

UNIVERSITÉ D'EL SALVADOR
FACULTÉ DE SCIENCES HUMAINES
DÉPARTEMENT DE LANGUES ÉTRANGÈRES



THÈME :

CHILTIUPÁN TOURS

ÉTUDIANTS:

CRISTIAN MAURICIO FUENTES FUENTES

LUIS GERARDO CERÓN ECHEGOYÉN

CARNÉ

(FF15018)

(CE15008)

INFORME FINAL DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN TURISMO

POUR OBTENIR LE TITRE DE :

DIPLÔMÉE EN LANGUES MODERNES : SPÉCIALITÉ FRANÇAIS ET ANGLAIS

PROFESSEUR DE LA SPÉCIALISATION :

LICENCIADA FRANCISCA AGUILLÓN RIVERA

COORDINATEUR DE PROCESUS D'OBTENTION DU DIPLÔME

LICENCIADO MIGUEL ÁNGEL CARRANZA CAMPOS

**CAMPUS DE LA VILLE UNIVERSITAIRE, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, AMÉRIQUE CENTRALE, 30 NOVEMBRE 2022.**

AUTORITÉS DE L'UNIVERSITÉ D'EL SALVADOR

RECTEUR

PROFESSEUR ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICE-RECTEUR ACADÉMIQUE

DOCTEUR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICE-RECTEUR ADMINISTRATIF

INGÉNIEUR JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

SECRÉTAIRE GÉNÉRAL

INGÉNIEUR FRANCISCO ALARCÓN SANDOVAL

AUTORITÉS DE LA FACULTÉ DES SCIENCES HUMAINES

DOYEN

PROFESSEUR OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICE-DOYENNE

PROFESSEUR SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRÉTAIRE

PROFESSEUR YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

AUTORITÉS DU DÉPARTEMENT DES LANGUES ÉTRANGÈRES

CHEF DU DÉPARTEMENT

PROFESSEUR ANA GRACE GÓMEZ ALEGRÍA

COORDINATEUR DU PROCESSUS DE DIPLÔME

PROFESSEUR MIGUEL ÁNGEL CARRANZA CAMPOS

INDICE

Résumé	5
Introduction.....	6
CHAPITRE I PROFIL DU PRODUIT TOURISTIQUE	8
1.1 Objectifs	9
1.2 Justification	10
1.3 Description du produit	11
1.4 Application de stratégies de développement humain et de durabilité.....	12
CHAPITRE II ÉLÉMENTS CONDITIONNELS POUR LA CONCEPTION DU PRODUIT TOURISTIQUE.....	14
2.1 Histoire du tourisme au salvador	15
2.2 Politiques de developpement durable au salvador	21
2.3 Politique d'investissement et intégration touristique du territoire national	26
2.4 Politique d'intégration des destinations nationales aux circuits régionaux et internationaux	27
2.5 Politique de renforcement de l'impact des arrivées et des départs	28
2.6 Ressources naturelles, identite culturelle et etude de la specificite de la region de chiltiupán.....	30
CHAPITRE III RESPONSABILITÉ DE L'ENTREPRENEUR	32

3.1 Profil entrepreneurial	33
3.1.1 Concept d'entrepreneur	33
3.1.2 Type d'entrepreneur.....	33
3.1.3 Écosystème entrepreneurial	33
3.1.4 Compétences et caractéristiques en tant qu'entrepreneur.....	34
3.1.5 Des obstacles à franchir.	35
3.1.6 Facteurs de réussite	36
3.2 Responsabilité de l'entrepreneur.....	37
3.3 Normes de qualite dans le tourisme	38
CHAPITRE IV PLAN DE COUT DU PRODUIT OU SERVICE TOURISTIQUE	
.....	40
4.1 Logo du service touristique	41
4.2 Mission, vision et valeurs	42
4.3 Plan de cout service touristique	43
CHAPITRE V BIBLIOGRAPHIE ET WEBGRAPHIE	45
Références	46
ANNEXES	48

Résumé

Ce projet nommé Chiltiupán Tour, dans la municipalité de Chiltiupán, département de La Libertad, El Salvador, propose une expérience unique aux visiteurs : une randonnée descendante qui leur permettra d'explorer la belle nature du lieu. Aussi, les touristes auront l'occasion d'en apprendre davantage sur la flore et la faune locales, et pour ceux qui recherchent encore plus d'aventure, il y aura la possibilité de camper dans la région. Les guides accompagnateurs seront formés pour assurer le plaisir des touristes. Cela vous permettra de découvrir la beauté naturelle de la région : cascades, rivières et forêts tropicales. Les guides vous renseigneront sur la faune et la flore et les endroits les plus pittoresques. De plus, ce projet aura un impact positif sur l'économie locale puisque les entrepreneurs locaux recevront un grand nombre de visiteurs. Chiltiupán Tours offre une expérience enrichissante aux touristes qui souhaitent explorer la nature. Avec des guides connaissant bien la faune et la flore, cette randonnée descendante offre une aventure unique à ceux qui veulent sortir de la routine. De plus, ce projet a le potentiel de stimuler l'économie locale et d'améliorer la qualité de vie dans la communauté, ce qui en fait une initiative précieuse et significative.

Mots clés : entrepreneurs; économie; flore et faun; marche descendante; tourisme.

Introduction

Un tourisme qui ne tient pas compte de la communauté génère de grands sacrifices dans l'ordre moral, spirituel et matériel des membres de la communauté dans laquelle il s'installe »¹ (Anguiano, Co'ox Mayab, 2020)

Le tourisme est actuellement l'une des activités économiques et culturelles les plus importantes d'El Salvador. Il peut être défini comme toutes les activités qui ont à voir avec la connaissance ou profiter des régions ou des espaces dans lesquels on ne vit pas de façon permanente. Le tourisme peut présenter de nombreuses variantes car il existe différents types de tourisme : tourisme culturel, d'aventure, de divertissement. De même, il y a aussi différentes personnes qui réalisent différents types de tourisme : tourisme de jeunes, de familles, de couples, d'amis, etc.

A cette occasion, un tourisme rural et d'aventure est proposé. Qui propose des activités qui permettent le contact avec la nature. De même avec la communauté de Chiltiupán dans laquelle nos voyages auront lieu. De la même manière, la communauté locale est garantie de respect, de valorisation et l'implique activement dans nos activités afin de contribuer à son développement.

Le chapitre I présente la présentation du produit touristique, qui commence par les objectifs généraux et spécifiques du projet, la justification où se trouve la raison et l'importance du produit, la description du produit (nom du produit, localisation selon la carte des municipalités, itinéraires ou circuits), public cible (créneau de marché), poursuivre avec l'attribut du produit ou service, application de stratégies (brève

¹ *Turismo comunitario vs. Turismo rural: lo parecido y lo diferente*, Co'ox Mayab, Julio 17, 2020.

description de la manière dont le produit s'adaptera aux objectifs de développement durable, responsable et développement inclusif), se terminant par la conception du business plan (nom du produit ou service, Mission, Vision, Valeurs, Exercice de coût pour fixer le prix du produit ou du service).

Le chapitre II présente Le cadre théorique du travail, qui consiste en l'histoire du tourisme au Salvador, Il inclut également les politiques de développement durable au Salvador, ainsi il explique un peu les Ressources Naturelles qui se trouvent près de Chiltiupán, où se développera notre service et les circuits existants dans la zone. De la même manière, on doit connaître l'identité culturelle et l'étude de la spécificité de la région. Après cela, notre plan stratégique du produit touristique est dévoilé.

Enfin au chapitre III nous trouverons une vision plus claire de ce que signifie être entrepreneur puisque nous y trouverons les types d'entrepreneurs, les écosystèmes dans lesquels ils doivent évoluer, ainsi que les compétences que vous devez acquérir pour pouvoir rester afin d'atteindre l'objectif. succès.

CHAPITRE I

PROFIL DU PRODUIT

TOURISTIQUE

1.1 Objectifs

Général

Développer un profil touristique innovant et personnalisé pour fournir un service unique de randonnée descendante dans la municipalité de Chiltiupán, département de La Libertad dans le but de faire connaître la région et de contribuer au développement de l'économie locale.

Spécifiques

Créer une route touristique de La Cumbre del Bálsamo à la Playa Taquillo pour exécuter des promenades de groupe en descendant, soulignant les ressources de la région tout en offrant un service de randonnée.

Stimuler l'économie locale du Peuple de Chiltiupán par la création d'alliances stratégiques d'échange de produits et/ou de services avec les entrepreneurs existants et nouveaux.

1.2 Justification

Une grande partie du territoire d'El Salvador et de son peuple se trouve dans des conditions parfois précaires ou sur le point de l'être. Ce n'est pas parce qu'il ne contient pas les ressources naturelles brutes ou le talent humain qualifié et disponible, mais le problème réside dans le manque d'opportunités offertes par les dirigeants et les gouvernants à ceux qui n'ont pas accès aux facilités offertes dans certains secteurs de la société. Cela aussi est dû à l'abandon en tant que société de l'identité culturelle, traditions, et la richesse des ressources et des destinations naturelles. Pour cette raison, Chiltiupán Tours conjointement avec ses alliés stratégiques devient un élément très important dans la société salvadorienne, car cela permet non seulement le droit que tout le monde a de faire du tourisme et des loisirs, mais ce service garantit la durabilité des sites qui feront partie des randonnées à exécuter, et aussi de nombreux entrepreneurs locaux qui seront en partenariat avec le service touristique.

Chiltiupán Tour et ses partenaires stratégiques permettront aux richesses naturelles du village de Chiltiupán de faire partie des meilleures options pour faire des loisirs non seulement pour les familles salvadoriennes mais pour tous les étrangers qui visitent le pays, étant donné qu'il offre un service qui offre une expérience de caractère innovant pour tous les membres de la famille, cela sera réalisé grâce à des activités telles que des feux de camp, des balançoires dans les hauts lieux de la région, promenades à cheval, baignade dans les meilleures piscines de la rivière El Sope et dans la cascade de celui-ci. Et tout cela garantira certainement que chaque attraction touristique de Chiltiupán puisse devenir une destination connue et désirée, ce qui profitera à l'économie locale de ses habitants.

1.3 Description du produit

La randonnée au Salvador est celle qui se fait par des sentiers ou des chemins naturels, où l'écotourisme se combine avec l'activité sportive ; son développement implique de connaître des zones montagneuses ou de campagne à pied qui sont entièrement praticables. Il est généralement pratiqué pour se maintenir en forme et à des fins récréatives, de sorte qu'il n'implique pas de niveaux élevés de compétitivité. Certains endroits où la randonnée est effectuée au Salvador sont : Cerro El Pital, Eco Parque El Espino, Parque Nacional Los Volcanes, etc.



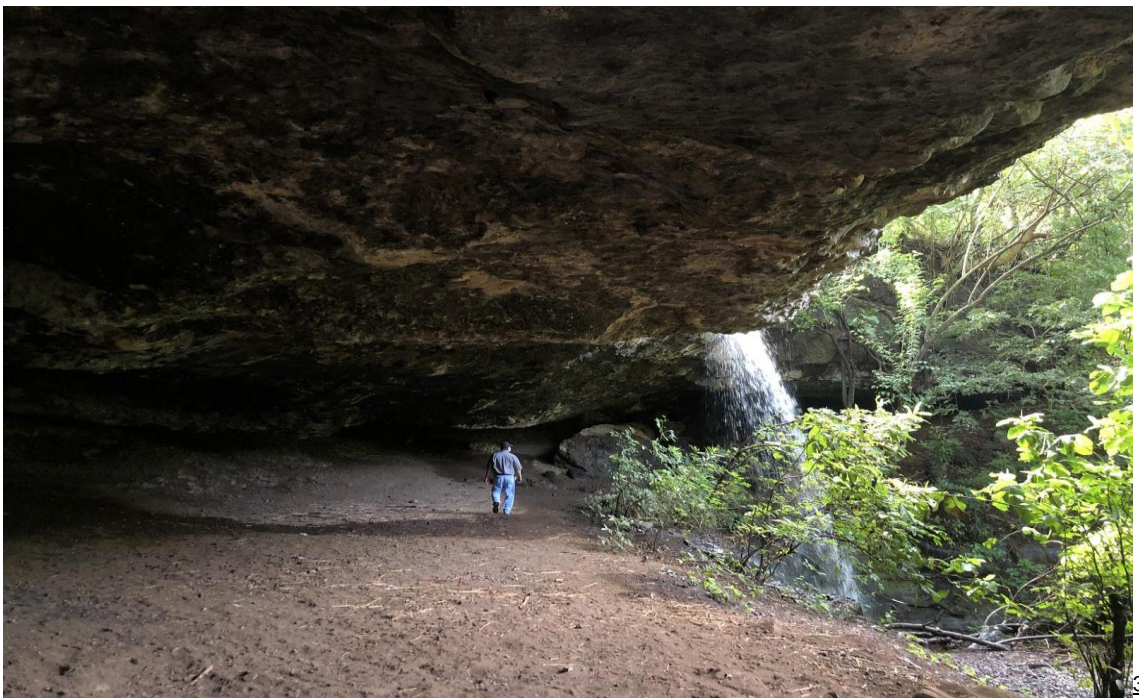
(Instituto Salvadoreño de Turismo, 2020)

Chiltiupán est un peuple précolombien, et on estime qu'il a été un important centre religieux pour lequel on dit que le toponyme nahuatl Chilticteupan ou Chiltiktiupan signifie "Le temple rouge", "Sanctuaire rouge", ou "La ville de dieu". Chiltiupán était un peuple

² Instituto Salvadoreño de Turismo, 25 de septiembre del 2020.

d'Indiens. On dit qu'ils bénéficiaient du baume et récoltaient du cacao, le tout en petite quantité. La municipalité couvre une superficie de 96,66 km², et le chevet a une altitude de 725 mètres.

Actuellement, il est connu que dans les endroits où la randonnée est pratiquée est La Ruta Tres Chorros et Cueva de Cristobal. (Senderismo en El Salvador, beneficios, cuando y donde realizarlo, 2021).



(wikiloc)

1.4 Application de stratégies de développement humain et de durabilité

❖ Motivations environnementales :

³ Ruta tres chorros y cuaba Cristóbal, Wikiloc, Fotos por Marisa Oliva.

Cette initiative met l'accent sur les attractions naturelles et environnementales. Actuellement, de nombreuses personnes sont attirées par la conservation de la nature et la protection de l'environnement.

En ce sens, ils sont très attachés à apprécier la beauté naturelle dans son état le plus vierge et n'ont aucun problème à voyager dans des régions reculées de la planète et à vivre dans des conditions très austères, renonçant souvent au confort des installations hôtelières. À titre d'exemple d'attractions de cette nature, on peut citer les chutes du Niagara, le parc Yellowstone, le Grand Canyon du Colorado et d'autres merveilles naturelles.

Étant donné que le service dépend strictement de l'entretien des ressources naturelles de la région, et qu'il s'adresse à tous les publics, travailler dans le cadre de la loi avec les autorités de la région afin d'assurer et de garantir que les utilisateurs seront informés et voyageront conformément aux règles et conditions de la Tour Operateur. Il sera également chargé de créer des partenariats avec des entrepreneurs locaux qui sont prêts à assurer la durabilité dans la région.

CHAPITRE II

ÉLEMENTS

CONDITIONNELS POUR

LA CONCEPTION DU

PRODUIT TOURISTIQUE

2.1 Histoire du tourisme au salvador

La révolution industrielle du XIXe siècle a marqué le début et la fin de beaucoup de choses dans le monde. L'un d'eux qui a donné un début a été à l'activité que nous connaissons maintenant comme Tourisme. Le tourisme consiste en l'action de se déplacer à un endroit différent de ceux qui font partie de notre routine quotidienne, ceci afin de trouver des activités de loisirs, détente, repos, santé, culture, affaires, entre beaucoup d'autres.

Dans la Nation salvadorienne, le tourisme en tant qu'activité instituée a eu lieu à partir des années 1960. Toutefois, à cette époque, l'économie salvadorienne reposait principalement sur l'agriculture d'exportation du grain de café. En raison de cela, le tourisme n'a pas eu et n'a pas pris plus d'importance. Mais l'année suivante (1961) a donné lieu à une nouvelle initiative qui visait à faire le premier pas pour le développement du tourisme dans le pays comme une activité économique. L'Institut salvadorien du tourisme (ISTU) a alors été créé. Cette instance dirigeante s'est vu déléguer la création de projets pour le développement du secteur touristique, ainsi que la relation des entreprises touristiques, et la gestion du patrimoine touristique du pays.

Le Fonds de développement économique de la Banque centrale de réserve a été créé en 1966; cette modalité de financement public visait à promouvoir des conditions spéciales pour favoriser le décollage du développement économique et social du pays. Le tourisme en faisait partie. Ce décret a entraîné le financement de l'industrie touristique, car il visait à promouvoir le tourisme de manière réactive par la création de nouvelles

infrastructures hôtelières, ainsi que des motels de première classe et d'autres lieux offrant des services exclusivement de tourisme réceptif.

Les projets et les crédits ont été gérés et canalisés par les banques commerciales du pays, ainsi que par la Banque hypothécaire, la Banque nationale de développement industriel, le Fonds de financement des petites entreprises et la Banque de développement et d'investissement.

Avec la Loi sur le développement de l'industrie touristique, présentée en 1967, suite à l'examen par les autorités de l'État de l'octroi d'incitations fiscales, telles que : franchise douanière pour l'importation de matériaux et de machines de construction, Ils ont également bénéficié d'une exonération totale des taxes fiscales et municipales sur l'établissement et l'exploitation des entreprises pendant les cinq premières années et d'une exonération ou d'une réduction de l'impôt sur le revenu applicable à l'entreprise pendant dix ans. Ces bénéfices étaient uniquement pour les entreprises qui ont décidé d'intégrer le système national de tourisme.

Plus tard, dans les années 1970, nous avons trouvé cette période connue comme "Les années d'or" du tourisme au Salvador. Cela s'est produit car le pays avait encore un certain niveau de stabilité financière. Par ailleurs, les travaux de l'Institut salvadorien du tourisme ont été confiés à des entrepreneurs qui jouissaient à l'époque d'une grande influence, de respect et de reconnaissance de la part des gouvernements. Pour cette raison, même si au début de l'époque le tourisme semblait encore une option sans voie de développement dans le pays, le secteur privé appartenant à ces entrepreneurs a décidé de réaliser la construction de quatre nouveaux hôtels dans la capitale, San Salvador : le Camino Real, le Ritz, l'Alameda et la Terrasse. Tous ont bénéficié des

avantages fournis par le gouvernement à travers le Fonds de développement économique de la Banque centrale de réserve.

En 1972, sous la présidence du colonel Arturo Armando Molina, le tourisme est considéré comme une source de développement dans le pays. Car on pensait qu'il permettrait de générer une grande quantité de devises et beaucoup d'emplois. Cette année-là, le nombre de visiteurs étrangers a augmenté de 35 % pour la plupart d'Amérique centrale.

Un facteur clé dans cette période qui a permis de dynamiser les travaux de l'Institut salvadorien du tourisme a été la bonne nomination du président de cet institut. Cela parce que le président de l'époque, Ernesto Freund, a donné de l'agilité au processus de structuration et d'organisation de l'institution.

En raison de la forte pression exercée par le gouvernement central en raison des taux de pauvreté élevés dans le pays, une attention accrue a été accordée aux secteurs les plus populaires. Il a donc travaillé à la Direction des télécentres nationaux, où il a la responsabilité d'administrer et d'entretenir les Turicentros de l'État : le Cerro verde, Atecozol, Amapulapa, Ichanmichen et le Parc Balboa.

Pour ce qui était de l'administration et de la gestion de l'espace international, il existait des liaisons entre les compagnies aériennes, les agences de voyages et les voyagistes. Des liens ont également été établis avec le secteur du tourisme de l'Organisation des États américains (OEA), afin d'accueillir des programmes d'investissements publics.

Parmi les projets stratégiques de l'époque, on trouve la réhabilitation de l'Hôtel de Montagne sur le Cerro Verde, qui comprenait plusieurs projets : La rénovation de l'hôtel, chambres et meubles, moderniser l'équipement du restaurant, la cuisine et la blanchisserie. Aussi, l'installation du système d'alimentation électrique et l'approvisionnement en eau du lac de Coatepeque.

Ernesto Freund a décidé d'exploiter le tourisme en utilisant les ressources les plus abondantes du pays comme les plages, car celles-ci malgré la concurrence des plages des Caraïbes, étaient encore assez viables. En raison de cela, le projet assez important qui consistait à étudier la côte salvadorienne a été mis en œuvre, pour cela, il a été embauché une société américaine, Robert R. Nathan, Associates. Grâce à cette étude, un pôle de développement touristique a pu être organisé, c'est-à-dire que l'on a pu sélectionner les sites côtiers qui pourraient être exploités pour servir de référence dans chaque zone. Les plages les plus en vue : La plage El Tamarindo, dans le département de La Unión, ainsi que les plages de Costa del Sol, la baie de Jiquilisco et les plages de Garita Palmera, à la frontière pacifique avec le Guatemala. Malgré tous ces efforts, Il s'est produit un fait regrettable puisque toutes les informations qui ont été recueillies au sujet des endroits qui pourraient avoir la plus grande visibilité et feraient partie de futurs investissements ont disparu en raison de la corruption bureaucratique des institutions à l'époque.

Par la suite, l'Institut salvadorien du tourisme a commencé à établir des statistiques sur les flux de devises générés dans le pays. Il s'agit de déterminer quelles sont les activités les plus demandées et d'investir dans ces activités. Cela a permis de déterminer que le temps de séjour des touristes était alors estimé à 2,5 jours, car c'est

ce temps qui permettait aux touristes de rester occupés dans les principales attractions du pays.

En raison de cette situation, les républiques sœurs d'El Salvador, du Guatemala et du Honduras ont dû créer la Ruta Maya, Il s'agissait de l'offre de forfaits comprenant des destinations touristiques basées sur l'histoire de l'ancienne civilisation maya qui s'étendait sur les trois républiques actuelles. Parallèlement et en harmonie avec le processus d'intégration économique, le Secrétariat à l'intégration touristique de l'Amérique centrale est devenu un organisme de coordination et de coopération entre les entités responsables du tourisme dans chaque pays.

Jusqu'à ce point, toutes les activités mentionnées ci-dessus font partie de l'administration d'Ernesto Freund. Cela a été considéré comme une très bonne administration. Cependant, il n'a pas été réélu président. Au terme de son mandat, on a commencé à montrer que, dans la gestion du président de la République de l'époque, le colonel Molina, la priorité était donnée aux jeunes de l'oligarchie salvadorienne, Par conséquent, de nombreux jeunes diplômés d'universités américaines prestigieuses ont obtenu des postes politiques dans l'appareil d'État.

La présidence de l'ISTU incombait alors à Roberto Poma. Il appartenait à la célèbre famille Poma. Bien que son administration fût totalement différente de celle d'Ernesto Freund, Poma maintenait et suivait encore des projets antérieurs, notamment celui de l'étude de la côte salvadorienne. Avec cette nouvelle présidence, ce qui était le pôle de développement a changé. Les plages de la Costa del Sol et de l'Estero de Jaltepeque ont été choisies comme premier pôle de développement. La politique visant à intégrer les

populations à faible revenu dans le développement du tourisme s'est également poursuivie.

L'événement de beauté mondial connu sous le nom de Miss Univers a été réalisé au Salvador pendant l'administration de Roberto Poma. Grâce à cela, on s'attendait à ce que le pays devienne une destination touristique grâce au nombre de personnes dans le monde qui en sont témoins. Cependant, cet événement n'a pas aidé le pays à obtenir les projections souhaitées. El Salvador a été de plus en plus touché par les conflits armés. Roberto Poma, a été enlevé et assassiné par un commando de guérilla dans la capitale, a succédé à la présidence de l'ISTU, l'architecte Enrique Aberle, avec ce qui a conclu les années d'or du tourisme au Salvador, Car c'est sur lui qu'est tombée une institution qui devait faire face à la nouvelle réalité.

Les années suivantes ont été d'inactivité totale pour le tourisme dans le pays puisque pendant la période de guerre de 1980 à 1992 les gouvernements des autres pays du monde recommandaient à leurs gens de ne pas visiter le pays car celui-ci était en guerre civile. Il y a donc eu une impasse totale, à laquelle il faut ajouter que les autorités de l'époque, sous le rideau que les organisations internationales de gauche pouvaient entrer dans le pays pour aider la guérilla, ont appliqué des mesures de sécurité restrictives lors de l'octroi de visas d'entrée.

Depuis l'après-guerre, un élan est réapparu dans le flux des touristes, ces politiciens pour la plupart intéressés par le conflit, Et, d'autre part, des entrepreneurs qui cherchaient à tirer profit d'investir dans le pays car celui-ci a besoin de relancer l'économie. Étant donné que ce type d'investisseurs était envisagé dans le pays, une nouvelle institution, dénommée Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR),

serait chargée de diriger et de coordonner l'activité touristique dans toute la région salvadorienne.⁴ (Ibarra, 2011)

2.2 Politiques de développement durable au salvador

Les principes de durabilité concernent les aspects environnementaux, économiques et socioculturels du développement touristique, et un équilibre approprié doit être établi entre ces trois dimensions pour assurer leur viabilité à long terme. Cela s'applique à tous les types de tourisme existants. Le tourisme durable doit donc inclure une utilisation optimale des ressources environnementales, qui sont un élément fondamental du développement touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité. Elle doit également respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, préserver leurs atouts culturels et architecturaux et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à la compréhension et à la tolérance interculturelles. En outre, elle doit assurer des activités économiques viables à long terme, qui procurent à tous les acteurs des avantages socioéconomiques bien répartis, qui offrent aux communautés d'accueil des possibilités d'emploi stable, des possibilités de revenus et des services sociaux qui contribuent à la réduction de la pauvreté.

⁴ *Perspectivas y Tendencias del Turismo en El Salvador 1930 – 2008*, Jorge Barraza Ibarra, 1^a edición, San Salvador, El Salvador, UFG Editores, 2011.

Pour parvenir à un développement durable, il faut s'appuyer sur les trois piliers du développement durable : écologique, social et économique. Ils doivent répondre à des objectifs viables, supportables et économiques.⁵ (World Tourism Organization)

Les 17 Objectifs de développement durable (ODD) adoptés dans le programme de l'Organisation des Nations Unies (ONU) à l'horizon 2030 constituent le meilleur moyen de comprendre la durabilité et son importance. Dont le Sauveur a été et est un participant. Ces objectifs sont interdépendants et représentent une vision globale qui comprend la lutte contre la pauvreté, l'inégalité et l'accès à une éducation de qualité pour tous dans le monde, Ils visent également à éviter la dégradation de l'environnement et à établir les voies qui mènent à un monde prospère, où règne la paix et la justice pour tous et chacun de ses habitants.⁶ (Naciones Unidas El Salvador)

❖ **Les 17 objectifs de développement durable sont les suivantes:**

1. Mettre fin à la pauvreté sous toutes ses formes dans le monde.
2. Mettre fin à la faim, assurer la sécurité alimentaire et améliorer la nutrition et promouvoir une agriculture durable.
3. Assurer une vie saine et promouvoir le bien-être pour tous à tous les âges.
4. Assurer une éducation inclusive, équitable et de qualité et promouvoir des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie pour tous.
5. Réaliser l'égalité des sexes et l'autonomisation de toutes les femmes et filles.
6. Assurer la disponibilité de l'eau, sa gestion durable et l'assainissement pour tous.
7. Garantir à tous l'accès à une énergie abordable, sûre, durable et moderne.

⁵ *World Tourism Organization*, Calle Poeta Joan Maragall 42 - 28020 Madrid, Spain, info@unwto.org

⁶ *Naciones Unidas, El Salvador*, <https://elsalvador.un.org/es/sdgs>

8. Promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable, le plein emploi productif et le travail décent pour tous.
9. Construire des infrastructures résilientes, promouvoir une industrialisation inclusive et durable et encourager l'innovation.
10. Réduire les inégalités dans et entre les pays.
11. Rendre les villes et les établissements humains inclusifs, sûrs, résilients et durables.
12. Assurer des modes de consommation et de production durables.
13. Prendre des mesures urgentes pour lutter contre les changements climatiques et leurs effets (prenant note des accords conclus dans le cadre de la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques).
14. Préserver et utiliser durablement les océans, les mers et les ressources marines pour le développement durable.
15. Protéger, restaurer et promouvoir l'utilisation durable des écosystèmes terrestres, assurer une gestion durable des forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser la dégradation des terres et enrayer la perte de la biodiversité.
16. Promouvoir des sociétés pacifiques et inclusives pour le développement durable, faciliter l'accès de tous à la justice et créer des institutions efficaces, responsables et inclusives à tous les niveaux.
17. Renforcer les moyens de mise en œuvre et revitaliser le partenariat mondial pour le développement durable. (Naciones Unidas El Salvador)

❖ **Le tourisme comme politique d'État**

La Politique nationale du tourisme de la République d'El Salvador énonce un ensemble de principes directeurs qui permettent d'exploiter le potentiel de l'activité touristique pour contribuer à la solution des grands défis économiques du pays, l'éducation, l'inclusion sociale, l'environnement, les droits de l'homme, la

perception de la sécurité, la politique étrangère, la gouvernance et l'image du pays dans le monde.⁷ (Plan El Salvador Sustentable, 2018)

La participation citoyenne à la construction de la politique et sa diffusion publique constituent une opportunité pour établir un espace permanent de dialogue ouvert et participatif entre tous les acteurs qui interviennent dans le développement du secteur, pour renforcer l'engagement des institutions gouvernementales nationales et locales, de l'initiative privée et des citoyens en général en tant qu'acteurs dans la conception et la réalisation des objectifs définis dans les domaines de la décision sociale.

La présente Politique appelle les acteurs publics et privés impliqués dans la gestion du tourisme à prendre des décisions d'investissement, d'opération et de promotion, qui permettent de répondre avec opportunité à l'impact du tourisme sur le développement local et national; tout en offrant des expériences significatives aux visiteurs, en augmentant leur satisfaction, les dépenses par habitant et le séjour, en les transformant en agents multiplicateurs qu'ils recommandent aux destinations en El Salvador.

❖ **Vision de la politique nationale du tourisme**

Être une politique d'État qui rassemble et oriente la grande diversité des acteurs publics, privés et sociaux impliqués dans l'exercice de l'activité, de sorte que le tourisme en République d'El Salvador soit rentable, distributif et responsable.

⁷ *Plan El Salvador Sustentable*, Contra Corriente Editores, El Salvador, 1^a edición, marzo de 2018.

❖ **Mission de la politique nationale du tourisme**

Établir des directives pour que l'activité touristique en El Salvador soit un point de rencontre pour tous les Salvadoriens, résidents ou non dans le pays; et qu'elle permette à son tour aux citoyens d'autres pays de se rencontrer et de s'associer à la culture; les coutumes et traditions du pays, ainsi que l'environnement salvadorien.

❖ **Objectifs de la politique nationale du tourisme**

- Positionner le tourisme comme priorité nationale en fonction de son potentiel pour aider à résoudre les grands défis du pays.
- Articuler et guider les acteurs impliqués dans le développement du tourisme pour améliorer l'efficacité et l'efficience des efforts et des ressources investis dans l'activité.

La Politique nationale du tourisme de la République d'El Salvador est composée de 7 axes dans lesquels il existe un total de 25 politiques de nature diverse. Dans le cadre de ce travail, l'axe VI, constitué par les politiques 18, 19 et 20, sera présenté :

A. Axe vi. Espace touristique intégré et durable

Systeme touristique qui combine la structure territoriale d'El Salvador et tire parti de sa position géographique en Amérique centrale.

1. Objectif général

- Intégrer les destinations du pays pour profiter et distribuer les flux et les avantages du tourisme, en harmonie avec l'environnement.

2. Objectifs spécifiques

- Renforcer l'accessibilité et la connectivité du pays et de ses destinations pour faciliter et augmenter l'accueil des visiteurs nationaux et internationaux.
- Promouvoir le développement intégral des différentes régions du pays. Accroître les flux touristiques internationaux en tirant parti de la création de circuits régionaux intégrant les destinations les mieux placées de la région centraméricaine.

2.3 Politique d'investissement et intégration touristique du territoire national

La taille et la diversité d'El Salvador permettent de constituer une offre touristique basée sur une variété d'expériences différenciées et significatives, les touristes nationaux et les touristes internationaux qui voyagent sur le territoire du pays à partir de l'intégration de destinations situées dans des zones géoclimatiques diverses. Reconnaisant que le développement touristique des localités et des destinations est intimement lié au développement des régions, zones, itinéraires et autres centres touristiques avec lesquels il interagit, à l'intégration des destinations salvadoriennes, encourage le développement de l'offre et la génération de nouvelles expériences significatives qui augmentent la valeur du système touristique national. Au niveau national, les centres et destinations touristiques peuvent être intégrés dans des régions, des zones et des itinéraires touristiques, à partir de l'interaction et de la collaboration des différentes localités qui partagent des zones géographiques déterminées.

❖ **Stratégies d'intégration touristique du territoire national :**

- A. Renforcer et stimuler les tour-opérateurs et les entreprises intégratrices et de commercialisation des offres touristiques
- B. Renforcer et optimiser la connectivité terrestre des destinations touristiques
- C. Stimuler les investissements touristiques conformément aux priorités établies dans les couloirs de production
- D. Renforcer les itinéraires thématiques

2.4 Politique d'intégration des destinations nationales aux circuits régionaux et internationaux

La position géographique d'El Salvador, sa connectivité aérienne privilégiée via l'aéroport international d'El Salvador, sa connectivité routière avec le Guatemala et le Honduras, et maritime avec le Nicaragua, permettent de concevoir des circuits fermés, Avec El Salvador porte d'entrée et de sortie de l'Amérique centrale, ainsi que des parcours ouverts, à partir d'un centre de distribution régional et se terminant dans un autre. Ces différentes modalités de circuits permettent d'intégrer les destinations d'El Salvador à l'offre régionale de différentes manières, en capitalisant sur le positionnement des destinations ancre de la région pour augmenter les flux de voyageurs de plus longue distance vers le pays, soit dans des modalités indépendantes ou intégrées à travers des tours opérateurs nationaux et régionaux. L'étendue géographique des visites touristiques effectuées par les voyageurs internationaux dépend fortement de leur temps et de leurs ressources disponibles. L'âge des voyageurs détermine leur degré d'indépendance, étant les plus jeunes et les voyageurs les plus expérimentés ont tendance à rechercher plus

de flexibilité dans leurs itinéraires afin qu'ils voyagent de manière indépendante et prennent des décisions sur les destinations qu'ils visitent à partir des informations qu'ils reçoivent pendant leurs voyages, De leur côté, les voyageurs plus âgés, en quête de sécurité, préfèrent voyager sur des circuits exploités qui se chargent de la logistique pendant leur voyage. La politique d'intégration des destinations nationales aux circuits régionaux et internationaux prévoit de relier l'offre touristique du pays aux principales destinations des régions auxquelles elle appartient, les temps de séjour et l'étendue géographique des circuits, et le niveau de connectivité des différentes zones et centres touristiques du pays.

- ❖ Stratégies d'intégration des destinations nationales aux circuits régionaux et internationaux :
 - A. Renforcer la position de l'aéroport international d'El Salvador en tant que hub régional
 - B. Promouvoir les circuits régionaux avec les pays voisins
 - C. Accroître l'inclusion d'El Salvador dans les circuits centraméricains et méso-américains de moyenne et longue distance
 - D. Renforcer et optimiser la connectivité maritime du pays
 - E. Incorporer El Salvador dans les itinéraires de croisière et les bateaux privés

2.5 Politique de renforcement de l'impact des arrivées et des départs

Plusieurs études sur les bonnes pratiques de positionnement et de gestion des destinations touristiques ont confirmé que le moment d'arrivée est essentiel pour présenter et positionner les éléments d'identité d'un lieu et générer des représentations mémorables, qui influencent de manière déterminante l'expérience du voyage et son

rappel et sa recommandation. Dans ce sens, les points d'arrivée seront utilisés pour communiquer aux nouveaux arrivants, les éléments les plus importants et les valeurs de la plus grande fierté locale, en s'appuyant sur des personnes capables de : transmettre ce sentiment d'accueil, fournir des informations claires sur ce à quoi les visiteurs peuvent s'attendre pendant leur séjour, transmettre ce qui est attendu d'eux et semer le désir de rester et d'explorer l'endroit. Cette stratégie sera cohérente avec les attributs de la marque pays et permettra de nuancer ou de revoir les préjugés que les touristes ont générés à l'égard du pays. Pour améliorer l'impact de l'arrivée, des mécanismes d'orientation générale sont mis en place, qui expriment la façon dont les visiteurs souhaitent se déplacer et se comporter pendant leur séjour, permettant à ceux qui arrivent de savoir comment se déplacer et quoi faire en toutes circonstances; Il fournit des informations sur les lieux et les événements emblématiques qui seront disponibles pendant le séjour des visiteurs; et il crée une atmosphère sympathique et conforme à la marque pays. Le moment d'adieu est important pour générer de la loyauté et laisser une empreinte, c'est une dernière occasion de mettre dans les mains des visiteurs, des informations qui les invitent à revenir et recommander les destinations du Salvador. Les principaux points d'impact à l'arrivée et au départ sont l'aéroport, les frontières terrestres, les ports à l'arrivée des navires de croisière et les gares routières.⁸ (Ministerio de Turismo de El Salvador, 2013)

❖ Stratégies de renforcement de l'impact des arrivées et des départs :

⁸ *POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR, La Política Nacional de Turismo de la Republica de El Salvador, fue elaborada por el Ministerio de Turismo con la participación de la Corporación Salvadoreña de Turismo, el Instituto Salvadoreño de Turismo, la Cámara Salvadoreña de Turismo, las gremiales de turismo, la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, el Buró de Convenciones, la consultora Alejandra Zorrilla y su equipo de trabajo y más de 1,500 participantes del proceso de consulta pública, El Salvador 2013.*

- A. Améliorer l'impact des arrivées et des départs à l'aéroport international d'El Salvador
- B. Améliorer l'impact des arrivées et des départs aux frontières terrestres
- C. Améliorer l'impact d'arrivée et de départ pour les croisiéristes
- D. Améliorer l'impact de l'arrivée dans les gares routières

2.6 Ressources naturelles, identité culturelle et étude de la spécificité de la région de Chiltiupán

Chiltiupán est une région assez suffisante. D'une part, il a 3 débits d'eau douce qui composent ses rivières dans la région, ce sont : rivière le zonte, rivière les corbeaux, et rivière le sope. De l'autre côté, nous trouvons la cascade au-dessus de la grotte connue sous le nom de La grotte de don Cristóbal Cruz, qui est assez frappante puisque la grotte est couverte par la chute d'eau de la cascade. Nous pouvons la trouver dans la région de Sibérie du Nord. Ils ont également 3 plages : Taquillo, Shutia et Zonte. Pour le moment, le site n'a pas de circuit défini. Les autorités locales déclarent n'avoir actuellement que des projets potentiels à développer dans la région.

Chiltiupán a 3 jours fériés par an, la première a lieu le 21 avril et peut durer entre 3 et 4 jours selon le nombre d'activités du moment. Cette fête s'adresse à saint Marc l'Évangéliste, qui est le co-patron de la région. Ensuite, nous trouvons la fête à Saint-Domingue, qui est le patron de la région, ces fêtes sont célébrées du 3 au 6 août. Et la dernière de ses fêtes est le 20 décembre, c'est la Fête du baume, grâce au village situé dans la cordillère du baume. Dans ces fêtes, nous pouvons trouver une variété d'activités,

y compris : Corferias, concours de pupusas, les ventes de nourriture typique de la région et du pays, Rebondissement de la poudre à canon, sérénades, étoilées de Chuco, et triduos à ses saints patrons.

En outre, Chiltiupán est un village avec une variété de mythes et de légendes basées sur la croyance des sorciers et des sorcières, lorsque le village était situé sur la colline Pataiste et le Malacate, On disait que c'étaient les endroits par excellence pour les retraites de sorcières et de sorciers et que c'était l'une des raisons pour lesquelles la société de ce village a migré vers les plus hautes collines qui sont actuellement le village de Chiltiupán.

CHAPITRE III

RESPONSABILITÉ DE

L'ENTREPRENEUR

3.1 Profil entrepreneurial

3.1.1 Concept d'entrepreneur

Un entrepreneur est une personne qui identifie une opportunité au milieu d'un besoin commun et, connaissant les risques, entreprend l'action d'organiser les ressources nécessaires pour devenir créateur d'une entreprise, Entreprise, service ou produit individuellement ou collectivement dans le but de saisir cette opportunité, en obtenant un profit propre.⁹ (CESCE, 2022)

3.1.2 Type d'entrepreneur

Entrepreneurs Créateurs : nous nous identifions avec le concept car nous cherchons à créer non seulement un service touristique, appelez-vous, Tour Operadora mais aussi créer une nouvelle route touristique dans notre pays offrant ainsi la création d'une nouvelle destination touristique pour les nationaux et les étrangers.

3.1.3 Écosystème entrepreneurial

Matière première : ce sont nos idées innovantes sur la façon dont la randonnée devrait évoluer pour pouvoir innover.

Nos fonds propres : ce sont les fonds de chaque membre qui appartient à cette entreprise qui serviront à lancer notre service.

⁹ *Gestión de clientes: qué es y cómo hacer su seguimiento*, 07 marzo 2022.

Notre niche de marché : c'est en théorie toute personne capable de se mobiliser pour son propre compte : En ce qui concerne cela, il convient de noter que même les personnes qui ne disposent pas d'une condition physique optimale pour une activité physique en tant que telle peuvent faire partie de notre public puisque notre randonnée descendant aura lieu en deux jours et une nuit.

3.1.4 Compétences et caractéristiques en tant qu'entrepreneur.

❖ **Nos compétences :**

Nous utilisons la recherche : pour offrir une expérience unique et complète, nous avons décidé de faire le parcours que nos clients vivront dans la première destination de notre Tour Operator. Ainsi, nous cherchons à identifier les problèmes et les besoins que nos clients peuvent rencontrer sur le chemin. Le but de ceci est de pouvoir limiter autant que possible nos clients considèrent que notre service a des zones d'opportunité pour améliorer. Ainsi, nous garantissons que votre expérience avec notre service est absolument suffisant.

Nous sommes adaptatifs : nous sommes extrêmement ouverts à l'idée d'innover car nous pensons que plus nous exécutons notre service de plus en plus de gens y participent et à travers leurs commentaires, nous obtenons de nouvelles idées qui nous permettent d'ajouter de nouvelles activités à notre service jusqu'à ce que ce soit assez vaste et varié pour tout type de public et ainsi s'assurer que nos clients se sentent en conformité absolue avec notre service.

Nous savons gérer : grâce à l'utilisation de la recherche, nous cherchons à identifier les domaines d'opportunité qui nous garantissent le succès de notre service,

des activités à développer au temps et l'équipe humaine qui sera nécessaire pour assurer une action optimale, c'est-à-dire que chaque aspect de notre service est optimisé au mieux.¹⁰ (Mancuzo, 2021)

❖ **Nos caractéristiques :**

Capacité à travailler en équipe : nous cherchons à avoir un environnement dans lequel nos employés peuvent être une équipe cohérente. Pour ce faire, nous organiserons notre personnel de différentes façons jusqu'à ce que nous parvenions à trouver la façon dont tout le monde à l'intérieur se sent partie essentielle et extrêmement utile.

Persévérance : nous savons que dans une entreprise il y aura toujours beaucoup d'adversités, même certaines que nous ne pouvons même pas imaginer donc nous adaptons notre service d'une manière qui a la capacité de résister et de se soutenir face à de futurs problèmes.

Demande de qualité : nous allons développer un ensemble de stratégies et d'actions visant à améliorer le service à la clientèle ainsi que la relation entre le consommateur et la marque. La clé de ce soutien est de construire de bonnes relations et un environnement positif, serviable et convivial, qui garantit aux clients de sortir avec une bonne impression.

3.1.5 Des obstacles à franchir.

¹⁰ *Técnicas para el servicio al cliente en turismo, Gabriel Mancuzo, 17 de marzo de 2021.*

Manque de soutien aux entrepreneurs locaux de la part des autorités : bien que Chiltipán soit une municipalité qui dispose de ressources en soleil et en montagne, Il ne bénéficie pas du soutien et de l'investissement nécessaires, car les autorités locales ne disposent même pas d'un seul circuit touristique. Par conséquent, les entrepreneurs de la région sont contraints de se consacrer principalement à la fourniture de produits et de services sur les 2 plages les plus connues de la région, à savoir Shutia et Taquillo.

Manque d'éducation et de culture entrepreneuriale : la plupart des Salvadoriens ne disposent pas d'un système éducatif qui permette à la population d'avoir accès à la vaste expérience de différents emplois possibles après l'achèvement de l'éducation de base, moyenne et supérieure. Cela ne permet pas aux gens de découvrir ce qu'ils aiment et ce qu'ils font de mieux dans le domaine du travail, ni de comprendre quels sont les domaines d'opportunité dans le pays en fonction des besoins du pays. Le problème, c'est que la plupart des gens dans notre pays sont prêts à faire partie d'une entreprise existante, Cela est dû au manque de culture d'entreprise, car ils ne sont même pas en mesure de créer leur propre service ou produit.

3.1.6 Facteurs de réussite

Une excellente formation de notre équipe de travail : il s'agit d'offrir régulièrement des opportunités de formation et de développement qui améliorent la motivation et la satisfaction professionnelle des collaborateurs, ainsi que des opportunités de promotion et de promotion.

La mise en œuvre de stratégies qui nous permettent d'atteindre la satisfaction de nos clients : nous cherchons à créer des stratégies qui nous permettent de connaître vos clients et leurs attentes. Car sur le marché contemporain, il est très dangereux de frapper à l'aveugle. D'autre part, nous apporterons les temps d'attente à la plus petite expression possible grâce à l'utilisation d'une expérience numérique exceptionnelle.¹¹ (Mulder, P. (2012). Modelo EFQM de Excelencia.)

3.2 Responsabilité de l'entrepreneur

L'honnêteté, l'équité et l'intégrité sont des critères clés pour notre organisation socialement responsable. Il est également important de souligner que l'objectif économique n'est pas le seul moteur de nos activités, mais que nous cherchons à générer un impact positif sur la société.

Avec nos clients : fournir un excellent service à la clientèle, leur fournir le meilleur service d'alimentation et autres services inclus dans notre voyage, assurer également leur sécurité et leur confort tout au long de la randonnée.

Avec nos employés : leur offrir un salaire très bien rémunéré, également leur fournir des formations en permanence afin qu'ils puissent mieux accomplir leurs tâches et de la même façon, ils peuvent aspirer à progresser au sein de l'entreprise.

Avec notre société : créer des alliances avec les entrepreneurs locaux pour contribuer à l'économie locale.

¹¹ Mulder, P. (2012). *Modelo EFQM de Excelencia*. Recuperado en noviembre 2022 de toolshero: <https://www.toolshero.es/administracion/modelo-efqm-de-excelencia/>

Avec l'environnement dans la zone où se développe notre service : s'assurer que nos employés sont suffisamment qualifiés pour pouvoir éduquer nos clients au respect de l'environnement que nous trouvons sur le parcours de la randonnée.

Avec nous-mêmes : nous former constamment, nous assurer que, à chaque voyage, tout est exécuté correctement pour pouvoir faire des profits qui nous permettent d'obtenir un salaire décent.

3.3 Normes de qualité dans le tourisme

Chiltiupán Tours a l'intention d'utiliser comme base la loi sur le tourisme d'El Salvador après s'être inscrit en tant qu'entreprise touristique au Registre National du Tourisme via CORSATUR pour remplir toutes les obligations, y compris celle d'offrir le service.

L'une des obligations visées à l'article 12 est :

Les entreprises touristiques sont tenues de fournir aux touristes des informations objectives et exactes sur les lieux de destination et sur les conditions de voyage, d'accueil et de séjour.

En outre, ils assureront la transparence absolue des clauses qu'ils proposent à leurs clients, tant en ce qui concerne la nature, le prix, les réservations et la qualité des facilités qu'ils s'engagent à fournir (loi sur le tourisme d'El Salvador, 2005, p.4).

Par ailleurs, notre société entend travailler dur pour obtenir la certification ISO 9001:2015, car la qualité est l'un des principes les plus importants d'une entreprise et est directement liée à son succès, sa croissance et son développement. L'ISO 9001 est la

norme internationale publiée par l'ISO (International Organization for Standardization) pour établir de manière garantie un Système de Gestion de la Qualité.

Il s'agit d'une norme de gestion de la qualité qui établit les exigences générales pour être employé dans tout type d'organisation, quel que soit le secteur, la taille ou le type. Cette norme de qualité peut donc être appliquée par un travailleur indépendant, une entreprise ou une institution à but non lucratif.¹²

¹²Ministerio de Turismo de El Salvador. (2005, 10 de diciembre). Ley General de Turismo. Decreto Legislativo N° 899.

CHAPITRE IV

PLAN DE COUT DU

PRODUIT OU SERVICE

TOURISTIQUE

4.1 Logo du service touristique



4.2 Mission, vision et valeurs

MISSION

Offrir un service personnalisé de supériorité et de fiabilité, grâce à la bonne attention de notre personnel dûment formé, la conception de voyages mémorables et significatifs, à des prix accessibles, atteignant les attentes de nos clients.

VISION

Devenir une Agence de Voyage reconnue en El Salvador, pour la confiance et la sécurité que nous offrons à nos clients, en présentant des services innovants et en assurant une activité touristique stable, en promouvant un environnement harmonieux et en obtenant la plus grande satisfaction de nos clients.

VALEURS

Nous accueillons l'opportunité d'aider les communautés entourant les zones où nous effectuons nos voyages.

Nous sommes passionnés de contribuer à l'amélioration et à l'expansion des services fournis par nos alliés stratégiques.

Nous veillons à ce que nos employés aient de bonnes opportunités de croissance et à ce que les objectifs atteints individuellement et en équipe soient reconnus.

4.3 Plan de cout service touristique

	Eléments	Coûts selon le type d'identification	Coûts selon le type de comportement
Services ou fournitures	La publicité	Directe	Variable
	Achat de trousse de secours	Directe	Fixe
Main d'oeuvre	Salaire des membres	Directe	Fixe
	Salaire du docteur	Directe	Fixe
	Salaire de la police du tourisme	Directe	Fixe
	Salaire du personnel de nettoyage	Directe	Fixe
	Salaire pour les fournisseurs de nourriture	Directe	Fixe
Autres coûts indirects	La formation du personnel	Indirecte	Variable
	Transport	Indirecte	Fixe

Éléments	
La publicité	Il sera exécuté via les réseaux sociaux les plus utilisés. Elle sera réalisée par des membres du service touristique.
Achat de trousse de secours	Ceux-ci seront achetés par 20 au total. Ceci puisque ce sera le nombre minimum de personnes pour pouvoir faire le voyage.
Salaire des membres	Pour le moment, il n'y a que 2 personnes.
Salaire du docteur	Un médecin ou une infirmière sera embauché. Mais à terme, il est proposé que les guides touristiques soient formés par la Croix-Rouge salvadorienne.
Salaire de la police du tourisme	Deux policiers seront embauchés pour vous accompagner tout au long de la balade.
Salaire du personnel de nettoyage	Deux personnes seront embauchées dans la région où le voyage aura lieu.
Salaire pour les fournisseurs de nourriture	Deux personnes seront embauchées dans la région où le voyage aura lieu.
La formation du personnel	Le personnel sera formé au service à la clientèle, aux premiers soins et à la survie.
Transport	Un bus sera loué.

Dans notre service, nous avons mis en œuvre chacun des éléments qui sont utilisés pour l'exécution du projet, plus tard nous avons pu élaborer la déduction du bénéfice obtenu du service en tenant compte de la formule vue en classe :

\$ (total du coût du produit) X (50 %)

\$ (le résultat de la multiplication entre) 50%

Le total serait le gain de marge.

CHAPITRE V

BIBLIOGRAPHIE ET

WEBGRAPHIE

Références

- Anguiano, L. E. (17 de Julio de 2020). *Co'ox Mayab*. Obtenido de Co'ox Mayab.com:
<https://cooxmayab.com/turismo-comunitario-vs-turismo-rural/#:~:text=%E2%80%9CUn%20turismo%20que%20no%20toma,se%20instal>
- CESCE. (07 de marzo de 2022). *CESCE Seguros de éxito*. Obtenido de
<https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/gestion-de-clientes#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20clientes%20comprende,tanto>
- Ibarra, J. B. (2011). *icti.ufg.edu.sv*. Obtenido de icti.ufg.edu.sv:
<https://icti.ufg.edu.sv/doc/14501perspectivas.pdf>
- Instituto Salvadoreño de Turismo. (25 de septiembre de 2020). *ISTU*. Obtenido de
istu.gob.sv: <https://www.istu.gob.sv/2020/09/parque-natural-cerro-verde/>
- Mancuzo, G. (17 de marzo de 2021). *ComparaSoftware Blog*. Obtenido de Técnicas para
servicio al cliente en turismo: <https://blog.comparasoftware.com/tecnicas-para-servicio-al-cliente-en-turismo/>
- Ministerio de Turismo de El Salvador. (2013). *Política Nacional de Turismo de la Republica de El Salvador*. Obtenido de
https://drive.google.com/file/d/1r2b8McqgHtBWclFVSV_p2smAooP2Rw-U/view
- Mulder, P. (2012). *Modelo EFQM de Excelencia*. (s.f.). Obtenido de
<https://www.toolshero.es/administracion/modelo-efqm-de-excelencia/>

Naciones Unidas El Salvador. (s.f.). *Naciones Unidas El Salvador*. Obtenido de <https://elsalvador.un.org/es/sdgs>

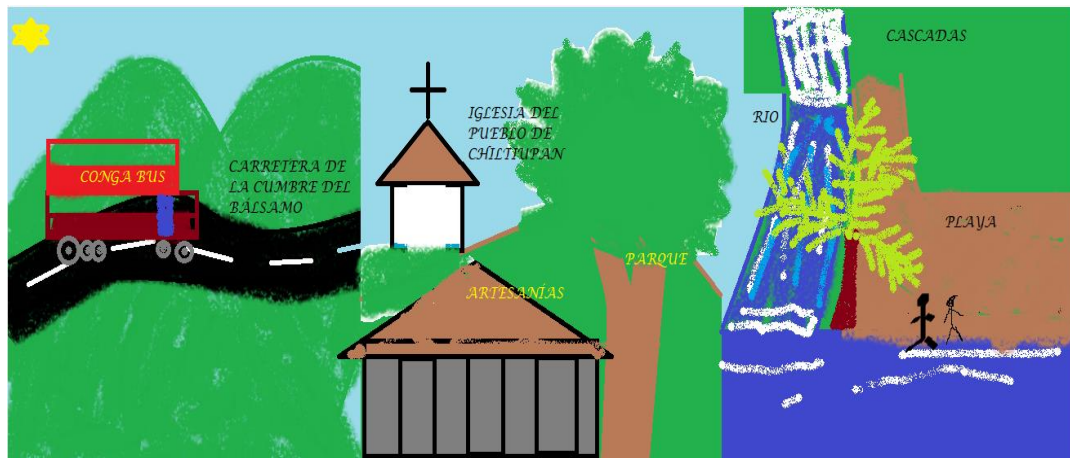
Plan El Salvador Sustentable. (marzo de 2018). <http://rcc.marn.gob.sv/>. Obtenido de <http://rcc.marn.gob.sv/xmlui/bitstream/handle/123456789/7/Versi%C3%B3n%20completa%20Plan%20El%20Salvador%20Sustentable.pdf>

wikiloc. (s.f.). *Wikiloc*. Obtenido de wikiloc.com: <https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/ruta-tres-chorros-y-cueva-de-cristobal-59107690/photo-39435755>

World Tourism Organization. (s.f.). *World Tourism Organization*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>

ANNEXES

1. CARTOGRAPHIE



2. LOGO

