et le développement local, tout en créant une connexion authentique entre les voyageurs et la biodiversité de notre pays.

### 3.7.1 VALEURS

L'objectif du tour-opérateur Aventourisme est d'être identifié et reconnu pour les valeurs énumérées ci-dessous, qui seront respectées quotidiennement par l'ensemble de la communauté de l'agence, afin de garantir un service de qualité, promouvoir un tourisme durable et renforcer les liens avec les clients et les communautés locales.

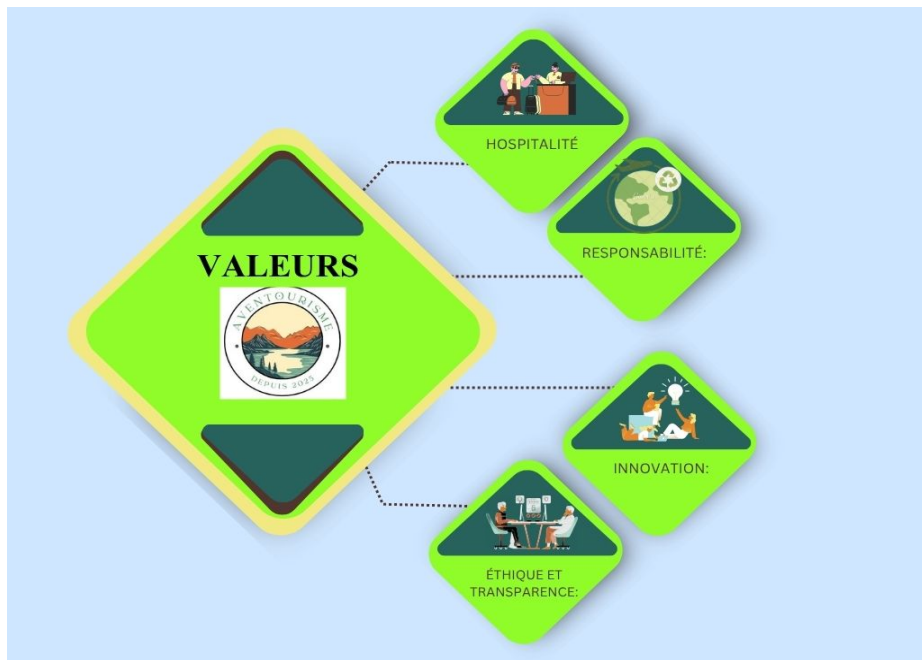


Figure 65. (Aventourisme, 2025)

#### 1. Hospitalité:

Traiter le client comme un invité spécial, avec gentillesse et proximité.

#### 2. Responsabilité:

Être responsable envers les clients (sécurité, respect des engagements) ainsi qu'envers l'environnement et la communauté locale.

### **3. Innovation:**

Rechercher de nouvelles expériences créatives qui rendent le service unique et mémorable.

### **4. Éthique et transparence:**

Être clair sur les prix, les services et les conditions ; ne pas tromper le client ni promettre plus que ce qu'on peut offrir.

## SOURCES

- Acelera Pyme. (2022, febrero). *¿Qué es un nicho de mercado y cómo encontrarlo?* <https://www.acelerapyme.es/recursos/articulo/que-es-un-nicho-de-mercado-y-como-encontrarlo>
- Acteur du Tourisme Durable. (2024, 23 julio). <https://www.tourisme-durable.org/le-tourisme-durable/>
- Aquaportail. (2009, 5 mai). Alluvion <https://www.aquaportail.com/dictionnaire/definition/4768/all>
- Business Empresarial. (2023, 22 marzo). *Cinco consejos para aumentar la competitividad de emprendedores y bodegueros en el mercado*. Recuperado el 30 de octubre de 2025, de <https://www.businessempresarial.com.pe/cinco-consejos-para-aumentar-la-competitividad-de-emprendedores-y-bodegueros-en-el-mercado/>
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2021). *Entrepreneurship* (5th ed.). Wiley.
- Callabed, J. (2022, 18 oct.). *Las lecciones de la Antigüedad*. Real Academia Europea de Doctores. Recuperado el 30 de octubre de 2025, de <https://raed.academy/las-lecciones-de-la-antiguedad/>
- Caner, L., & Bourgeon, G. (2001). *Andisols of the Nilgiri highlands: New insight into their classification, age and genesis*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Andisols-of-the-Nilgiri-highlands%3A-new-insight-into-Caner-Bourgeon/9b807c52098bdcf02d2446ab83896789938955a3>
- Chavarría, M. (2023, 16 de agosto). *Abre el primer hospital y guardería de plantas para tus vacaciones*. *La Razón*. [https://www.larazon.es/madrid/abre-primer-hospital-guarderia-plantas-tus-vacaciones\\_2023081664dc880a9598e30001c1b74b.html](https://www.larazon.es/madrid/abre-primer-hospital-guarderia-plantas-tus-vacaciones_2023081664dc880a9598e30001c1b74b.html)
- Chiavenato, I. (2017). *Administración: Teoría, proceso y práctica* (4.ª ed.). McGraw-Hill.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4.ª ed.). Pearson Education.

- ElSalvadorEsBello. (2019, 18 enero). *Parque natural Puerta del Diablo, El Salvador* [Fotografía]. Recuperado el 30 de octubre de 2025, de <https://elsalvadoresbello.com/tema/puerta-del-diablo/>
- El Salvador Travel. (s. f.). *Laguna de Alegría* [Fotografía]. Recuperado el 30 de octubre de 2025, de <https://elsalvador.travel/destination/laguna-de-alegría/>
- David Parejo. (s.f.). *Tipos de suelo de El Salvador*. Scribd. <https://es.scribd.com/document/356843367/Tipos-de-Suelos-de-El-Salvador>
- Diccionario de la Real Academia Española. (2024). *Emprendedor*. <https://dle.rae.es/emprendedor>
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Routledge.
- Edwin Saul Hernández Reyes. (2021). *Historia del turismo en El Salvador; tipología del turismo*. Universidad de El Salvador. <https://www.slideshare.net/edwinreyes111/historia-del-turismo-en-el-salvador-tipologia-del-turismo>
- ESIC. (2024, agosto). *Marketing de nicho: qué es y qué ventajas tiene*. ESIC Business & Marketing School. <https://share.google/o6kX41SBzkfrpBMkB>
- Esneca Business School. (2024). *La historia del turismo*. <https://www.esneca.com/blog/origen-historia-turismo/>
- Europa Press. (2024, 13 de noviembre). *El 81 % de los españoles prefiere los productos sostenibles, pero un 68 % no sabe identificarlos, según Amazon*. <https://www.europapress.es/economia/noticia-81-espanoles-prefiere-productos-sostenibles-68-no-sabe-identificarlos-amazon-20241113140142.html>
- Diana, C. (s. f). Todo lo que debes saber del turismo de aventura. <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-turismo-de-aventura.html>
- Diario La Huella. (2025, febrero 10). *La sopa de gallina india de El Salvador, entre las mejores del mundo – Taste Atlas*. Diario La Huella. <https://diariolahuella.com/la-sopa-de-gallina-india-de-el-salvador-entre-las-mejores-del-mundo-taste-atlas/>
- Díaz, C. (2024, septiembre 7). *Fiesta de los Farolitos se apodera de las calles de Ahuachapán*. El Salvador. <https://www.elsalvador.com/entretenimiento/turismo/ahuachapan-fieta-farolitos-tradiciones-iluminaron-calles/1167044/2024/>

- El turismo en la Agenda 2030. (s. f.). <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20tiene%20la,los%20que%20depende%20el%20turismo>
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. (2020). *Guía del patrimonio cultural inmaterial de El Salvador*.  
<http://repo.fundasal.org.sv/283/1/Guía%20del%20patrimonio%20cultural%20inmaterial.pdf>
- Gandía, R. (2025, 27 de agosto). *¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos*. Clientify. <https://clientify.com/blog/marketing/nicho-mercado-tipos-ejemplos>
- Harvard Business School Press. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. (B. Joseph Pine & J. H. Gilmore).  
[https://books.google.com/books/about/The\\_Experience\\_Economy.html?id=5hs-tyRrSXMC](https://books.google.com/books/about/The_Experience_Economy.html?id=5hs-tyRrSXMC)
- Hermandad de La Exaltación. (s. f.). *Santa Catalina de Alejandría*. <https://www.laexaltacion.org/santa-catalina-de-alejandria/>
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2018). *Entrepreneurship (11th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Ignacio. (2023). *¿Qué es un Latosol, en el contexto de la agricultura?* Linda Fazenda. <https://lindafazenda.com/que-es-un-latosol-en-el-contexto-de-la-agricultura/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (14.ª ed.)*. Pearson.  
[https://library.uniq.edu.iq/storage/books/file/kotler\\_keller\\_marketing\\_management\\_14th\\_edition/1666787488kotler\\_keller\\_-\\_marketing\\_management\\_14th\\_edition.pdf](https://library.uniq.edu.iq/storage/books/file/kotler_keller_marketing_management_14th_edition/1666787488kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Dirección de marketing (16.ª ed.)*. Pearson Educación.
- Liburd, D.J. & Edwards, D.D. (2018) *Collaboration for Sustainable Tourism Development*. Oxford: Goodfellow Publishers.  
<https://doi.org/10.23912/9781911635000-3879>
- Longsheng Manufacturing. (2024, 28 de octubre). *¿Cuáles son las aplicaciones de la impresión 3D?* <https://www.lsrpf.com/es/blog/what-are-the-applications-of-3d-printing>

- López Rojas, V. (2023, 7 de octubre). *¿Comida rápida saludable? Aquí las razones de por qué es un excelente emprendimiento*. Tentulogo. <https://tentulogo.com/comida-rapida-saludable-aqui-las-razones-de-por-que-es-un-excelente-emprendimiento/>
- MarketinHouse. (2025, agosto). *Mercado competitivo a través de 5 ejemplos de nicho de mercado*. Marketinhouse. <https://www.marketinhouse.es/5-ejemplos-de-nicho-de-mercado>
- Mendoza, I. (2019, marzo 9). *¿Te gustan así? Se preparan los jocotes y mangos en miel en La Unión*. El Salvador. <https://historico.elsalvador.com/historico/574526/te-gustan-asi-se-preparan-los-jocotes-y-mangos-en-miel-en-la-union.html>
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2023). *Áreas naturales protegidas y recursos hídricos de El Salvador*. <https://www.marn.gob.sv>
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2023). *Recursos hídricos de El Salvador*. <https://www.marn.gob.sv>
- Ministerio de Turismo de El Salvador. (2023). *Destinos turísticos de El Salvador*. <https://www.mitur.gob.sv>
- Ministerio de Turismo de El Salvador. (2023). *Recursos naturales y culturales de El Salvador: Promoviendo el turismo sostenible*. Ministerio de Turismo de El Salvador. <https://www.mitur.gob.sv>
- Ministerio de Turismo de El Salvador. (2025). El Salvador, segundo a nivel mundial en desempeño turístico según ONU Turismo. <https://www.mitur.gob.sv/el-salvador-segundo-a-nivel-mundial-en-desempeno-turistico-segun-onu-turismo/>
- Ministerio de Turismo de El Salvador. (s.f.). *Parque Nacional El Imposible*. El Salvador Travel. <https://elsalvador.travel/destination/parque-nacional-el-imposible/>
- Muñoz Galeano, C. (2023, 17 de julio). *Desafíos y oportunidades a las que se enfrenta un emprendedor*. <https://alponiente.com/desafios-y-oportunidades-a-las-que-se-enfrenta-un-emprendedor/>
- Nipolán, O. (2024, febrero 2). *La leyenda de El Tabudo*. Omar Nipolán. <https://omarnipolan.com/2024/02/la-leyenda-de-el-tabudo/>
- Nyssen, J. (2000, 2 août). *Calcaric Regosol, Luqmut, Éthiopie*. Wikimedia Commons. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Calcaric\\_Regosol\\_Luqmut\\_Ethiopia.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Calcaric_Regosol_Luqmut_Ethiopia.png)

- Olevending. (2025). *Máquina expendedora de productos saludables*. <https://www.olevending.es/maquina-expendedora-productos-saludables/>
- Orellana, L. (2019, octubre 6). *Fotos | Festival del Jocote Corona espera por cientos de turistas este domingo*. El Metropolitano Digital. <https://www.elmetropolitano.com/2019/10/fotos-festival-del-jocote-corona-espera-por-cientos-de-turistas-este-domingo/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015, 25 de septiembre). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es>
- Organización Internacional del Trabajo. (2020). *Competencias y habilidades para el emprendimiento juvenil*. <https://www.ilo.org>
- Pateperro. (s. f.). *Parque Nacional Cerro Verde, El Salvador*. <https://pateperro.app/el-salvador/parque-nacional-cerro-verde/>
- Payo, A. (2018, 22 de octubre). *Shell TapUp, la app para que te lleven gasolina y te llenen el depósito [Fotografía]*. Aplicantes. <https://aplicantes.com/shell-tapup-app-gasolina-domicilio-llenar-deposito/>
- Pintado, M. (2023, 28 mars). *Solo el 2% de los agricultores han realizado análisis de suelos en Perú*. <https://www.agraria.pe/noticias/solo-el-2-de-los-agricultores-han-realizado-analisis-de-suel-31302>
- Rodarte, D. (2018, junio 29). *Fiesta de San Pedro Apóstol*. El Color de la Fe. <https://elcolorde lafe.com/2018/06/29/fiesta-de-san-pedro-apostol/>
- Rumbo Naturaleza. (2022, 10 de noviembre). *¿Qué es el Turismo de Aventura?: actividades, pros y contras, y más* <https://rumbonaturaleza.com/blog/ecoturismo/turismo-de-aventura/>
- Salinas Islas, D. (2025, 17 de abril). *Qué es un nicho de mercado, beneficios, ejemplos y tips para definirlo*. Wix Blog. <https://es.wix.com/blog/que-es-un-nicho-de->

## mercado

- Scherrer, E. (2015, diciembre 11). *Une petite sirène*. Eloïse Scherrer. <https://eloisescherrer.com/une-petite-sirene/>
- Shreve, R. (2018, marzo 2). *Las pupusas*. Cocinando con Niños. <https://cookingwithkids.org/recipe/pupusas/?lang=es>
- Shutterstock. (2023). *Tamales de elote y atole sobre una mesa de madera*. <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/tamales-de-elote-atole-on-wooden-2240213873>
- Sibelle. (2023). *Reduce la acidez del suelo siguiendo nuestros 7 consejos*. Blog LATAM Jacto. <https://bloglatam.jacto.com/acidez-suelo/>
- Sortir à Paris. (2025, 3 de octubre). *Restaurantes insólitos en París: Nuestras direcciones originales*. <https://www.sortiraparis.com/es/donde-comer-en-paris/restaurante/guides/159441-restaurantes-insolitos-en-paris-nuestras-direcciones-originales>
- SV El Salvador. (2023, febrero 2). *Pescado frito estilo salvadoreño: El mar en tu plato, la tradición en tu paladar*. <https://svelsalvador.com/pescado-frito-estilo-salvadoreno/>
- Tripadvisor. (s. f.). *Costa del Sol Turismo – Información turística sobre Costa del Sol, España*. Recuperado el 30 de octubre de 2025, de [https://www.tripadvisor.com.ar/Tourism-g187435-Costa\\_del\\_Sol\\_Province\\_of\\_Malaga\\_Andalucia-Vacations.html](https://www.tripadvisor.com.ar/Tourism-g187435-Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia-Vacations.html)
- UnahistoriaCuriosa. (2014, 11 jul.). *La vida social en la Edad Media: lugares y minorías* [Entrada de blog]. Recuperado el [día de acceso], de <https://unahistoriacuriosa.wordpress.com/2014/07/11/la-vida-social-en-la-edad-media-lugares-y-minorias/>
- Vincci Hoteles. (2023, 17 de octubre). *Eventos sostenibles: Ideas para organizar un evento ecofriendly*. Vincci Expert. <https://www.vinccihoteles.com/es/blog/vincci-expert/eventos-sostenibles-ideas-para-organizar-un-eventos-ecofriendly/>
- Yoshino, K., Zou, T., Nyamsambuu, K., Pham, T. D., & Okabe, H. (2015). Spatial dependency of soil line coefficients derived from Landsat ETM+ and MODIS imagery in Kyrgyzstan. <https://www.researchgate.net/figure/Lithosols-surface-soil->

consists-of-stone-and-small-rocks\_fig2\_281772672