

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“DISEÑO DE UN VIAJE COMBINADO
KENIA Y TANZANIA”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Belén Díaz Albero

Tutor/a

M. Dolores Teruel Serrano

GANDIA, 2020

TÍTULO: Diseño de un viaje combinado: Kenia y Tanzania

DESCRIPCIÓN: El objetivo principal de este Trabajo Final de Grado es la creación, planificación y posterior comunicación de un viaje combinado de destino múltiple a los países de Kenia y Tanzania. Estos destinos son conocidos por ser destinos de turismo de aventura, sin embargo son destinos que no habían sido solicitados o demandados hasta los últimos años. El estudio en profundidad de ambos países, configurarán el marco conceptual de este viaje combinado donde se analizarán las características básicas de estos viajes. Este concepto, que parece bastante obvio, no ha sido objeto de estudio por parte de la comunidad universitaria. Por ello, se dedicará un apartado especial a la revisión de la literatura en relación a los procesos necesarios para la creación, gestión y comercialización de los viajes combinados. Posteriormente, se analizará el mercado al que se dirige, demanda, estudiando cual será el público objetivo al que se quiere dirigir y analizando sus gustos y preferencias a la hora de escoger un destino y planificar un viaje. Con estos datos se escogerán las ciudades, pueblos o ubicaciones diferentes a partir de los cuales se planificará y diseñará el viaje. Este trabajo finaliza con la cotización del viaje con el fin de establecer un precio y, finalmente, se realizará un plan de comunicación para publicitar el producto turístico.

PALABRAS CLAVE: gestión de viajes, paquete turístico; producto turístico; Kenia, Tanzania;

TITLE: Design of a combined trip: Kenya and Tanzania

DESCRIPTION: The main objective of this Final Degree Project is the creation, planning and subsequent communication of a multiple destination combined trip to the countries of Kenya and Tanzania. These destinations are known for their wildlife, combining adventure destinations (such as safaris in Kenya's national parks, or visit to the Masai Mara) with rest destinations on the beaches of Tanzania. The in-depth study of both countries will configure the conceptual framework of this combined trip where the basic characteristics of these trips will be analyzed. This concept, which seems quite obvious, has not been studied by the university community. For this reason, a special section will be devoted to the literature review in relation to the necessary processes for the creation, management and marketing of package tours. Subsequently, the market to which it is directed, which is

the demand, will be analyzed, studying which will be the target audience to which it is oriented and analyzing their tastes and preferences when choosing a destination and planning a trip. With these data, different cities, towns or locations will be chosen and the trip will be planned and designed. This work ends with the pricing of the trip in order to establish a price and, finally, a communication plan will be made to advertise the tourist product.

KEY WORDS: travel management, tour package; tourist product; Kenya, Tanzania;

Contenido

1	INTRODUCCIÓN	6
1.1	Objetivos	7
1.2	Metodología	7
2	MARCO TEÓRICO.....	9
2.1	Viajes combinados	9
2.2	Situación actual del turismo en España	11
2.3	El continente africano como receptor de turistas	15
2.4	Principales viajes combinados y operadores turísticos en África	17
3	PROPUESTA TÉCNICA.....	19
3.1	Planificación	19
3.1.1	Estudio de mercado.....	19
3.1.2	Identificación de la demanda.....	19
3.1.3	Selección del destino.....	22
3.2	Diseño y planificación del itinerario.....	25
3.3	Recomendaciones básicas del destino.....	34
4	ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO DEL VIAJE.....	35
5	PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	42
6	CONCLUSIONES.....	44
7	BIBLIOGRAFÍA.....	45
8	ANEXOS.....	49

TABLA DE ILLUSTRACIONES

Figura 1: Reservas de viajes Fuente: Observatur 2019.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2: Perfil del cliente de agencia de viajes. Fuente: Observatur	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 3: Oferta viaje Kenia y Tanzania Catai. Fuente: Catai	17
Ilustración 4: Oferta de viaje a Kenia y Tanzania Logitravel. Fuente: Logitravel.....	18
Ilustración 5: Clasificación de las generaciones según su año de nacimiento. Fuente: La Vanguardia (2018)	21
Ilustración 6: Hotel Masai Lodge. (Fuente: www.maasailodge.com , consultado en junio de 2020).....	25
Ilustración 7: Casa de Karen Blixen. Fuente: Librujula.com (consultado en junio de 2020)	26
Ilustración 8: Orfanato de elefantes Daphne Sheldrick. Fuente: Civitatis-com (consultado en junio de 2020)	26
Ilustración 9: Lake Nakuru Lodge. Fuente: Lake Nakurulodge.com (consultado en junio de 2020).....	27
Ilustración 10: Lake Nakuru. Fuente:Sima Safari.com (consultado en junio de 2020)	27
Ilustración 11: Hotel Sarova Shaba Game Lodge. Fuente: Booking.es (consultado en junio de 2020).....	28
Ilustración 12: Parque Nacional Samburu. Fuente: Kenyalogy.com (consultado en junio de 2020).....	28
Ilustración 13: The ark Lodge. Fuente: Booking.es (consultado en junio de 2020).....	29
Ilustración 14: Aberdare National Park. Fuente:Natural World Kenya Safaris.(consultado en junio de 2020).....	30
Ilustración 15: Naserian Mara Camp. Fuente: www.booking.es (consultado en junio de 2020).....	30
Ilustración 16: Masai Mara. Fuente:www.civitatis.com(consultado en junio de 2020).....	31
Ilustración 17: Meliè Zanzíbar. Fuente: Booking.....	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Razones a la hora de elegir una agencia u otra. Fuente: Observatur.....	13
Gráfico 2: Evolución de los matrimonios en los últimos años. Fuente: Elaboración propia con datos de DatosMacro (2018).....	20
Gráfico 3 Gráfico edad media al contraer matrimonio. Fuente: elaboración propia con datos de Statista.	20

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos generales sobre turismo. Fuente: Turespaña, 2019	11
Tabla 2: Datos resultados internacionales turísticos. Fuente: UNWTO (2020).....	15
Tabla 3: Planificación viaje. Fuente: Elaboración propia	33
Tabla 4: Precios de los hoteles. Fuente: Elaboración propia	35
Tabla 5: Precios de los transportes. Fuente: Elaboración propia	36
Tabla 6: Precios de las excursiones. Fuente: Elaboración propia.....	37
Tabla 7: Precios de los restaurantes. Fuente: Elaboración propia	37
Tabla 8: Precios del seguro y guía. Fuente: Elaboración propia.....	38
Tabla 9: Cantidad total a pagar a los proveedores. Fuente: Elaboración propia.....	40
Tabla 10: Costes variables y fijos del viaje. Fuente: Elaboración propia	41
Tabla 11: Recorridos. Fuente: Elaboración propia	49

1 INTRODUCCIÓN

El sector turístico vivió un año de bonanza durante el año 2019, tras años de crecimiento continuado en el número de llegadas por turistas a España Sin embargo, este mismo año 2019 será recordado por hechos importantes que han sacudido la industria turística como la caída de Thomas Cook y la venta de Air Europa, o la fusión de Globalia y Barceló. No obstante, la llegada de turistas extranjeros a España se mantuvo constante sobre todo en los meses de verano, teniendo en cuenta los principales indicadores como llegadas de turistas extranjeros o pernoctaciones, los cuales indicaban el fin de un ciclo, de 2011 a 2018. (Hosteltur, 2019).

La entrada “turística” en el 2020, no ha seguido el mismo comportamiento. La irrupción de la pandemia ocasionada por el coronavirus Covid-19 ha llevado a un importante decrecimiento en las reservas de viajes combinados agudizado por el miedo general, extendido entre la población, unido a la declaración del estado de alarma, y sobre todo, las medidas tomadas por el Gobierno que imposibilitaban realizar desplazamientos entre provincias, lo que ha causado un gran impacto negativo en el sector turístico.

Es cierto que, durante este tiempo de pandemia se ha visibilizado que el sector turístico es uno de los pilares de la economía española. Los medios de comunicación han recordado que el sector turístico representa un alto porcentaje del Producto Interior Bruto del país el cual alcanzó en el mes de agosto de 2019 el turismo un 15% del PIB, según datos de Hosteltur (2019). Estos datos evidencian que en el año 2019 la situación económica de los españoles era muy favorable, incentivando así al consumo de viajes, tanto nacionales como internacionales la cual ha sido frenada por los hechos comentados anteriormente. La crisis actual provocada por el Covid-19 va a suponer un reto para muchas empresas, especialmente para las turísticas, de adaptación a las nuevas normativas en cuanto a viajes y desplazamientos. En especial, para el subsector de la intermediación y en concreto para los viajes combinados, el camino será largo hasta que todo vuelva a la normalidad. Ahora más que nunca se hace necesaria la planificación y gestión de los viajes de forma sostenible y apostando por la seguridad sanitaria y protección de los visitantes.

Por todo ello, este trabajo final de grado se va a encargar de poner en valor la importante contribución de los viajes combinados al sector turístico, y sobre todo de definir y dar a conocer los procesos que se siguen en las diferentes fases de un viaje combinado “exótico” y complicado ya que se ha aplicado al caso concreto de un viaje combinado a Kenia y

Tanzania. Sin embargo, se quería poner en valor destinos como son Kenia y Tanzania, por la sostenibilidad de sus destinos, al basarse en recursos naturales y estar muy poco transformados, algo difícil de encontrar en países europeos.

En cuanto a las limitaciones que ha tenido este trabajo se destaca la dificultad añadida por tratarse de un país en desarrollo en el que no se suelen encontrar servicios básicos para el turismo como son las empresas dedicadas a los transportes interurbanos y la consideración especial de las medidas de seguridad.

1.1 Objetivos

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente mencionado, este trabajo final de grado tiene como objetivo principal realizar la planificación completa de un viaje combinado a Kenia y Tanzania, el cual estará ofertado a un sector de mercado concreto, cubriendo sus necesidades, de forma que resulte atractivo y viable económicamente.

Los objetivos secundarios que se pretende alcanzar para cumplir el objetivo principal tienen una vertiente inminentemente práctica, tanto en la definición de la demanda como en la planificación de las actividades y servicios. Estos objetivos secundarios son los siguientes:

- Realizar un estudio de la demanda para identificar el segmento de mercado al que se querrá dirigir este viaje combinado a Kenia y Tanzania.
- Definir y planificar las actividades, servicios, tiempos y distancias a recorrer durante el viaje combinado
- Realizar una correcta propuesta económica utilizando las herramientas aprendidas a lo largo de las diferentes asignaturas del Grado en Turismo.

1.2 Metodología

La metodología que se ha seguido para realizar este trabajo final de grado ha combinado la recopilación de datos extraídos tanto de fuentes primarias como secundarias, centrándose principalmente en las primarias. Con estos datos se han realizado análisis tanto cuantitativos (para establecer un PVP y calcular márgenes neto y bruto) como cualitativos, para establecer el sector de mercado y analizar la demanda, y para crear un itinerario de viaje.

Entre las fuentes primarias se han generado datos a partir de bases de datos como el Instituto Nacional de Estadística (INE) o como páginas web de reservas (Booking, Civitatis...). También se han consultado webs de buscadores de vuelos como Skyscanner o GoogleFlights.

Por otro lado, también se ha hecho uso de fuentes secundarias, las cuales contienen información tratada por otros autores, estas fuentes entre otras, han sido informes y estudios localizados en la plataforma GoogleScholar y que se encuentran citadas a lo largo del trabajo, también se han utilizado los apuntes de la asignatura de Gestión de Viajes (UPV), para obtener información en cuanto a la parte económica y también para revisar las tablas de organización de itinerarios etc.

2 MARCO TEÓRICO

En este apartado se aborda el estudio teórico de la gestión de un viaje combinado de una forma extensa teniendo en cuenta las bases teóricas adquiridas durante los estudios de Doble Grado en Turismo y ADE. Entre ellas, cabe destacar los conocimientos adquiridos en la asignatura Gestión de Viajes la cual ha motivado este Trabajo Final de Grado.

2.1 Viajes combinados

La definición de un viaje combinado se encuentra en la Ley 21/1995 de Viajes combinados, la cual fue sustituida por el texto refundido de la Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios. El libro I de la Ley mencionada trata de los viajes combinados, y estos son definidos como:

“la combinación previa de, por lo menos, dos de los elementos señalados en el párrafo siguiente, vendida u ofrecida en venta con arreglo a un precio global, cuando dicha prestación sobrepase las 24 horas o incluya una noche de estancia. Los elementos a que se refiere son los siguientes:

Transporte, ii) alojamiento y iii) otros servicios turísticos no accesorios del transporte o del alojamiento y que constituyan al menos el 25% del valor de la combinación considerado como una parte significativa del viaje combinado.”
(Teruel, 2019).

Por otro lado, existe una nueva regulación que reforma la regulación contenida en la LGDU, esto se ha realizado mediante el Real Decreto Ley, de 21 de diciembre de 2018. La modificación o reforma, se ha realizado como causa del incumplimiento por parte del Estado Español el plazo de adaptación de la Directiva (UE) 2015/2302 (1.1.2018).
(Mercedes Zubiri de Salinas, 2020)

“La modificación de su régimen, impulsada por la utilización, cada vez más frecuente, de la contratación electrónica de estos servicios por parte de los consumidores, supone cambios relevantes. Desde la ampliación del concepto de viajes combinados y la inclusión de la nueva categoría de servicios de viaje vinculados, al tratamiento de las fases precontractual y contractual, así como un nuevo enfoque de la responsabilidad y el establecimiento de un

régimen de garantías, especialmente, en situaciones de insolvencia de los organizadores y empresarios prestadores de los servicios de viaje.” (Mercedes Zubiri de Salinas, 2020)

En cuanto a la nueva regulación que modifica la Ley General de Consumidores y Usuarios contenida en el Real Decreto Ley, de 21 de diciembre de 2018. La modificación o reforma, se ha realizado como causa del incumplimiento por parte del Estado Español el plazo de adaptación de la Directiva (UE) 2015/2302 (1.1.2018). Esta modificación según Zubiri de Salinas (2020) está motivada por la cada vez más frecuente utilización de los medios electrónicos para la contratación de los servicios lo cual supone que en el caso de los viajes combinados se deba ampliar el concepto para incorporar una fase precontractual y otra contractual, así como un nuevo enfoque de la responsabilidad y el establecimiento de un régimen de garantías, especialmente, en situaciones de insolvencia de los organizadores y empresarios prestadores de los servicios de viaje.

En cuanto a las características generales que definen un viaje combinado se destacan las siguientes¹:

- Que sean de **destino único o destino múltiple**, esto es, si se configuran pernoctando en varias ciudades (destino múltiple) o en una única ciudad (destino único).
- La **accesibilidad desde el país de origen** está relacionada con el número de escalas o paradas técnicas que realizan los pasajeros hasta llegar al primer punto de destino. La calidad de un viaje se asocia a la minimización de los tiempos de desplazamiento, además de ser conveniente evitar los tiempos de espera en aeropuertos.
- La **duración del viaje; definido como** el tiempo que dura la estancia en el destino. Una estancia corta o no vacacional tendrá una duración de entre 3 y 4 días, mientras que una estancia vacacional la tendrá de una semana o 10 días.
- El **medio de transporte** utilizado también condiciona el tipo de viaje que se va a realizar, pudiéndose utilizar cualquiera de los medios de transporte, además de poderse combinar entre ellos, creándose así las denominaciones de circuitos, por ejemplo, aeroterrestres (avión + autobús).
- la **temporada del viaje** programado es el espacio de días meses o años durante los cuales se ofrece un paquete turístico concreto. Suelen ser tres: alta, media y

¹ Texto modificado de los apuntes facilitados en las asignaturas del Grado Gestión de Viajes de la Universitat Politècnica de Valencia (2019-20).

baja; en Europa la temporada alta coincide con los meses de verano (junio a septiembre), estas temporadas se asocian directamente con el clima, que es un factor limitante en la organización de viajes.

- La **calidad del alojamiento y el número de noches** ofertadas en cada ciudad es una variable primordial, relativa al confort físico del viajero, siendo la categoría del alojamiento un desencadenante del *stress* para los viajeros.
- Y el grado de organización del viaje que se refiere a la flexibilidad que pueda tener el cliente para organizar o contratar sus propias actividades o incluir servicios adicionales, este grado de organización varía en función de si el viaje se realiza en grupo o no y si va acompañado por un guía acompañante o no. (Teruel, 2019).

2.2 Situación actual del turismo en España

Una vez definido el concepto y características de los viajes combinados, este apartado se dedica a destacar la situación que representaba el sector de los viajes previo a la crisis del COVID19. La información procedente de Turespaña para el año 2019 permite comprobar la bonanza de este sector previo a la declaración del estado de alarma, como se ha comentado anteriormente.

Los datos que a continuación se presentan muestran información estadística sobre la ficha de coyuntura de datos turísticos del año 2019 en España. Como se puede observar, la situación se presentaba favorable para el turismo en España y resto del mundo (Tabla 1).

	Período de referencia	Total	S/ Año anterior (%)
BALANZA DE PAGOS (BANCO DE ESPAÑA)			
Ingresos por turismo (millones de euros)	2018	69.024	3,5
Pagos por turismo (millones de euros)	2018	22.692	15,7
Saldo por turismo (millones de euros)	2018	46.332	-1,6
EMPLEO (MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL)			
Agencias de viajes / Operadores Turísticos	2018	65.367	3,9

Tabla 1: Datos generales sobre turismo. Fuente: Turespaña, 2019

Cabe destacar el papel actual de las agencias de viajes, tanto actualmente como en el futuro, el papel de Internet y las reservas realizadas a través de plataformas de este medio, parece que está desplazando el papel de las agencias mayoristas y minoristas. Esta misma plataforma, cuestiona cuál será el papel de estas agencias en la actualidad y en un futuro.

Según datos de Observatur (Observatorio Nacional de Turismo Emissor), para el 93% de las agencias, el cliente vacacional representa como mínimo la mitad de sus clientes, para un 71% de las agencias este tipo de cliente es el mayoritario, el cual, normalmente comprende la edad de entre 35 y 55 años. (Observatorio de Turismo Emisor en España, 2019)

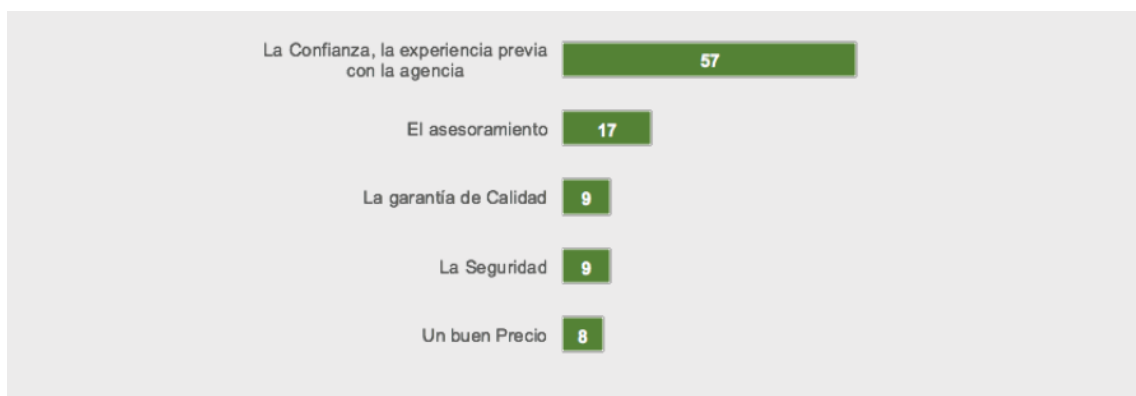


Gráfico 1: Razones a la hora de elegir una agencia u otra. Fuente: Observatur

En relación a la contratación de los viajes combinados, el principal factor que los clientes tuvieron en cuenta fue la confianza y la experiencia previa que se hubiera podido tener con esa agencia seguido del asesoramiento proporcionado por la agencia. En cuanto al canal de venta, las empresas de intermediación turística suelen utilizar 2 canales principalmente, siendo la venta física la más extendida entre las agencias de viajes. (Observatorio de Turismo Emisor en España, 2019)

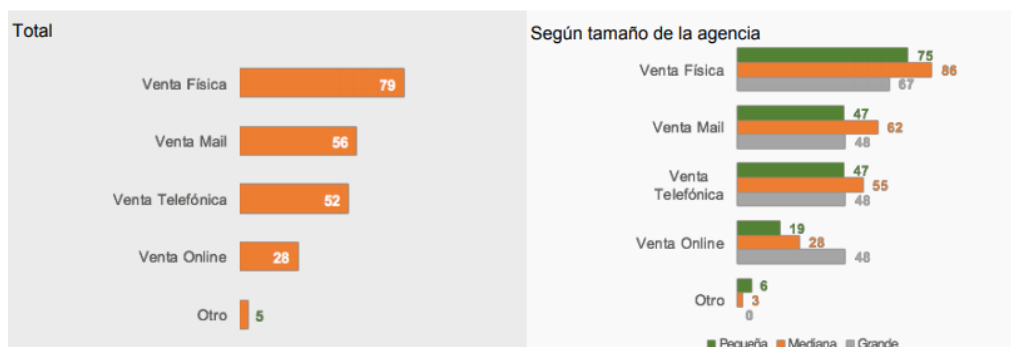


Ilustración 2: Tipo de venta en las agencias. Fuente: Observatur

Otro de los factores que las agencias deberán tener en cuenta es la difusión a través de las redes sociales, un factor cada vez más atractivo en cuanto a publicidad, promoción y contacto con los clientes. Entre todas las redes sociales, la más atractiva en cuanto a alcance y utilidad es Facebook, que además es la que más visibilidad da a las empresas de este sector (Agenttravel, 2019).

Sin embargo, y tras los eventos acontecidos con el Covid-19, la situación se mantiene en incertidumbre para el sector. Los grupos de gestión están actualmente sobrepasados por la situación y se solicita al gobierno una ley de viajes combinados justa, ya que según estos grupos de gestión se necesita una campaña de sensibilización sobre la situación de los agentes de viajes, con el lema “Quédate en casa hoy para mañana poder viajar”. (Hosteltur, 2020)

Con la situación actual es imposible viajar al extranjero, además, las agencias de viajes están obligadas a devolver todo el importe del viaje contratado a los clientes, pese a no poder recibir la devolución por parte de los proveedores, es por ello que se causa una pérdida irremediable. Por tanto el futuro que se presenta a las agencias de viajes combinados es muy difícil. (Hosteltur, 2020)

Tras la realización de este apartado se obtiene una visión general de los viajes combinados y sus principales características en cuanto a la contratación de los mismos así como de la demanda de estos servicios. A continuación, este trabajo se centrará en el análisis del espacio geográfico donde tendrá lugar la propuesta de viaje teniendo en cuenta e incluyendo los elementos identificados anteriormente.

2.3 El continente africano como receptor de turistas

El turismo en África supone para el continente una importante actividad productiva responsable del desarrollo de algunos de sus países. Los datos ofrecidos por la Organización Mundial del Turismo apuntaban, previo a la pandemia, cifras interesantes y esperanzadoras para la economía del continente en su conjunto. Como se puede observar en la tabla siguiente (Tabla 2), el total de llegadas internacionales al continente en 2019 fue de 79 millones, un 6% mayor que el año anterior, representando un ingreso de 38 billones de dólares, lo cual es un incremento del 2% respecto del año anterior. En cuanto a las motivaciones de las visitas a este continente, como se muestra en la tabla siguiente.

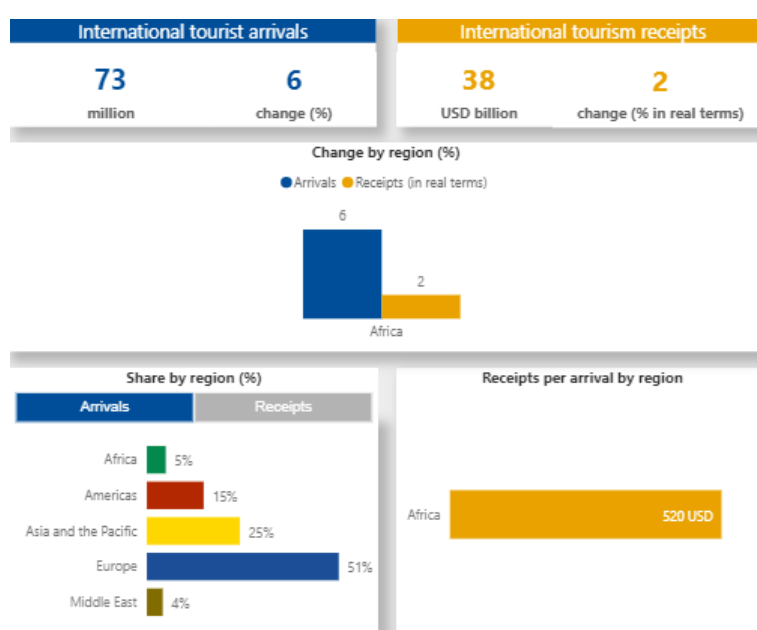


Tabla 2: Datos resultados internacionales turísticos. Fuente: UNWTO (2020)

La situación actual de pandemia ha motivado reuniones de la Comisión General de África perteneciente a la Organización Mundial del Turismo para plantear la reapertura del turismo en África asegurando las medidas para el desarrollo sostenible del continente. Además de abordar el reto inmediato que plantea COVID-19, los debates se centraron también en las esferas clave del Programa para África de la OMT como una hoja de ruta concebida para orientar al sector en el crecimiento sostenible hasta 2030. Entre esas prioridades figuran la mejora de la infraestructura turística de África, el fomento de la conectividad aérea, la facilitación de la concesión de visados, la garantía de la seguridad de los turistas, la inversión en el desarrollo del capital humano y la mejora de la imagen de África ante el resto del mundo.

El Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirmó que: *“el potencial turístico de África es innegable, así como el potencial del turismo para impulsar el desarrollo inclusivo en todo el continente. La constante disminución de las restricciones a los viajes, primero dentro de las naciones y luego a través de las fronteras internacionales, permitirá que vuelvan los numerosos beneficios sociales y económicos del turismo”. Si la reanudación del turismo se gestiona de manera responsable y coordinada, aprovechando el poder de la innovación y el espíritu empresarial, entonces puede transformar millones de vidas y ayudar a proteger y preservar el rico patrimonio cultural y natural de África*”. (UNWTO, 2020)

La percepción de seguridad es uno de los motivos que explican el crecimiento del sector turístico en África. Tras la caída en picado del turismo en el Magreb por la inestabilidad generada tras la denominada primavera árabe y una serie de ataques yihadistas, la región ahora levanta la cabeza. Egipto, con un crecimiento el año pasado superior al 16%, lidera una recuperación a la que también se abrazan países como Marruecos o Túnez. (Aldecoa, 2019)

En África Subsahariana, donde sólo islas como Seychelles o Mauricio, tienen un sector turístico con un impacto decisivo en sus economías, los gobiernos se han dado cuenta del potencial de sus paisajes y culturas. El informe *“El potencial del turismo en África”*, de la organización Brooking Institution, destaca a Sudáfrica, Botsuana, Ruanda, Kenia o Gambia como países que han trazado ya planes estratégicos para desarrollar sus sectores turísticos y subraya la importancia de apostar también por el turismo intracontinental. El texto aplaude que la Agencia de Desarrollo de la Unión Africana priorice el desarrollo del turismo para hacer de África “el destino del siglo XXI”. (Aldecoa, 2019)

2.4 Principales viajes combinados y operadores turísticos en África

Previamente a la realización y planificación del viaje propuesto se va a analizar la oferta existente para este continente con el objetivo de conocer cuales son las propuestas existentes y poder orientar mejor la propuesta de viaje combinado a Kenia y Tanzania. Entre otros operadores turísticos, las ofertas de viajes combinados más destacadas han sido las siguientes:

- CATAI

Catai oferta un viaje combinado a los países de Kenia y Tanzania, con una duración de 11 días y un precio de 3.585€, ofertan también una extensión del viaje en la que se visite Zanzíbar. Entre los destinos se encuentran: Nairobi, Masai Mara, Lago Nakuru, Lago Manyara, y Tarangire, entre otros. (Catai, 2020)

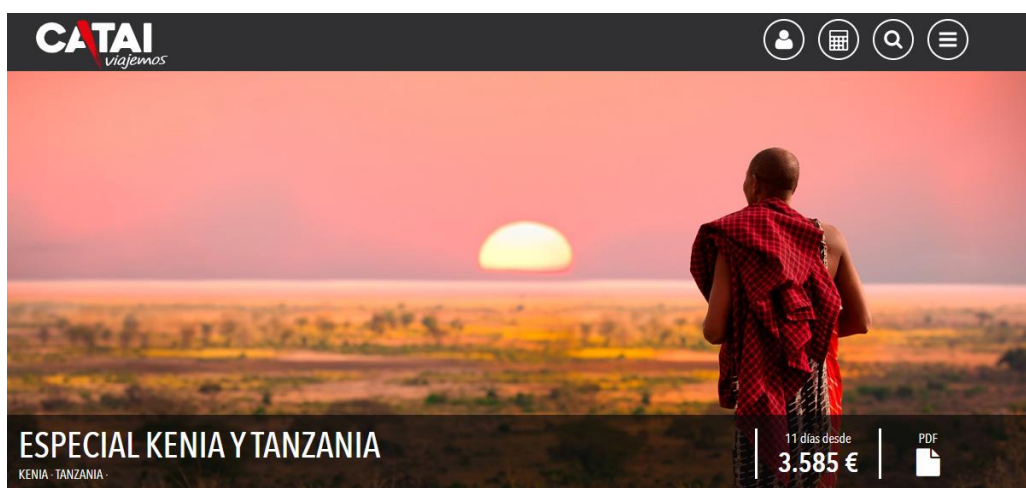


Ilustración 3: Oferta viaje Kenia y Tanzania Catai. Fuente: Catai

- LOGITRAVEL

La siguiente oferta de viaje la propone Logitravel, a los países de Kenia y Tanzania, un viaje con una duración de 16 días y un precio aproximado de 4.390€. Entre los destinos que se propone visitar se encuentran: Nairobi, Masai Mara, Parque Nacional de Amboseli, Arusha y Zanzíbar. (Logitravel, 2020)



Ilustración 4: Oferta de viaje a Kenia y Tanzania Logitravel. Fuente: Logitravel

- VIAJES EL CORTE INGLÉS

Por otro lado, Viajes El Corte Inglés, sitúa entre sus viajes una oferta para viajes de luna de miel, consistente en un circuito de 12 días en el que se visitará, entre otros atractivos turísticos la Reserva Nacional del Masai Mara, el lago Naivasha y la isla de Zanzíbar. (Viajes el Corte Inglés, 2020)



Ilustración 5: Oferta de viaje a Kenia y Tanzania. Fuente: El Corte Inglés (consultado en junio de 2020)

3 PROPUESTA TÉCNICA

En el estudio de los viajes combinados entendido como el proceso creativo de diseño y desarrollo del viaje, se distinguen dos partes claramente diferenciadas como son: la parte técnica y la parte económica. La parte técnica incluye el estudio de la demanda y selección de los destinos, mientras que la parte económica comprende la cotización del viaje y el establecimiento de un precio de venta al público.

3.1 Planificación

La planificación de un viaje combinado incluye diferentes aspectos, tales como la realización de un estudio de mercado inicial para identificar la demanda y conocer al público objetivo, la selección del destino acorde con el target (público objetivo) escogido y, finalmente, el diseño del itinerario.

3.1.1 Estudio de mercado

A continuación, se muestra el estudio de mercado realizado con el propósito de conocer el mercado y su demanda. Como se ha dado cuenta, esta situación ha cambiado desde la pandemia COVID-19 por lo que en este momento no es un destino turístico demandado si bien se espera que la vuelta a la normalidad recupere la actividad de los viajes combinados hacia este continente.

3.1.2 Identificación de la demanda

Respecto a la demanda, se ha escogido el segmento de parejas recién casadas. Este nicho de mercado resulta de gran rentabilidad para las agencias de viajes ya que se trata de un viaje especial que se realiza en un momento de la vida en la que los turistas dedican una importante cantidad de su presupuesto al mismo. Según datos obtenidos de Ostelea, (2017), los españoles suelen invertir entre un 30% y un 40% más en el viaje de novios que en sus vacaciones habituales de verano. El gasto medio por viaje suele ser de 5.500€, según un estudio de Ostelea (2017). Además, en el año 2017 se invirtió un 10% más en este viaje que en el año anterior.

Según esta misma fuente, la tendencia actual para los viajes a medida de recién casados está al alza a pesar de requerir más planificación por parte de la agencia, tienen una demanda creciente.

En el gráfico siguiente (Gráfico 4) se puede ver la evolución del número de matrimonios por año hasta el 2017. Como se puede observar, el número de matrimonios sufrió una caída en el año 2010, debido principalmente a la crisis económica que sufrió el país. A partir del año 2014 empieza a aumentar esta cifra, y desde entonces ha seguido incrementando hasta llegar al año 2017; la disminución de este último año no es muy significativa, por lo que se puede afirmar que el número de matrimonios ha ido creciendo un ritmo casi constante.

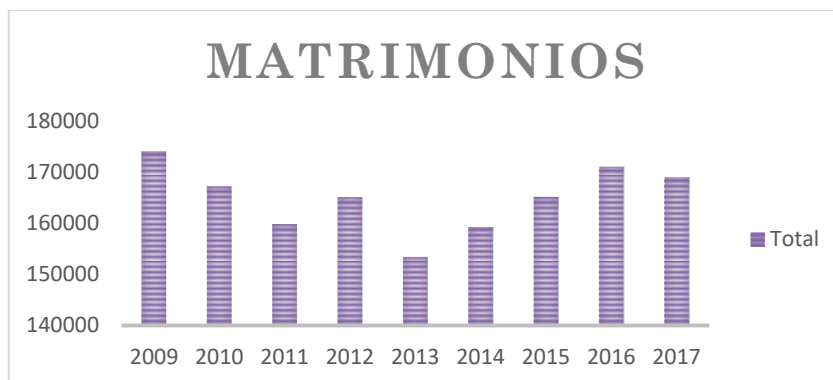


Gráfico 2: Evolución de los matrimonios en los últimos años. Fuente: Elaboración propia con datos de DatosMacro (2018).

Por otro lado, es importante conocer la edad media de los españoles para contraer matrimonio al analizarlo podremos segmentar de una forma más fácil a nuestro público objetivo. En el siguiente gráfico (Gráfico 5) se puede conocer que la edad media se sitúa en 35 años en mujeres y 38 en hombres (Statista, 2019).

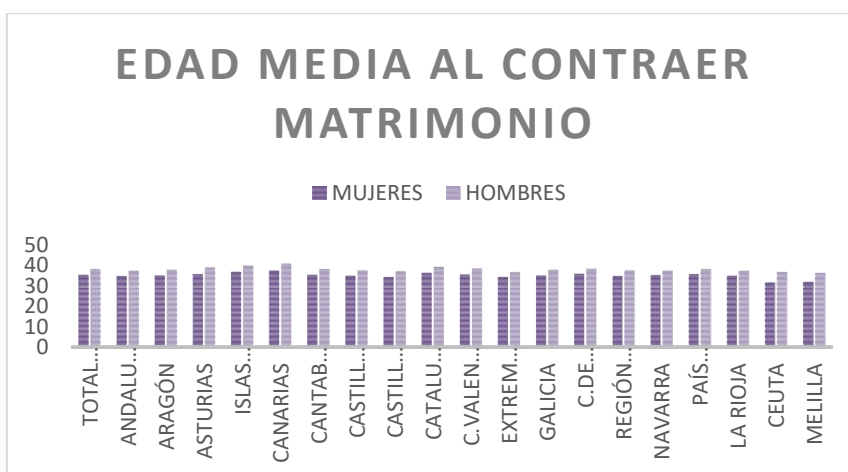


Gráfico 3 Gráfico edad media al contraer matrimonio. Fuente: elaboración propia con datos de Statista.

Los clientes que van a ser nuestro objetivo tienen una edad comprendida entre los 40 y los 30 años, por lo tanto, pertenecen en su mayoría, a la generación *millennial* (Figura 5)

NOMBRE DE LA GENERACIÓN	MARCO TEMPORAL EN ESPAÑA	POBLACIÓN DE LAS GENERACIONES *	CIRCUNSTANCIA HISTÓRICA	RASGO CARACTERÍSTICO
Generación Z	1994 - 2010	7.800.000	Expansión masiva de internet	 Irreverencia
Generación Y <i>millennials</i>	1981 - 1993	7.200.000	Inicio de la digitalización	 Frustración
Generación X	1969 - 1980	9.300.000	Crisis del 73 y transición española	 Obsesión por el éxito
<i>Baby Boom</i>	1949 - 1968	12.200.000	Paz y explosión demográfica	 Ambición
<i>Silent Generation</i> Los niños de la posguerra	1930 - 1948	6.300.000	Conflictos bélicos	 Austeridad

Ilustración 6: Clasificación de las generaciones según su año de nacimiento. Fuente: La Vanguardia (2018)

La generación *millennial*, o los *millennials*, representan casi el 24% de la población mundial. Una de sus principales características es el tiempo que tardan en tomar las decisiones más vitales como por ejemplo formar una familia. Además, son la primera generación digital por lo que internet, el ordenador y sobre todo el móvil son muy importantes para ellos (El Confidencial, 2018). En cuanto a la respuesta ante el turismo, se puede afirmar que son una generación plenamente viajera: Los *millennials* no se preocupan por poseer bienes o inmuebles como las generaciones anteriores, si no por sentir y vivir experiencias. Es este afán por vivir nuevas experiencias el que convierte el viajar en una de sus preferencias (Hosteltur, 2015). Entre sus hábitos de consumo están:

- ✓ Menos tiempo en organizar el viaje: Buscan la información por internet y suelen auto gestionarse el viaje.
- ✓ El destino es recomendado por las redes sociales: el destino suele ser elegido a través de redes sociales y valoran la opinión y fotos de otros usuarios de las redes.
- ✓ Las experiencias las comparten a través de redes sociales.
- ✓ Adaptados a su presupuesto.

- ✓ Auténtico y local mejor que destinos masificados y demasiado turísticos: se esfuerzan en buscar destinos que no estén masificados y sean demasiado famosos. (Turijobs, 2019)

3.1.3 Selección del destino

Los destinos seleccionados serán dos, es decir, será un viaje combinado de destino múltiple con destino a Kenia y Tanzania. La razón de esta elección está basada en las características básicas del target, es decir, la demanda a la que se va a dirigir este viaje.

Siguiendo las características básicas de este segmento de mercado se ha considerado escoger un destino o destinos que no están masificados, que incluyen aventura y descanso en un lugar exótico y poco conocido. Son destinos que ponen en valor principalmente productos turísticos como los safaris y sus parques nacionales.

○ **KENYA/ KENIA**

Kenia es un estado del centro oriental de África, en el océano Índico. Tiene frontera con Sudán, Etiopía, Somalia, Uganda y Tanzania. La moneda que se utiliza en Kenia es el chelín keniano, el dólar y el euro son aceptados sin dificultad. (Turista lo serás tú). La mayor parte de la población habita en las zonas montañosas. La capital, Nairobi, está situada a 1.700 metros de altitud. Pese a que encontrarse cerca del Ecuador, la altitud hace que la temperatura sea fresca. Hacia el oeste de Nairobi la meseta desciende hacia el Gran Valle del Rift, que la atraviesa de norte a sur. El valle alcanza su punto más bajo junto al Lago Turkana, en las praderas desérticas del norte. En los alrededores del Lago Turkana, los arqueólogos han descubierto fósiles de algunos de los antepasados más antiguos del ser humano, como el Hombre de Kenia, que vivió hace unos 3 millones y medio de años. (National Geographic, 2020)



Ilustración 7: Mapa África- Kenia. Fuente: dreamstime.es (consultado en junio de 2020)

- **TANZANIA**

Situado en la costa este de África central, Tanzania es un país con una gran variedad de atractivos naturales, amplios territorios de sabana, regiones montañosas y costas e islas con playas paradisíacas. (Turista lo serás tú)

Tanzania, el país más extenso de África oriental, comprende en su territorio las llamadas islas de las especias (Zanzíbar, Pemba y Mafia) y la cima más alta de África, el Kilimanjaro, de 5.895 metros de altitud. El Kilimanjaro es un volcán inactivo cubierto de nieve, pese a encontrarse cerca del Ecuador. La población de origen africano se compone de más de 120 grupos étnicos. Tanganica, un protectorado de las Naciones Unidas bajo control británico, obtuvo la independencia en 1961 y Zanzíbar, protectorado británico con población mayoritariamente árabe, en 1963. Ambos países se unieron en 1964 para formar la actual Tanzania. Prácticamente un 80 por ciento de la población vive de la pesca y la agricultura de



*Ilustración 8: Mapa de África. Tanzania
Fuente: dreamstime.es (consultado en junio de 2020)*

subsistencia. La cría de animales se ve dificultada por la mosca tsetse, una plaga en muchas zonas del país. El deterioro de las infraestructuras viales y ferroviarias y el alto coste de la energía constituyen graves problemas. El cráter Ngorongoro y el Parque Nacional del Serengeti son lugares ricos en flora y fauna salvajes, aunque varias de las especies que los habitan se hallan en peligro de extinción. (National Geographic, 2020)

A continuación, se presentan datos básicos técnicos del viaje combinado, donde se resumen las características a considerar en cada uno de los destinos que se van a visitar durante el viaje diseñado:

- Respecto a los transportes internacionales y nacionales, ambos países cuentan con diferentes aeropuertos de conexión. En Kenia, el aeropuerto más importante es el aeropuerto internacional de Nairobi (NBO), el de Manlidi (MYD) o el de Eldoret (EDL). En Tanzania el aeropuerto más importante para el país (en el ámbito turístico), es el Internacional de Zanzíbar (ZNZ), da bienvenida tanto a vuelos regulares como a los de temporada. Otros aeropuertos importantes son el de Kilimanjaro (JRO) y el de Mwanza (MWZ).

- En Kenia hay diferentes opciones a la hora de desplazarse por la ciudad, se encuentran taxis y autobuses. Existe también una línea ferroviaria pero solo pasa de este a oeste y a una velocidad de 30 km/h. El *matatu* es el medio de transporte más económico y el más típico, pueden llevar hasta 14 personas. Para el viaje se utilizará un autocar privado. Respecto a Tanzania El transporte público está presente en pocas ciudades, los turistas pueden desplazarse en taxis, existen también minibuses (aunque no son muy recomendables), existen también unas pocas líneas de ferrocarril. Para desplazarse, se ha contratado un autobús privado.
- En ambos países los accesos a los recursos turísticos se suelen hacer en transportes privados por la dificultad de acceso en transportes públicos, que son prácticamente inexistentes. Tanto en Kenia como en Tanzania, la oferta turística se basa en la realización de safaris y la visita de parques naturales y nacionales. Sin embargo uno de los problemas presentes es la caza furtiva que es uno de los principales factores de extinción de muchas especies, por lo que la puesta en valor de este producto turístico como son los safaris ha de tener en cuenta la protección de las especies. Por otro lado, algo en lo que trabajan los gobiernos de estos países es la imagen turística de los países, contribuyendo a mitigar la sensación de inseguridad de los turistas que años atrás presentaban estos países y que actualmente ya está más mitigada. (Ceballos, 2019)

3.2 Diseño y planificación del itinerario

En este apartado se presenta el diseño y planificación del itinerario que compone el viaje combinado. De manera ordenada, se presentan los tiempos, lugares y actividades principales a realizar durante la estancia en ambos destinos. Se destaca la coherencia en las actividades incluidas y la alta precisión en la planificación de este viaje. Se ha planificado el viaje para ser realizado durante el mes de julio de 2020 del día 15 al 29.

DÍA 1 / 15-07-2020 / (VUELO VLC-NBO)

Encuentro a las 4:00 AM en el aeropuerto de Valencia (VLC) con el guía, facturación de maletas y *check-in*. El vuelo LX2139 sale a las 6:00 AM de Valencia, realiza una escala en Zurich (ZRH), Suiza a las 08:05, y llega a Nairobi (NBO) a las 18:40 del mismo día 15 de julio. La duración del viaje es de un total de 11h y 40 minutos. Al llegar a Nairobi, recogida de maletas y traslado al hotel Masai Lodge, dispondrán de tiempo libre a la llegada al hotel para instalarse y descansar, cena incluida. El hotel Masai Lodge es un exclusivo hotel situado a orillas del río Mbagathi, con vistas al Parque Nacional de Nairobi y las colinas Ngong.



Ilustración 9: Hotel Masai Lodge. (Fuente: www.maasailodge.com, consultado en junio de 2020)

DÍA 2 / 16-07-2020 / VISITA AL MUSEO DE KAREN BLIXEN

Encuentro a las 10:00 AM en el hall del hotel para salir hacia el museo de Karen Blixen, actividad que se realizará en este día, una de las actividades más demandadas en estos viajes, la casa donde se rodó la película *Memorias de África* se ha convertido en museo Nacional, se encuentra ubicada en las colinas de Ngong.



Ilustración 10: Casa de Karen Blixen. Fuente: Librujula.com (consultado en junio de 2020)

El tiempo requerido para desplazarse del hotel hasta el museo es de 20 minutos, se utilizará transporte previamente contratado, el mismo que se utilizó para ir del aeropuerto al hotel. Una vez terminada la visita el grupo se dirigirá hacia el Restaurante the Carnivore, para degustar las carnes más exóticas de la zona (existe opción para vegetarianos). Una vez terminada la comida se volverá al hotel, por la tarde se dispondrá de tiempo libre, para, si lo desean visitar a pie la ciudad o el parque de Nairobi. El desayuno y la cena se encuentran incluidos.

DÍA 3 / 17-07-2020 / VISITA AL ORFANATO DE ELEFANTES DAPHNE SHELDRICK

Encuentro a las 09:00 AM en el hall del hotel para desplazarse al orfanato de elefantes Daphne Sheldrick, donde se podrá disfrutar de una mañana entretenida visitando a los elefantes que por alguna razón han quedado huérfanos. La visita tiene una duración de tres horas,



tras las que se volverá al hotel, donde podrán comer en el restaurante del

Ilustración 11: Orfanato de elefantes Daphne Sheldrick. Fuente: Civitatis-com (consultado en junio de 2020)

mismo (no incluido) el cual tiene unas variadas y económicas opciones. A las 16:30, tras haber disfrutado de tiempo libre, reunión en el hall del hotel para transporte al Lake Nakuru Lodge, un hotel situado en pleno parque nacional de Nakuru, el resto de la tarde será libre. La cena se encuentra incluida en la tarifa del hotel.



Ilustración 12: Lake Nakuru Lodge. Fuente: Lake Nakurulodge.com (consultado en junio de 2020)

DÍA 4 / 18-07-2020 / SAFARI POR LAKE NAKURU

Reunión en el hall del hotel a las 09:00 para iniciar el safari, al encontrarse en pleno parque natural el desplazamiento se iniciará cuando empiece el safari. La visita termina a las 17:00, a partir de esa hora se dispondrá de tiempo libre. Las comidas del día están incluidas en el precio.

El parque Nacional de Nakuru se encuentra en el valle del Rift, tomando el nombre por la población de Nakuru que se encuentra al lado. Uno de sus principales atractivos son el avistamiento de flamencos en el lago y la facilidad para ver rinocerontes blancos y negro. (Karibukenia, 2020)



Ilustración 13: Lake Nakuru. Fuente:Sima Safari.com (consultado en junio de 2020)

DÍA 5 / 19-07-2020 / SAMBURU

Reunión en el hall a las 10h para traslado hacia el hotel Sarova Shaba Game Lodge, el traslado tiene una duración de aproximadamente 6 horas, se realizarán paradas para descansar y contemplar las vistas y paisajes. (Se pedirá un almuerzo tipo picnic al hotel, incluido en la tarifa). Al llegar al hotel se dispondrá del resto del día libre. Todas las comidas están incluidas en la tarifa.



Ilustración 14: Hotel Sarova Shaba Game Lodge. Fuente: Booking.es (consultado en junio de 2020)

DÍA 6 / 20-07-2020 / SAMBURU

Reunión en el punto de encuentro definido a las 09:30 para realizar la actividad del día, un safari por el parque Nacional de Samburu. El resto del día será libre, todas las comidas están incluidas en el precio del hotel. La reserva nacional de Samburu pertenece al área compuesta por tres reservas nacionales, conocidas como Reservas Nacionales de Samburu, Buffalo Spring y Shaba, que abarcan 300 kilómetros cuadrados, siendo éste el espacio protegido más visitado del norte.

Su fauna entre la destacan los elefantes, jirafas reticuladas, avestruces somalíes, cebras de Grevy, el oryx beisa y los generuks, es uno de los principales atractivos del parque. (Udare, 2020)



Ilustración 15: Parque Nacional Samburu. Fuente: Kenyalogy.com (consultado en junio de 2020)

DÍA 7 / 21-07-2020 / ABERDARE NATIONAL PARK

Se empezará la ruta para dirigirse hacia el Masai Mara, al ser un trayecto de tantas horas seguidas se aprovechará para hacer paradas en sitios emblemáticos que son dignos de ser visitados. El día séptimo, reunión en el hall del hotel a las 9:30 para empezar ruta hacia Aberdare National park, de camino se podrá contemplar en Monte Kenya, se realizarán paradas para poder contemplarlo, a las 2h desde la salida se parará en la población de Nanyuki para descanso, aprovechando que colinda con el Monte Kenya. Una hora y cuarenta minutos tras la parada en Nanyuki se habrá llegado a The Ark Lodge, hotel en pleno Aberdare National Park. Se podrá comer allí, el resto del día será libre para descanso, todas las comidas están incluidas en el precio.



Ilustración 16: The ark Lodge. Fuente: Booking.es (consultado en junio de 2020)

DÍA 8 / 22-07-2020 / ABERDARE NATIONAL PARK

Reunión en el hall del hotel a las 9:30 para iniciar la actividad del día, visita safari por el parque Nacional de Aberdare, la comida está incluida, la actividad terminará a las 16:00, el resto del día será tiempo libre. Todas las comidas están incluidas. El Parque Nacional de Aberdare, en Kenia, es uno de los santuarios de vida salvaje más espectaculares que se puede encontrar en el continente africano. En el terreno protegido de esta reserva natural contiene una espectacular selva tropical plagada de frondosos árboles que sirven de hábitat a gran variedad de animales.



Ilustración 17: Aberdare National Park. Fuente: Natural World Kenya Safaris. (consultado en junio de 2020)

DÍA 9 / 23-07-2020 / MASAI MARA

Reunión en el hall del hotel a las 9:00 para salir en dirección Masai Mara, se pedirá al hotel un almuerzo tipo picnic para el camino. La duración del trayecto es de 7 horas y 52 minutos. A la llegada al hotel Naserian Mara Camp se dispondrá de tiempo libre.



Ilustración 18: Naserian Mara Camp. Fuente: www.booking.es (consultado en junio de 2020)

DÍA 10 / 24-07-2020 / MASAI MARA

Reunión a las 04:00h en el hall del hotel, se pasará a recoger a los clientes para dirigirse a la actividad del día, paseo en globo para vislumbrar el amanecer en el Masai Mara, se realizará un desayuno en la llanura del Masai Mara, esta reserva es sin duda la más notable y renombrada de Kenia. Su colosal tamaño, que se extiende hacia Tanzania hasta converger con el Parque Nacional Serengueti, además de los estrictos sistemas contra la

casa furtiva han creado un hábitat seguro para su impresionante población de leones, guepardos y leopardos.

El Masái Mara es además parte de uno de los éxodos más antiguos de la historia. Cada año, de junio a octubre, la Gran Migración ve a millares de cebras, ñus y antílopes .

A las 10:30 se volverá al hotel y se dispondrá del resto del día libre. Todas las comidas están incluidas en el precio.



Ilustración 19: Masai Mara. Fuente:www.civitatis.com(consultado en junio de 2020)

DÍA 11 / 25-07-2020/ MASAI MARA

Este día será completamente libre para que se disfrute del increíble paraje de la forma que el cliente decida. Todas las comidas están incluidas en el precio.

DÍA 12 / 26-07-2020 / VUELO A ZANZÍBAR

Reunión en el hall del hotel a las 06:00h para salir dirección al aeropuerto de Nairobi (NBO). El vuelo hacia Zanzíbar sale a las 14:00h, la comida no está incluida en el precio, se podrá comer en alguno de los puestos del aeropuerto o en el avión según decida el cliente. La llegada a Zanzíbar está prevista a las 15:30h, desde el aeropuerto traslado al hotel Melià Zanzíbar, resto del día libre. Régimen pensión completa.

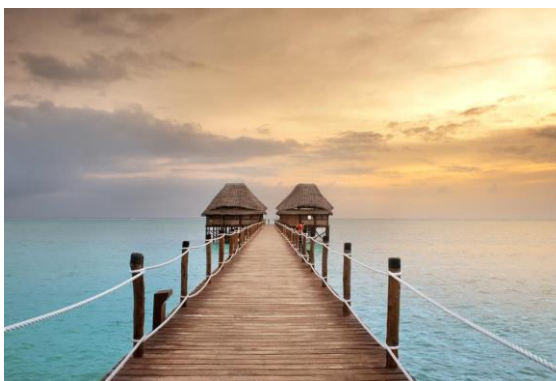


Ilustración 20: Meliè Zanzíbar. Fuente: Booking

DÍA 13 / 27-07-2020/ ZANZÍBAR

Día libre en régimen de pensión completa.

DÍA 14 / 28-07-2020 / ZANZÍBAR

Día libre en régimen de pensión completa

DÍA 15 / 29-07-2020 / VUELTA A CASA

Reunión en hall del hotel a las 12:00h para salir hacia el aeropuerto donde se facturarán las maletas y se esperará a la hora de embarque, la comida no está incluida en el precio. El vuelo saldrá a las 17:00h. Se realizará una escala (DOH) en Dohad (Qatar) a la 1:00h, la escala tendrá una duración de 6h, el siguiente vuelo saldrá a las 06:55h. Habrá una siguiente parada en París (CDG) de 2:55h, el vuelo hacia Valencia saldrá a las 9:20h. La llegada a Valencia está prevista a las 11:15h.

A continuación, se muestra el itinerario que se va a seguir de una forma más esquemática:

	08-jun DÍA 1	09-jun DÍA 2	10-jun DÍA 3	11-jun DÍA 4	12-jun DÍA 5	13-jun DÍA 6	14-jun DÍA 7	15-jun DÍA 8	16-jun DÍA 9	17-jun DÍA 10	18-jun DÍA 11	19-jun DÍA 12	20-jun DÍA 13	21-jun DÍA 14	22-jun DÍA 15	23-jun DÍA 16
1:00																
1:30																
2:00																
2:30																
3:00																
3:30																
4:00	Reunión en aeropuerto; facturación y check-in															
4:30																
5:00																
5:30																
6:00	Vuelo (VLC-ZRH)															
6:30																
7:00																
7:30																
8:00																
8:30	Escala en Zurich															
9:00			Reunión en el hall del hotel	Reunión en el hall del hotel												
9:30			Ulegada al orfanato													
10:00		Reunión en el Hall del hotel			Reunión en el hall del hotel											
10:30		Ulegada al museo de Karen Blixen	Visita al orfanato de Daphne Sheldrick			Actividad visita parque nacional de Samburu	Traslado a The ark Lodge	Actividad Safari Parque Nacional Aberdare	Traslado Masai Mara							
11:00		Visita al museo de Karen Blixen		Visita Lake Nakuru	Traslado al hotel Sarova Shaba											
11:30																
12:00																
12:30	Vuelo (ZRH-NBO)															
13:00			Ulegada al hotel													
13:30																
14:00		Llegada a the Comida en restaurante the Carnivore														
14:30																
15:00																
15:30		Traslado al hotel														
16:00																
16:30			Reunión en el hall del hotel													
17:00																
17:30			Traslado al hotel Lake Nakuru Loge													
18:00																
18:30																
19:00																
19:30	Recogida de maletas y traslado al hotel															
20:00																
20:30																
21:00																
21:30																
22:00																
22:30																
23:00																
23:30																
0:00																

Tabla 3: Planificación viaje. Fuente: Elaboración propia

3.3 Recomendaciones básicas del destino

Antes de viajar a un país extranjero, y fuera de la UE se deben tener en cuenta cuál es la situación del país extranjero y cuáles son las recomendaciones y obligaciones que emite el gobierno. Para ello, como organizadores de un viaje es necesario consultar esta información en el Ministerio de Exteriores del país de origen así como en el Ministerio de Interiores del país receptor. Además, se recomienda consultar blogs, o fuentes de información similares, para recopilar la máxima información sobre recomendaciones sanitarias y de seguridad sobre el destino.

Así, en este caso, la información sanitaria recopilada informa que existen riesgos por enfermedades tanto en Kenia como en Tanzania por lo que se recomienda estar vacunado de:

- Fiebre amarilla
- Hepatitis A y B
- Fiebre tifoidea
- Polio
- Tétanos – difteria
- Enfermedad Meningocócica
- Cólera

Cada viajero debe tener el pasaporte y DNI en vigor y son necesarios visados tanto en Kenia como en Tanzania. Para la tramitación de los visados, se realizarán de forma conjunta y para ello se recogerán todos los pasaportes de los clientes semanas antes de viajar para, mediante Expediatur, solicitar los visados pertinentes (Ministerio de Exteriores).

Se deberán seguir en todo momento las recomendaciones de las autoridades. Además se recomienda no salir a últimas horas de la noche si no es en grupo. Para este viaje será siempre recomendable llevar calzado y ropa cómoda.

4 ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO DEL VIAJE

A continuación se muestra el proceso de cotización que se ha seguido para establecer un precio para el cliente del viaje combinado. Las tablas siguientes recogen los servicios de los diferentes proveedores relacionando la empresa, el servicio a realizar, si existe o no gratuidad para el guía acompañante y las tarifas.

- Hoteles²

EMPRESAS PROVEEDORAS DE LOS SERVICIOS	SERVICIOS	GRATUIDAD PARA EL GUÍA ACOMPÑANTE	TARIFAS (impuestos incluidos)
HOTEL			
Masaai Lodge	Pensión completa	NO Alojamiento del guía en habitación individual	Habitación DOB: 309 € / hab. Habitación IND: 225 € / pax. <i>Precio 2 noches</i>
Lake Nakuru Lodge	Pensión completa	NO Alojamiento del guía en habitación individual	Habitación DOB: 653 € / hab. Habitación IND: 490 € / pax. <i>Precio 2 noches</i>
Sarova Shaba Game Lodge	Pensión completa	NO Alojamiento del guía en habitación individual	Habitación DOB: 507 € / hab. Habitación IND: 440 € / pax. <i>Precio 2 noches</i>
The Ark Lodge	Pensión completa	NO Alojamiento del guía en habitación individual	Habitación DOB: 296 € / hab. Habitación IND: 223 € / pax. <i>Precio 2 noches</i>
Naserian Mara Camp	Pensión completa	NO Alojamiento del guía en habitación doble	Solo hay Hab Dobles Habitación DOB: 997€ / hab. <i>Precio por 3 noches</i>
Melià Zanzibar	Todo incluido	NO Alojamiento del guía en cabaña individual	Habitación DOB: 1.528 € / hab. Habitación IND: 1.317 € / pax. <i>Precio por 3 noches</i>

Tabla 4: Precios de los hoteles. Fuente: Elaboración propia

² Tipo de cambio. 1 chelín keniano equivale a 0,0083 euro. Consultado el día 06/07/2020 Fuente: (XE Currency converter, 2020)

- Transportes³

EMPRESAS PROVEEDORAS DE LOS SERVICIOS	SERVICIOS	GRATUIDAD PARA EL GUÍA ACOMPAÑANTE	TARIFAS (impuestos incluidos)
TRANSPORTE (CONTRATADO DIRECTAMENTE CON CADA COMPAÑÍA)			
SWISS AIRLINES	Vuelo VLC – NBO	NO	CN (ida): 574'49 € /pax
FLYSAFARILINNK	Vuelo WIL – ZNZ	NO	CN (ida): 236 € /pax
QATAR AIRWAYS	Vuelo ZNZ – VLC	NO	CN (vuelta): 636 € /pax
Civitatis	Aeropuerto – hotel Nairobi	SÍ	CN (ida): 49'2 € /grupo
	Traslado museo	SÍ	CN (ida) :49'2 € /grupo
	Traslado Lake Nakuru	SÍ	CN (IVA incl.): 49'2 €/grupo
	Traslado Hotel Saroba Shaba Game Lodge	SÍ	CN (IVA incl.) : 49'2 € / grupo
	Traslado Hotel The Ark Lodge	SÍ	CN (IVA incl.) : 49'2 € / grupo
	Traslado Hotel Naserian Mara Camp	SÍ	CN (IVA incl.) : 49'2 € / grupo
	Traslado aeropuerto	SÍ	CN (IVA incl.) : 49'2 € / grupo
	Traslado aeropuerto – hotel Zanzíbar	SÍ	CN (IVA incl.) : 81 € / grupo
	Traslado hotel Zanzíbar - aeropuerto	SÍ	CN (IVA incl.) : 81 € / grupo

Tabla 5: Precios de los transportes. Fuente: Elaboración propia

^{3 3} Tipo de cambio. 1 chelín keniano equivale a 0,0083 euro. Consultado el día 06/07/2020 Fuente: (XE Currency converter, 2020)

- **Excursiones⁴**

EMPRESAS PROVEEDORAS DE LOS SERVICIOS	SERVICIOS	GRATUIDAD PARA EL GUÍA ACOMPAÑANTE	TARIFAS (impuestos incluidos)
EXCURSIONES			
Civitatis	Visita museo de Karen Blixen	Sí	Coste Neto: 9'98 € /pax
	Visita orfanato de elefantes Daphne Sheldrick	Sí	Coste Neto : 380'8 € /grupo
	Globo Masai Mara	Sí	Coste Neto : 5.817 € /grupo
Getyourguide	Safari Aberdare National Park	Sí	Coste Neto: 2.893,66 € /grupo
Tripadvisor	Safari Parque Nacional Samburu	Sí	Coste Neto: 4.589,06 € /grupo
KWS	Visita Lake Nakuru	Sí	Coste Neto : 802,73 € /grupo

Tabla 6: Precios de las excursiones. Fuente: Elaboración propia.

- **Restaurantes⁵**

EMPRESAS PROVEEDORAS DE LOS SERVICIOS	SERVICIOS	GRATUIDAD PARA EL GUÍA ACOMPAÑANTE	TARIFAS (impuestos incluidos)
RESTAURANTES			
The Carnivore	Cena	Sí	Coste Neto: 76,1 € / pax

Tabla 7: Precios de los restaurantes. Fuente: Elaboración propia

^{4 4} Tipo de cambio. 1 chelín keniano equivale a 0,0083 euro. Consultado el día 06/07/2020 Fuente: (XE Currency converter, 2020)

- Seguro y guía⁶

EMPRESAS PROVEEDORAS DE LOS SERVICIOS	SERVICIOS	GRATUIDAD PARA EL GUÍA ACOMPAÑANTE	TARIFAS (impuestos incluidos)
SEGURO Y GUÍA			
Intermundial	Seguro de viaje (suma de los seguros para los 2 países)	NO PROCEDE	Coste Neto: 91,62 € /pax
Naturocio	Guía acompañante (el guía cuenta con su propio seguro)	NO PROCEDE	Coste Neto: 100 € / día

Tabla 8: Precios del seguro y guía. Fuente: Elaboración propia

Proceso de cotización

Para realizar la cotización o elaboración del presupuesto del viaje organizado, se debe realizar un análisis de los costes de todos los servicios incluidos en el mismo, los cuales se encuentran ya detallados en las tablas 4, 5, 6, 7 y 8, calculándose posteriormente el PVP, las diferentes cantidades a pagar a los proveedores de los servicios y el análisis del riesgo a través del cálculo del índice de ocupación o umbral de rentabilidad del viaje.

En el siguiente apartado se muestran los resultados de los distintos cálculos realizados para la obtención del precio de venta. El proceso de cálculo se adjunta en los anexos al final del trabajo.

Para la realización del cálculo se calcularán primeramente los costes netos, los cuales son los precios negociados con los proveedores de los servicios.

HOTELES

Σ Coste neto Hoteles= 2136€/pax

Σ Coste neto Hoteles guía IND= =228,1€/pax

^{6 6} Tipo de cambio. 1 chelín keniano equivale a 0,0083 euro. Consultado el día 06/07/2020 Fuente: (XE Currency converter, 2020)

TRANSPORTE

Σ Coste Neto de los transportes (IVA incl.)= 1.585,975€ /pax

EXCURSIONES

Σ Coste Neto (IVA incl.)= 1.044,46€/pax

RESTAURANTE

Σ Coste Neto (IVA incl.)= 76,1€/pax

GUIA ACOMPAÑANTE

Coste neto Guía acompañante (IVA incl.)=138,28 €/pax

SEGURO DE VIAJE

Coste neto total= 91,62€/pax

PVP DEL VIAJE COMPLETO

PVP Doble = 6.992,78€/pax - PVP (DOB)=6.993€/pax

PVP Individual = 8.387,90 € /pax - PVP (Individual)= 8.388 €/pax

El suplemento que será necesario pagar para alojarse en habitación individual será de 1.395 €. Sin embargo, pese a haberse calculado esta cifra, dado que se va a ofertar este producto turístico para viajes de novios, la comunicación y promoción de este viaje se realizará basándose en el PVP de las habitaciones dobles.

Cantidad total a pagar por la agencia a cada una de las empresas prestatarias de los servicios

A continuación, se muestran las cantidades que se deberán pagar a cada uno de los proveedores de los distintos servicios contratados para el viaje.

Empresa proveedora del servicio		Cantidad a pagar
Hotel (Central de Reservas: Booking)		30.132,1€/pax
Avión (SWISS AIRLINES)		8.617,35€/pax
Avión (FLYSAFARILINK)		3.540€/pax
Avión (QATAR AIRWAYS)		9.540€/pax
Traslados(Civitatis)		506,4€/pax
Excursiones	Civitatis	6.337,52€/grupo
	Get Your Guide	2.893,66€/grupo
	Tripadvisor	4.589,06€/grupo
	KWS	802,73€/grupo
Restaurante (The carnivore		1.065,4€
Seguros (Intermundial)		1.519,98 €
Guía acompañante (Naturocio)		1.936 €

Tabla 9: Cantidad total a pagar a los proveedores. Fuente: Elaboración propia

Cálculo de los márgenes bruto y neto e índice de ocupación

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en el cálculo del margen neto. El margen neto es el beneficio o margen que obtiene una empresa por la venta y organización del viaje combinado, tras haberle restado al margen bruto, los costes generales de gestión y la comisión del intermediario, que en este caso son de un 5% y un 7%, respectivamente. Los costes generales son costes que ha de asumir la empresa por la gestión diaria que realiza, y la comisión del intermediario, hace referencia al coste que supone la distribución o venta del viaje combinado a través de agencias intermediarias.

$$\text{Margen bruto} = (6.993 * 14) * 0,2 = 19.580,4€$$

Margen neto = 7.832,16€

Se obtiene en los cálculos anteriores, que el margen neto de la empresa es de 7.832,16 €, lo cual significa que, por cada viaje vendido por persona, el beneficio o rentabilidad que supondrá para la empresa será de 7.832,16 €.

Posteriormente, se muestra la tabla de clasificación de costes fijos y variables, que se utilizará para el cálculo del índice de ocupación. Los costes variables dependen del número de personas que contraten el viaje, mientras que los costes fijos son costes que tiene que asumir la empresa independientemente del número de personas que contraten el viaje, esto puede ser debido a que el precio se paga por grupo, por ejemplo.

CV (€/pax)	CF
Hotel dob=2.136€/pax	Hotel guía =3.193,5
Seguro=91,62€/pax	Transporte guía = 1.482,66€
Restaurante =76,1/pax	Guía = 1.936€
C.Generales (0,05*PVP)=349,1 €	Excursiones =1.044,46€/pax
C.Intermediario (0,07*PVP)= 489,51€	Transportes=1.482,66€/pax
ΣCV=3.142,33 € /pax	ΣCF=41.991,84 €

Tabla 10: Costes variables y fijos del viaje. Fuente: Elaboración propia

Tras el cálculo del índice de ocupación, o umbral de rentabilidad, el cual indica cual es la cantidad mínima de personas que contraten el viaje combinado para que sea rentable la oferta del producto, se ha concluido que, serán necesarias al menos 11 personas para que la agencia pueda considerar realizar el viaje sin que suponga pérdidas. Es decir, a partir de que 11 personas decidan contratar el viaje con la agencia, esta empezará a percibir beneficios.

5 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Las emociones pueden clasificarse en tres dimensiones continuas: valencia, activación y potencia. La valencia de una emoción primaria puede ser positiva (alegría, interés, etc.) o negativa (ira, miedo, pánico, tristeza...), entre las emociones secundarias pueden ser también positivas o negativas (aceptación social o rechazo social). (Chayo-Dichy, Velez-García, Arias-García, Castilo-Parra, & Ostrosky-Solis, 2003)

Cuando se promociona y comunica una experiencia, como pueda ser un viaje, se tratará de prolongar la intensidad y duración de la valencia afectiva positiva. Es decir, alargar las emociones que pueda producir el viaje.

La estrategia principal se centrará en crear una experiencia que no comprenda solo el viaje, si no toda la experiencia de preparación del viaje, el viaje en sí y la vuelta del viaje.

Para ello se realizarán distintas estrategias de comunicación y acciones de comunicación antes, durante, y después del viaje.

Para ello se van a establecer tres puntos de emoción en función de la fase del viaje:

- Antes del viaje: momento en el que entra en juego la comunicación para captar clientes, y una vez contratado el viaje empezarán las estrategias para aumentar los picos de emoción y que se mantengan hasta la llegada del viaje.
- Durante el viaje: la emoción se prolongará mediante la realización de acciones que permitan recaudar recuerdos para la vuelta del viaje.
- Después de viaje: con la información recaudada en la fase anterior se realizarán acciones que prolonguen las valencias afectivas del viaje hasta después de la vuelta.

En base a estos tres puntos de emoción mencionados se van a realizar acciones concretas de marketing y comunicación. Se plantean las siguientes:

- 1- Acciones de comunicación previas a la contratación del viaje: campaña de comunicación (constando de imagen y vídeo del viaje realizado por otras personas) en redes sociales, Instagram y Facebook. Además de comunicaciones en el punto de venta.

- 2- Acciones de marketing previas a la realización del viaje: comunicaciones via mail sobre información del destino, cuenta atrás en redes sociales acompañada de vídeos de anteriores clientes que hayan realizado el viaje.
- 3- Acciones de marketing durante la realización del viaje: Grabación de un vídeo-documental por parte del guía (previa contratación extra, se le sumaría un precio de acuerdo con los clientes que deseen contratarlo), de los mejores momentos del viaje.
- 4- Acciones de marketing tras la realización del viaje: con los vídeos grabados durante el viaje se realizará un montaje estilo documental con los mejores momentos vividos en el viaje.

Todas estas acciones pretenden extender la emoción del viaje, estableciendo mecanismos que faciliten la fidelización de los clientes quienes recordarán con mucha más emoción el viaje vivido. Así, la empresa conseguirá que el cliente desee realizar más viajes con esta empresa porque recordará todas las emociones vividas y deseará volver a experimentarlas.

6 CONCLUSIONES

Las conclusiones con las que se cierra este trabajo son las siguientes:

- En primer lugar, en relación al estudio de demanda se ha concluido que el público objetivo de este viaje estará compuesto por parejas de recién casados, siendo este un viaje propio de *luna de miel*, además, el target de recién casados pertenece a la generación *millennial*, caracterizada por su tendencia a buscar destinos turísticos poco usuales y masificados.
- El estudio de la competencia nos conduce a afirmar que existe una tendencia creciente por destinos de aventura, entre ellos África, y dentro de esta, Tanzania y Kenia.
- Por otro lado, el diseño del viaje en base a la modalidad turística se ha centrado en actividades propias de Safari, incluyendo en los últimos días un destino de descanso.
- La inclusión de los servicios de alojamiento y transporte se ha realizado buscando servicios enfocados a demanda de nivel económico medio-alto, ya que el *target* de este producto turístico se encuentra en este rango de poder adquisitivo.
- La planificación de los tiempos se ha tratado de realizar respetando tiempos de descanso de los clientes, además, se ha buscado limitar los tiempos de realización de actividades y desplazamientos durante las mañanas.
- Tras la realización del presupuesto el precio de venta al público, para habitaciones dobles será de 6993€.
- La promoción y comunicación en base a las emociones se plantea como una estrategia innovadora y eficaz que permite la fidelización del cliente.
- Se concluye que este viaje es viable e interesante ya que se adapta al público objetivo ofreciéndoles la tipología de viaje que más atractiva les resulta actualmente.
- La adecuación de los viajes combinados a la nueva situación provocada por la pandemia COVID 19 presenta cambios sustanciales con respecto al establecimiento de medidas higiénico-sanitarias especialmente en los países en desarrollo africanos que se han elegido. No se puede saber, por el momento, la respuesta de estos países ante la vuelta a la normalidad de los viajes con destino Kenia y Tanzania, en particular.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Observatorio Nacional del Turismo Emisor. (2019). *Hábitos y comportamientos*. OBSERVATUR.
- Agenttravel*. (11 de 03 de 2019). Recuperado el 20 de 02 de 2020, de https://www.agenttravel.es/noticia-033481_Las-agencias-online-superan-a-las-tradicionales-en-las-principales-redes-sociales.html
- Aldecoa, X. (05 de 11 de 2019). El boom del turismo en África. *La Vanguardia*.
- Catai*. (2020). Obtenido de <https://www.catai.es/viajes/especial-kenya-y-tanzania.html>
- Ceballos, J. (2019). *karibukenia*. Obtenido de <http://karibukenia.es/2018/08/06/es-seguro-viajar-a-kenia/>
- Chayo-Dichy, R., Velez-García, A., Arias-García, N., Castilo-Parra, G., & Ostrosky-Solis, F. (2003). Las emociones pueden clasificarse en tres dimensiones continuas: valencia, activación y potencia. La valencia de una emoción primaria puede ser positiva (alegría, interés, etc.) o negativa (ira, miedo, pánico, tristeza...), entre las emociones secundarias.
- DatosMacro*. (2018). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/matrimonios/espana>
- De las Heras García, M. (2019). La remodelación del viaje combinado por Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre. *IDP: Revista de Internet, Derecho y Política*, 30.
- Dreamstime*. (2020). Obtenido de <https://es.dreamstime.com/mapa-de-kenia-%C3%A1frica-image112725643>
- El Confidencial*. (2018). Recuperado el 14 de 11 de 2019, de https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/te_lo_aclaro/millennials-Radiografia-generacion/20180629154026113076.html
- El Confidencial Digital*. (26 de 07 de 2019). Obtenido de <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/destinos/como-viajan-espanoles-2019/20190724140029128799.html>

El País. (02 de 2019). Recuperado el 14 de 11 de 2019, de https://elpais.com/elpais/2019/02/04/africa_no_es_un_pais/1549268029_918695.html

Fundación La Caixa. (2017). Obtenido de https://multimedia.lacaixa.es/lacaixa/ondemand/obrasocial/agendaelectronica/cooperacioninternacional/turismo/pdf/turismo_para_el_desarrollo.pdf

Hosteltur. (2015). Recuperado el 14 de 11 de 2019, de https://www.hosteltur.com/111568_millennials-turismo-cifras-clave-pistas-llegar-ellos-pdf.html

Hosteltur. (11 de 12 de 2019). Recuperado el 02 de 05 de 2020, de https://www.hosteltur.com/133243_resumen-turistico-de-2019-el-ano-que-confirmo-el-cambio-de-ciclo.html

Hosteltur. (30 de 08 de 2019). Recuperado el 02 de 05 de 2020, de https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html

Hosteltur. (26 de 03 de 2020). Recuperado el 24 de 04 de 2020, de https://www.hosteltur.com/135583_los-grupos-de-gestion-piden-una-ley-de-viajes-combinados-justa.html

ICEX. (2016). Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/noticias/NEW2016650865.html>

Injuve. (s.f.). Recuperado el 8 de 11 de 2019, de http://www.injuve.es/sites/default/files/2019/03/publicaciones/revista_injuve_119.pdf

Karibukenia. (2020). Obtenido de <http://karibukenia.es/2017/09/30/parque-nacional-lago-nakuru/>

La Vanguardia. (2018). Recuperado el 14 de 11 de 2019, de <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20180530/443909557560/uganda-destino-naturaleza-virgen.html>

Logitravel. (2020). Obtenido de <https://www.logitravel.com/circuitos/kenia-tanzania-islas-del-indico-safari-en-kenia-tanzania-y-zanzibar-17184773.html>

- Mercedes Zubiri de Salinas, L. A. (2020). *El nuevo régimen de los viajes combinados y servicios de viaje vinculados en le derecho español*. Tirant lo Blanch. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=745166>
- Ministerio de Exteriores. (s.f.). Recuperado el 24 de 04 de 2020, de <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/NAIROBI/es/Embajada/Paginas/Recomendaciones.aspx?IdP=101>
- National Geographic. (2020). Obtenido de <https://www.nationalgeographic.es/viaje-y-aventuras/kenia-0>
- National Geographic. (2020). Obtenido de <https://www.nationalgeographic.es/viaje-y-aventuras/tanzania>
- Observatorio de Turismo Emisor en España. (2019). *El papel de las agencias de viajes en el futuro*. Observatur.
- Ostelea. (2017). Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/la-luna-de-miel-un-negocio-al-alza>
- Seguros Intermundial. (s.f.). Recuperado el 16 de 06 de 2020, de <https://www.intermundial.es/seguros-de-viaje>
- Serrano, M. T. (2019). *Introducción a la gestión efectiva de un viaje*. UPV; asignatura Gestión de Viajes.
- Statista. (s.f.). Recuperado el 06 de 11 de 2019, de <https://es.statista.com/estadisticas/474715/edad-media-al-matrimonio-en-espana-por-comunidad-autonoma-y-genero/>
- Statista. (24 de 07 de 2019). Recuperado el 20 de 02 de 2020, de <https://es.statista.com/estadisticas/558595/principales-agencias-de-viajes-segun-su-facturacion-en-espana/>
- TOURSPAIN. (s.f.). Recuperado el 19 de 02 de 2020, de <http://estadisticas.tourspain.es/es/es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>
- Turijobs. (2019). Recuperado el 14 de 11 de 2019, de <https://www.turijobs.com/blog/los-millennials-una-generacion-apasionada-por-viajar/>

Turista lo serás tú. (s.f.). Recuperado el 2019, de <https://www.turistaloserastu.es/nuestros-destinos/guia-de-viaje-a-kenia/>

Turista lo serás tú. (s.f.). Recuperado el 8 de 11 de 2019, de <https://www.turistaloserastu.es/nuestros-destinos/guia-de-viaje-a-kenia/>

Udare. (24 de 06 de 2020). Obtenido de <https://udare.es/reservas-nacionales-de-samburu-buffalo-spring-y-shaba/>

UNWTO. (2020 de 06 de 2020). AFRICAN DESTINATIONS MEET TO PLAN GROWTH AND SUSTAINABLE FUTURE FOR TOURISM. *UNWTO*.

Viajes el Corte Inglés. (06 de 2020). Obtenido de <https://www.viajeselcorteingles.es/ofertas-vacaciones/safari-por-kenia-y-zanzibar>

XE Currency converter. (06 de 07 de 2020). Obtenido de <https://www.xe.com/es/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=KES&To=EUR>

8 ANEXOS

DÍA	RECORRIDOS	DISTANCIA EN KM	DURACIÓN
1	VLC- ZRH	1.134,51 km	2:05h
	ZRH - NBO	6068.27 km	7:45h
	Aeropuerto NBO - hotel Masai Lodge	32,8 km	0:59h
2	Hotel Masai Lodge- museo Karen Blixen	10,8 km	0:20h
	Museo Karen Blixen - The Carnivore Restaurant	17 km	0:24h
	The Carnivore Restaurant - hotel Masai Lodge	11,6 km	0:20h
3	Hotel Masai Lodge - Orfanato elefantes	9,4 km	0:37h
	Orfanato elefantes - Hotel Masai Lodge	9,4 km	0:37h
	Hotel Masai Lodge - Lake Nakuru Lodge	178 km	3:48h
4	No hay desplazamientos más que los propios del safari de los que no se tiene conocimiento.		
5	Lake Nakuru Lodge - Sarova Shaba Game Lodge	312 km	5:48h
6	No hay desplazamientos más que los propios del safari de los que no se tiene conocimiento		
7	Sarova Shaba Game Lodge - Nanyuki	120 km	2:04h
	Nanyuki - The ark Lodge	83,1 km	1:39h
8	No hay desplazamientos más que los propios del safari de los que no se tiene conocimiento		
9	The Ark Lodge - Naserian Mara Camp	385km	7:52h
10	Desplazamientos para la realización de la actividad de los que no se tienen conocimiento		
11	Día libre		
12	Naserian Mara Camp - Aeropuerto NBO	254 km	5:19h
	NBO-ZNZ	603,76 km	1:17h
	Aeropuerto ZNZ - Melià Zanzíbar	49,8 km	1:05h
12	Día libre		
13	Día libre		
14	Día libre		
15	Meliá Zanzíbar - Aeropuerto ZNZ	49,8 km	1:05h
	ZNZ - DOH	3.742,97 km	9:20h
	DOH - CDG	4972.69 km	6:41h
	CDG - VLC	1085.32 km	1:51

Tabla 11: Recorridos. Fuente: Elaboración propia

PROCESO DE CÁLCULO DEL PVP

HOTELES

- Masaai Lodge

- Hab. Doble (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 309€ / 2pax = 154,5 €/pax
- Hab. Individual (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 225€/pax

SUPLEMENTO POR INDIVIDUAL = 309-225 = 84€ (No hay suplemento, la habitación ind. es más barata)

- Lake Nakuru Lodge

- Hab. Doble (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 653€/2pax = 326,5€/pax
- Hab. Individual (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 490€/pax

- Sarova Shaba Game Lodge

- Hab. Doble (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 507€/2pax = 253,5€/pax
- Hab. Individual (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 440€/pax

SUPLEMENTO POR INDIVIDUAL = 507-440 = 67€ (No hay suplemento, la habitación ind. es más barata)

- The Ark Lodge

- Hab. Doble (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 296€/2pax = 148€/pax
- Hab. Individual (IVA incl.) (precio por 2 noches) = 223€/pax

SUPLEMENTO POR INDIVIDUAL = 296-223= 73€ (No hay suplemento, la habitación ind. es más barata)

- Naserian Mara Camp

En este hotel solo disponen de habitaciones dobles, por lo que el guía dormirá en habitación doble.

- Hab. Doble(IVA incl.) (precio por 3 noches)= 997€/2pax= 498,5€/pax

- Melià Zanzíbar

- Hab. Doble(IVA incl.) (precio por 3 noches)=1528€/2pax= 764€/pax

- Hab. Individual (IVA incl.) (precio por 3 noches)=1317€/pax

SUPLEMENTO POR INDIVIDUAL = 1528-1317= 211€ (No hay suplemento, la habitación ind. es más barata)

ΣCoste neto Hoteles= 145,5+326,5+253,5+148+498,5+764= 2136€/pax

**ΣCoste neto Hoteles guía IND= (225+490+440+223+498,5+1317)/14pax =3193,5/14
=228,1€/pax**

ΣCoste neto Hoteles IND= 225+490+440+223+498,5+1317 =3193,5€/pax

TRANSPORTE

- SWISS AIRLINES

Coste Neto Avión por persona (IVA incl.) =574,49€/pax

Coste Neto Avión guía (IVA incl.)= 574,49/14=41,035€/pax

- FLYSAFARILINK

Coste Neto Avión por persona (IVA incl.) =236€/pax

Coste Neto Avión guía (IVA incl.)= 236/14 =16,86€/pax

- QATAR AIRWAYS

Coste Neto Avión por persona (IVA incl.) =636€/pax

Coste Neto Avión guía (IVA incl.)= 636/14= 45,42€/pax

- CIVITATIS

CN traslados (IVA incl.)=((49,2*7)+(81*2))/14=**36,17€/pax**

ΣCoste Neto (IVA incl.)= 574,49+41,035+236+16,86+636+45,42+36,17= 1585,975€
/pax

EXCURSIONES

- CIVITATIS

CN excursiones (IVA incl.)= 9,98+(380,8/14)+(5817/14)= **452,68€/pax**

- GET YOUR GUIDE

CN excursiones (IVA incl.)= 2893,66/14=**206,69€/pax**

- TRIPADVISOR

CN excursiones (IVA incl.)= 4589,06/14=**327,79€/pax**

- KWS

CN excursiones (IVA incl.)= 802,73/14=**57,3€/pax**

ΣCoste Neto (IVA incl.)= 452,68+206,69+327,79+57,3= 1044,46€/pax

RESTAURANTE

ΣCoste Bruto (IVA incl.)= 76,1€/pax

GUIA ACOMPAÑANTE

Para el cálculo se utilizará el 21% de IVA, según legislación española.

$$\text{Coste neto Guía acompañante (21\% IVA incl.)} = 100 \text{ €} \times 16 \times 1,21 = \mathbf{1.936 \text{ €}}$$

$$\text{Coste neto Guía acompañante (IVA incl.)/pax} = 1936/14 = \mathbf{138,28 \text{ €/pax}}$$

SEGURO DE VIAJE

$$\text{Coste neto total} = \mathbf{91,62 \text{ €/pax}}$$

COSTE PARA LA AGENCIA DE VIAJES DE TODO EL VIAJE, POR PERSONA

$$\Sigma \text{ Coste neto (DOB)} = 91,62 + 138,28 + 76,1 + 1044,46 + 1585,975 + 228,1 + 2136 = \mathbf{5300,53 \text{ €/pax}}$$

$$\Sigma \text{ Coste neto (IND)} = 91,62 + 138,28 + 76,1 + 1044,46 + 1585,975 + 228,1 + 3193,5 = \mathbf{6358,03 \text{ €/pax}}$$

PVP DEL VIAJE COMPLETO

El margen bruto que se quiere obtener es el 20% del PVP del viaje.

$$\text{PVP Doble} = 5300,53 + 0,2 \text{ PVP (DOB)} + 0,21 \times 0,2 \text{ PVP (DOB)}$$

$$\text{PVP} \times (1 - 0,2 - 0,042) = 5300,53 \rightarrow \text{PVP} \times 0,758 = 5300,53 \rightarrow \text{PVP} = 5300,53 / 0,758$$

$$\text{PVP Doble} = \mathbf{6992,78 \text{ €/pax}} \quad - \quad \text{PVP(DOB)} = \mathbf{6993 \text{ €/pax}}$$

$$\text{PVP Doble} = 6358,03 + 0,2 \text{ PVP (IND)} + 0,21 \times 0,2 \text{ PVP (IND)}$$

$$\text{PVP} \times (1 - 0,2 - 0,042) = 6358,03 \rightarrow \text{PVP} \times 0,758 = 6358,03 \rightarrow \text{PVP} = 6358,03 / 0,758$$

$$\text{PVP Individual} = \mathbf{8387,90 \text{ € /pax}} \quad - \quad \text{PVP(Individual)} = \mathbf{8388 \text{ €/pax}}$$

CANTIDAD TOTAL A PAGAR POR LA AGENCIA A CADA UNA DE LAS EMPRESAS PRESTATARIAS DE LOS SERVICIOS

- **Hotel (Central de Reservas: Booking)= (2136 x 14pax) + 228,1= 30132,1€/pax**
- **Avión (SWISS AIRLINES)= (574,49 * 15pax)= 8617,35€/pax**
- **Avión (FLYSAFARILINK) = (236 * 15pax)= 3540€/pax**
- **Avión (QATAR AIRWAYS) = (636 *15 pax) = 9540€/pax**
- **Traslados(Civitatis)= ((49,2*7)+(81*2))= 506,4€/pax**
- **Excursiones:**
 1. **Civitatis= (9,98*14)+380,8+5817=6337,52€/grupo**
 2. **Get Your Guide=2893,66€/grupo**
 3. **Tripadvisor=4589,06€/grupo**
 4. **KWS=802,73€/grupo**
- **Restaurante (The carnivore) = 76,1 x 14 = 1065,4€**
- **Seguros (Intermundial) = 91,62 € x 14 = 1.519,98 €**
- **Guía acompañante (Naturocio) = 100 x 16 x 1,21= 1.936 €**

CÁLCULO DE LOS MÁRGENES BRUTO Y NETO E ÍNDICE DE OCUPACIÓN

Margen bruto = $(6993 * 14) * 0,2 = 19580,4€$

Margen neto= margen bruto – costes generales – comisión del intermediario

Margen neto = 20% - 5% - 7% = 8% Margen neto= $8% * (6993* 14) = 7832,16$

CV (€/pax)	CF
Hotel dob=2136€/pax	Hotel guía =3193,5
Seguro=91,62€/pax	Transporte guía = 1482,66€
Restaurante =76,1/pax	Guía = 1.936€
C.Generales (0,05*PVP)=349,1 €	Excursiones =1044,46€/pax
C.Intermediario (0,07*PVP)= 489,51€	Transportes=1482,66€/pax
ΣCV=3.142,33 € /pax	ΣCF=41.991,84 €

Cálculo del Índice de ocupación = $CF / (PVP - CV/pax) = 41.991,84 / (6.993 - 3.142,33) = 10,9$
 (Aprox = 11)