

## **“Proyecto de Inversión para la Comercialización y Reposicionamiento de la Imagen de Cruceros Discovery Fiesta en el Mercado Guayaquileño”**

Valeria Mena Duplaa (1), Melissa Plaza Guerrero (2), Diana Sabando Vélez (3)

Facultad de Economía y Negocios.

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral.

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador.

[valamena@espol.edu.ec](mailto:valamena@espol.edu.ec)  
[melplaz@espol.edu.ec](mailto:melplaz@espol.edu.ec)  
[dikasaba@espol.edu.ec](mailto:dikasaba@espol.edu.ec)

Director de Tesis:  
Ingeniero  
Oscar Mendoza

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)  
[omendoza@espol.edu.ec](mailto:omendoza@espol.edu.ec)

### ***Resumen***

*Cruceros Discovery Fiesta es una embarcación marítima que se dedica a prestar el servicio de turismo fluvial. La empresa se fundó en 1991. Actualmente se desenvuelve en el Malecón Simón Bolívar de la ciudad de Guayaquil, donde los primeros años fue éxito total. Con el pasar del tiempo atravesaron momentos difíciles y hoy se dedica a innovar, adaptándose a las exigencias de los consumidores para cumplir los distintos objetivos propuestos.*

*Hemos evaluado esta empresa, ya que creemos que Discovery Fiesta puede aprovechar más sus instalaciones y servicios. Por ello, hemos desarrollado un proyecto de inversión con el fin de mejorar la comercialización y reposicionar en dicho mercado.*

*Para la mejora del proyecto hemos propuesto incorporar las 2 rutas más populares. Adquirir manteles, sillas, vajillas, juego de cubiertos y cristalería para reducir costos de alquiler de los mismos. Cambiaremos el sistema de pedidos utilizando cartillas donde se llevará el control por cuentas individuales. Finalmente implementar la “Foto Discovery” la cual consta de colocar un stand novedoso con accesorios para que los pasajeros se tomen fotos. Trabajaremos también en la parte de publicidad y promoción, como Facebook, Twitter, Página Web y prensa. De esta manera empezar a recolectar datos y construir nuestra propia base de datos. Además, sugerimos contratar 2 pasantes que ayuden a las actividades y 1 instructor que se encargará de capacitar al personal una vez al mes.*

*Para concluir, cuantificamos la estrategia basándonos en ciertos supuestos, hicimos una diferencia entre los resultados de los estados financieros con y sin la implementación del proyecto. Pues, los resultados fueron: VAN positivo de \$ 22.642,76, una TIR de 88%, recuperando la inversión luego de un año y dos meses.*

### ***Abstract***

*Discovery Fiesta Cruises is a maritime craft that devotes itself to give the service of fluvial tourism. The company was founded in 1991. Nowadays there is rolled in the “Malecón Simón Bolívar” of the city of Guayaquil, where the first*

year it was a total success. Through the years they crossed difficult moments and today it devotes to innovate, adapting to the requirements of the consumers to fulfill the different proposed objectives and goals.

We had evaluated this company, since we believe that Discovery Fiesta can take more advantage of its facilities and services. For it, we have developed an investment project in order to improve the commercialization and to re-position them on the market mentioned above.

For the improvement of the project we have proposed to incorporate the 2 most popular routes. To acquire tablecloths, chairs, set of dishes, game of cutlery and glassware to reduce costs of rent of the same ones. We will change the system of orders using records of individual accounts to be pay at the end of the trip. Finally to implement "Photo Discovery" which consists of placing a new stand with accessories in order that the passengers take pictures. We also work on the advertising and promotion in Facebook, Twitter, Web page and press. Hereby to start gathering information and constructing our own database. In addition, we suggest contract 2 assistants who help the activities and 1 instructor who it will train the personnel once a month.

To conclude, we quantify the strategy basing on certain suppositions, doing a difference between the results of the financial statements with and without the implementation of the project. So, the results were: NPV positive of \$ 22.642,76, one IRR of 88 %, recovering the investment after one year and two months of running with the project.

**Keywords:** Discovery Fiesta, Comercialization, Re-position, routes, Photo Discovery, Promotion, Financial statements,

## 1. Introducción.

Cruceros Discovery Fiesta es una embarcación tipo Yate, ubicado en la calle Tomas Martínez y Malecón Simón Bolívar, debido a estas particulares características, Discovery Fiesta se presta para brindar una amplia gama de beneficios para poder satisfacer al mercado objetivo. Pues, entre los servicios que actualmente da a los clientes están los eventos sociales privados como conciertos, desfiles de moda, lanzamiento de productos, noches bailables, matrimonios, quinceañeras, graduaciones, cocteles, aniversarios.

Además el cruceroailable abierto al publico en general de 21h00 a 02h00, donde navega por el rio Guayas bordeando la costa y disfrutando de bebidas alcohólicas y no alcohólicas ilimitado de 21h00 a 00h00. Brinda también paseos familiares pre-establecidos de martes a viernes de 16h00 a 19h00 y sábados, domingos y feriados a partir de las 12h00 hasta 21h30 con mínimo 10 personas, 1 hora de navegación, música durante el evento, disponibilidad de bar con piqueos, bebidas y snacks. Paseos estudiantiles y ecológicos a islas cercanas al muelle de la embarcación y donde haya disponibilidad para turismo son parte de este fabuloso atractivo.

### 1.1. Grupo Objetivo

- Segmento eventos: Dirigido a personas que residen en el norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil, edades de 25 a 50 años con un perfil socio económico medio-alto.
- Paseos Turísticos y escolares: Apunta a familias y parejas residentes y extranjeros, de clase media y media-baja que visiten la "Perla del Pacífico" de 18 a 65 años.
- Segmento aventura: Extranjeros y residentes de Guayaquil de 17 a 50 años, clase socio-económica media y media-baja.

### 1.2. Misión.

- Proveer un servicio de alta calidad y calidez a Bordo sorprendiéndolos en cada momento, generando así una grata experiencia y superando las expectativas de los usuarios

### 1.3. Visión.

Ser un innovador, reconocido y atractivo crucero que bordee las costas de Ecuador, Perú y Chile, convirtiéndonos en un icono nacional e internacional.

### 1.4. Organigrama

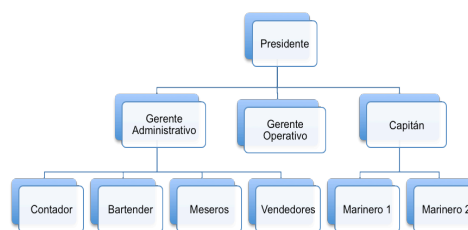


Figura 1. Organigrama de la empresa

## 2. Problemas y Oportunidades.

### 2.1. Problemas.

**Competencia:** El Morgan ubicado de igual forma en el Malecón Simón Bolívar es una embarcación que cuenta con una mejor adecuación que la del Discovery y con Mayor Capacidad.

**Ubicación:** Cruceros Discovery cuenta con una Ubicación difícil acceso para los Usuarios ya que estos deben Ingresar al mismo bajando por uno de

los Parqueaderos, mientras que la competencia tiene una ubicación privilegiada.

**Publicidad:** Según el Giro de este negocio es recomendable ubicar publicidad en el Malecón, pero por Políticas del Mismo este resulta Imposible.

**Apoyo:** La falta de apoyo del Gobierno para la Inversión y el desarrollo de Islas Aledañas al Malecón Simón Bolívar.

## 2.2. Oportunidades.

**Desarrollo de Nuevas Rutas:** Conociendo mediante el estudio de Mercado que el cliente desea aventura, encontramos la posibilidad de desarrollar Rutas como Isla Puna, Isla Santay, Ruta Ferrocarril.

**Diseño de la Embarcación:** El diseño del Discovery permite que este pueda desarrollar nuevas rutas, y realizar viajes más largos a diferencia de la competencia quienes cuentan con un Veleró.

**Implementar Servicios para Colegios y Universidades:** Un Servicio para estudiantes quienes quieran aprender acerca de la Diversidad de Guayaquil mediante un Paseo Interactivo y divertido.

En el campo del entretenimiento, Cruceros Discovery, se constituye en la más moderna alternativa de esparcimiento para quienes desean disfrutar de una actividad diferente teniendo como escenario el río Guayas.

La programación de este yate se concentra en paseos por la ría, acompañado de actividades dirigidas: conciertos, concursos, bingos, bailes, karaoke y muchas otras alternativas enfocadas a las necesidades del cliente.

## 2.3. Objetivo General.

Diseñar estrategias eficaces y rentables en base a los problemas y oportunidades identificados en el estudio, para la comercialización y reposicionamiento de Imagen del Crucero Discovery Fiesta y realizar el estudio de factibilidad financiero.

## 2.4. Objetivo Especifico.

- Determinar cuales son las adecuaciones y servicios nuevos a implementar en el Crucero.
- Identificar los medios de comunicación más utilizados por los usuarios del Crucero.
- Determinar y ordenar, por relevancia, las principales deficiencias que se presentan en el desarrollo del servicio prestado por el Crucero Discovery Fiesta.
- Orientar a los administradores y empleados a la mejora de la atención al cliente.
- Determinar los días, y meses de ventas bajas donde se pueden desarrollar promociones en base a estrategias de precios y actividades para aumentar la

conurrencia de personas, con el fin de Incrementar las ventas.

- Determinar la factibilidad financiera del proyecto.
- Realizar un análisis de sensibilidad univariado.

## 2.5. Matriz BCG.

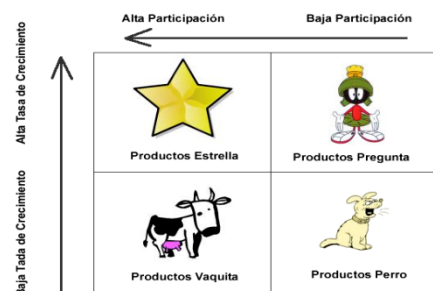


Figura 2. Matriz BCG.

La Matriz BCG de Crucero Discovery muestra los Paseos Ecológicos como su Producto Estrella, como Interrogación ubicamos los paseos Aventuras y finalmente en la Categoría del productos Vaquita tenemos los Eventos por su Gran porcentaje de utilidad y Baja participación en el mercado.

## 3. Marketing Mix: 7ps.

### 3.1. Producto y Servicio.

En base a las encuestas realizadas, información secundaria y observación hemos desarrollado nuevos servicios a implementar en Crucero Discovery para mejorar la imagen y comercialización del mismo.

#### 3.1.1. Cruceros Ecológicos.

- Cruceros a la Isla Puna
- Ruta Ferrocarril

#### 3.1.2. Foto Discovery.

Consiste en una foto con el logo del Crucero Discovery en la cual la o las personas podrán posar disfrazadas con personajes de marineros, capitán o piratas dependiendo del caso, la foto será entregada de manera Física al bajar de la embarcación.

#### 3.1.3. Guía Turístico.

Contaremos con Un Guía turístico que estará vestido de Marinero o Pirata que guiara a los

turistas narrando la historia de los lugares se visiten en ese momento.

### 3.1.4 Adecuación de la Embarcación.

- Sillas.
- Mantelería.
- Cristalería.
- Vajilla.
- Cubertería.

### 3.1.5 Cartillas de Menú.

## 3.2. Precio.

### 3.2.1. Foto Discovery.

Unitario: \$1.50

Paquete de 20 Fotos: \$27 dólares (Incluye Cd).

Paquete de 40 Fotos: \$50 dólares (Incluye Cd).

Paquete de 60 Fotos: \$72 dólares (Incluye Cd).

### 3.2.2. Eventos.

Precio: \$15 por persona e incluye buffet.

### 3.2.3. Paseos Ecológicos.

Precio: \$7 por persona e incluye buffet.

### 3.2.4. Isla Puna.

Precio: \$15 Adultos,  
\$10 tercera edad y niños.  
Incluye Guía turístico.

### 3.2.5. Ruta Ferrocarril.

Precio: \$8 adultos, \$6 tercera edad y niños. Incluye guía turísticos.

### 3.2.6. Paseos Familiares y Estudiantiles.

Precio: \$5 adultos \$3 tercera edad y niños.

## 3.3. Plaza.

Cruceros Discovery se encuentra ubicado en el muelle de la calle Tomas Martínez y Malecón, la isla de promoción se encuentra en el malecón 2000 diagonal a las placas de colaboradores de la construcción del Malecón Simón Bolívar, mientras que la boletería se encuentra en la parte del parqueo.

## 3.4. Promoción.

### 3.4.1. Logo



Figura 3. Logo Cruceros Discovery.

### 3.4.2. Redes Sociales.

#### 3.4.2.1. Facebook.

Crucero Discovery Fiesta



Crucero Discovery te ofrece organización de eventos, paseos estudiantiles, paseos de aventura y diversion.

Cero Celulitis

Figura 4. Anuncio en Facebook.

#### 3.4.2.2. Twitter.

@discoveryfiesta

Cruerosdiscovery

**Cruerosdiscovery**

@discoveryfiesta

Figura 5. Twitter de Cruceros Discovery.

#### 3.4.2.3. Promoción de Martes a Jueves.

Paseos familiares y estudiantiles  
Adultos: 4 dólares.  
Niños y estudiantes: 2 dólares.  
Promoción realizada con el Objetivo de Incrementar la Afluencia de personas en estos días que son de baja concurrencia.

#### 3.4.2.4. Promoción Paseos Ecológicos.

20 % de Descuento con un Grupo de 15 personas, un Cd con fotos del Paseo.

#### 3.4.2.5. Publicidad en Prensa.

Diario El Universo.  
Frecuencia: 1 jueves al mes.

#### 3.4.2.6. Correos electrónicos.

Vía e-mail a una base de datos actualizada constantemente  
Frecuencia: Todos los jueves.

## 3.5. Personas.

Las personas que forman parte de cruceros Discovery son las siguientes: gerente de operaciones, administrativo, marineros, meseros, bartenders y la contadora.

Las personas que tienen el 80% de contacto con los clientes son las meseras, es por eso que se les da charlas de servicio al cliente todos los miércoles a las 15h00 y un día antes de cada evento.

### **3.6. Procesos.**

Para la Implementación de los Nuevos Servicios y Productos que deseamos ofrecer se deben seguir procesos que toman tiempos determinados los cual se detallan a continuación.

### **3.7. Evidencia física.**

Discovery Fiesta cuenta con diferentes lugares donde pueden ser percibidos el tipo de servicio que brindan, se nombran a continuación, como Instalaciones exteriores cuentan con lugar de promoción, boletería ubicada en el parqueadero, Oficina ubicada en el parqueo. Así mismo en las Instalaciones Interiores cuentan con la embarcación que fue construida bajo la dirección de Marcelo Mena.

#### **3.7.1. Otros tangibles.**

- Tarjetas de presentación:
- Aspectos de los empleados (Uniformes)

## **4. Estudio Técnico.**

### **4.1. Necesidades de Activos.**

Como mencionamos anteriormente, el Crucero Discovery Fiesta debe incurrir en diversos gastos como inversión para aumentar la actual participación de mercado. En esta se encuentra la siguiente lista:

- Impresora
- Papel foto
- Stickers con el logo de la empresa
- Accesorios de disfraces
- Stand o Gigantografía
- CDs
- Sillas
- Manteles
- Cristalería
- Vajilla
- Cubiertos
- Fuente de fondue de queso
- Fuente de fondue de chocolate
- Cartillas del menú
- Cartillas de pedidos de los consumidores

### **4.2. Necesidades de Recursos Humanos.**

Como personal adicional deberemos incluir al guía turístico, el cual dará un valor agregado a nuestro servicio. Además se contratará un pasante para que ayude en la parte administrativa de la empresa. Finalmente,

hemos incorporado a un instructor especializado en temas específicos como protocolo y atención al cliente. De esta manera queremos lograr la adecuada capacitación del personal para reforzar constantemente el conocimiento de los mismos.

### **4.3. Estimación de la Demanda.**

El Mercado Potencial fue calculado basado en nuestros dos grupos claramente identificados, los turistas con un número mayor de visitantes de 300000 anuales, y más de un millón de Guayaquileños de Clase Media.

### **4.4. Inversión.**

La Inversión para Realizar nuestro Proyecto es de 8289 dólares, vale recalcar que este es un proyecto Incremental basado en estrategias cuidadosamente planteadas. Los fondos para el desarrollo del mismo son fondos propios de Crucero Discovery.

#### **4.4.1. Ingresos.**

Se Calculo Ingresos Anuales basados en el Incremento que proporciono las estrategias planteadas, en el primer año se prevé un incremento de 3593 y un aumento del 5 % año a año a este valor.

### **4.5. Gastos**

#### **4.5.1. Gastos Administrativos.**

Los Gastos Administrativos están basados en los Sueldos de los Pasantes, Gastos varios, entre otros correspondiendo en un 60 % del total de Gastos.

#### **4.5.2. Gastos Operaciones.**

Son aquellos Ocasionados por las Actividades del Giro del Negocio, ya que Crucero Discovery fiesta es una Empresa de Servicio, este rubro es Inferior al de los Gastos Administrativos correspondiendo al 40%.

### **4.6. Capital de trabajo: método del déficit acumulado máximo.**

Hemos determinado que no necesitamos Capital de Trabajo, ya que nuestro Proyecto está basado en un negocio en funcionamiento y con estabilidad económica para operar en los 5 años siguientes.

### **4.7. Flujo de caja.**

Nuestro flujo de caja neto proyecta un Valor de 7090.95 en el primer año, y con los demás flujos proyectados se podrá calcular la tasa interna de

retorno (TIR) para su posterior comparación con la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR).

#### 4.8. TIR financiera y valor de recuperación.

La TIR que obtuvimos basándonos en el Flujo de Caja es una TIR del 53% , 40 puntos más que la Tasa mínima esperada por los Inversionistas que es del 10%, un VAN \$11.604,67 dólares, cifra que resulto muy atractiva para los Inversionista, y un Periodo de Recuperación de Un año dos meses.

### 5. Conclusiones.

- El proyecto es factible, así como lo demuestra el análisis incremental en donde el  $VAN = \$11.604,67 > 0$  y el  $TIR = 53\% > TMAR$ .
- El mercado del turismo en el Ecuador se desarrolla cada vez mas, existen mas de 1.000.000 de personas en el grupo objetivo en el que se enfoca Cruceros Discovery.
- Para los consumidores es muy atractivo y novedoso el turismo fluvial, existen diferentes lugares que se podrían aprovechar como La Isla Puna, la Ruta del Ferrocarril que son los principales atractivos para este target.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercados, los consumidores desconocen del servicio que brinda Cruceros Discovery y los pocos que conocen posicionan a la competencia, Pirata Morga como líder de la industria. Tomando en cuenta las necesidades y exigencias como el servicio al cliente y la importancia de crear un ambiente agradable para que los clientes vivan experiencias gratificantes.
- Adicionalmente es importante enfocarnos en las necesidades latentes para realizar mejoras y superar las expectativas de los consumidores, reduciendo así la brecha del servicio al cliente.
- Además hemos considerado invertir en la parte de publicidad para comunicar sobre la existencia del negocio, aprovechando específicamente los medios de Internet como Facebook, twitter, paginas Web y prensa. Siendo estos los mayores frecuentados por las personas entrevistadas.
- Adicionalmente obtenemos un payback luego de un año y un mes de poner en marcha el proyecto. Conjuntamente soporta una disminución en los ingresos hasta un 10% manteniendo todo los demás constante. A su vez un aumento de gastos del 15% sin que cambien las demás variables.

- Podemos concluir que bajo los parámetros considerados para la evaluación del proyecto, este es muy rentable y su vez puede soportar variaciones en los gastos e ingresos de acuerdo al mercado cambiante.

### 6. Recomendaciones.

- Desarrollar un plan de comunicación constante y evaluar el impacto que genera.
- Crear una base de datos para informar a los clientes existentes y potenciales acerca de los eventos, promociones, horarios de salida y nuevas rutas a realizarse para generar interés en los consumidores.
- Elaborar planes de contingencia para reducir el impacto en los meses de baja frecuencia de la clientela (Enero-Abril)
- Utilizar herramientas que generen marketing de boca a boca tal como Foto Discovery, esto permitirá que cada persona tenga un recuerdo de la experiencia vivida, esto se puede apoyar regalando cada cierto tiempo suvenires con el logo de la empresa.
- Actualizar frecuentemente la pagina web, Facebook y twitter ya que son de bajos costos y tiene gran alcance.
- Fortalecer alianzas con el Ministerio de Turismo y otras entidades gubernamentales y comerciales.

### 6. Agradecimientos.

Finalizado este trabajo, quisiéramos manifestarle nuestro agradecimiento a todas aquellas personas que, de una u otra forma, han colaborado en su elaboración.

A Cruceros Discovery por permitimos recopilar información que hemos podido revisar y depurar para utilizarlos en la elaboración del presente trabajo. En especial al Sr. Marcelo Mena.

Finalmente nuestros padres por el apoyo y motivación constante en el desarrollo del proyecto.

#### 6.1. Referencias.

- Marcelo Mena. Gerente de Operaciones, Cruceros Discovery Fiesta.
- María Dolores Feraud. Gerente de Operaciones, Cruceros Discovery Fiesta.
- Administración Cruceros Discovery Fiesta
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
- Diario El Universo: [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)

- Municipalidad de Guayaquil: [www.guayaquil.gov.ec](http://www.guayaquil.gov.ec)
- Página Web de Cruceros Discovery: [www.crucerosdiscovery.com.ec](http://www.crucerosdiscovery.com.ec)
- Wikipedia: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- Ecuamagazine: [www.ecuamagazine.com](http://www.ecuamagazine.com)
- Malecón Simón Bolívar: [www.malecon2000.org](http://www.malecon2000.org)