

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Estudio de factibilidad para la inauguración de un
catamarán de entretenimiento en la ciudad de Manta-
Manabí**

Proyecto de Investigación

**Jennifer Gabriela Barragán Roca
Paulette Denisse Mendoza Castillo**

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Administración de Empresas de Hospitalidad

Quito, 10 de mayo del 2019

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE HOSPITALIDAD, ARTE CULINARIO Y TURISMO

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Estudio de factibilidad para la inauguración de un catamarán de
entretenimiento en la ciudad de Manta- Manabí**

**Jennifer Gabriela Barragán Roca
Paulette Denisse Mendoza Castillo**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Renata Moncayo, Máster
Administración Hotelería

Firma del profesor

Quito, 10 de mayo de 2019

© Derechos de autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Jenniffer Gabriela Barragán Roca

Código: 00104599

Cédula de identidad: 1310384308

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Paulette Denisse Mendoza Castillo

Código: 00134393

Cédula de identidad: 0920562444

Lugar y fecha: Quito, 10 de mayo de 2019

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría expresar nuestro agradecimiento a nuestra tutora Renata Moncayo, pues se ha convertido a lo largo de esta experiencia en una gran mentora y nos ha permitido seguir creciendo como profesionales con sus invaluable consejos que de seguro siempre llevaremos y pondremos en práctica en el mundo exterior. Su orientación nos ayudó en todo el tiempo de investigación y redacción de esta tesis. No podríamos haber imaginado tener una mejor asesora y mentora para este estudio.

También nos gustaría agradecer inmensamente a cada una de nuestras familias, nuestros padres por sus brillantes consejos, sugerencias y sobre todo su infinita ayuda; siempre estuvieron para tendernos una mano en todo lo que podían ayudarnos. Por su perpetua paciencia y su gran amor pues, quien más que ellos para querer lo mejor para nosotras, sus hijas. A nuestras hermanas y demás familiares porque, aunque sea a la distancia, aportaron con un granito de arena para este proyecto, lo que demuestra una vez más lo unidos que somos como familia y que siempre tendremos el apoyo de los primordiales. Realmente nuestros padres han sido un estímulo continuo durante nuestros años de estudio y durante el proceso de investigación y redacción de esta tesis. Este logro no habría sido posible sin ellos.

El agradecimiento también va para varios de nuestros amigos y novio que de una u otra manera nos brindaron su auxilio, por animarnos a seguir adelante hasta concluir esta gran etapa y por las noches de insomnio en las que trabajamos juntos antes de los plazos.

Finalmente, agradecemos a Dios, nuestro buen Padre, por dejarnos pasar por todas las dificultades, pero siempre experimentando su guía constante. Gracias a Dios hemos concluido una etapa más de la inmensa carrera profesional que nos espera.

RESUMEN

Por ser la ciudad de Manta una ciudad costera con un enorme potencial para invertir, se convierte en el espacio ideal para plasmar una idea diferente en lo que se refiere a entretenimiento diurno y nocturno. Se creará una manera de hacer turismo y eventos con un tema diferente en la ciudad. La recreación en alta mar se encuentra en auge en los países del primer mundo. Sin embargo, en el Ecuador recién está surgiendo este tipo de iniciativa; razón por la cual se ha decidido apostar a este tipo de negocio, a fin de introducirlo por primera vez en esta ciudad de puerto principal. Es una oportunidad que, a partir de un catamarán adaptado a las necesidades de un espectáculo y discoteca, crea una gran fuente de negocio hospitalario. Cabe resaltar que la idea surge de establecer algo nuevo en la ciudad con una temática totalmente diferente, con la cual se pretende brindar una experiencia completamente divertida en alta mar, con una decoración cómoda y refinada, dirigida a clientes de alta gama, donde se generen ingresos considerables.

Este proyecto de factibilidad tendrá una temática ambientado en un impresionante y lujosamente decorado interior, con una capacidad máxima de 80 personas. De esta manera se podrá ofrecer un ambiente íntimo, perfecto para este nicho de mercado enfocado en personas mayores de 30 años y de una clase social media alta.

El menú del bar contará solo con bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que acompañarán y complementarán los espectáculos a ofrecer, sin embargo, se tercerizará un servicio de comida para que complementen los tours ofrecidos por el día, y para los eventos que lo soliciten. Es en este sentido, que el proyecto involucra una inversión monetaria bastante alta, lo que requerirá de una buena distribución de costos y ganancias para recuperar el capital que implica en un tiempo prudencial.

El objetivo de este negocio es brindar una experiencia diferente a los habitantes de la ciudad y por supuesto a los turistas extranjeros y nacionales que pertenezcan al nicho de mercado objetivo Y, de esta manera, proyectar un turismo nacional de primera clase, replicable en todo el país.

Palabras claves: Turismo, Espectáculo, Disco, Negocio, Recreación, Primera clase.

ABSTRACT

Manta, being a coastal city with a huge potential for investment, is becoming the ideal space to capture a different idea for day and night entertainment. A different way to do tourism and events will be created in the city. Recreation on high seas is booming in the first world countries. However, in Ecuador this type of initiative is just emerging; so, it has been decided to bet on this type of business, in order to introduce it for the first time in the city of Manta. This is an opportunity to create a great source of hospitality business by adapting a catamaran to the needs of a show and disco. It should be noted that the idea comes from creating something new in the city with a totally different theme, which shall provide a completely different and fun experience on the high seas, with a comfortable and refined decoration aimed at high end clients, where considerable income is generated.

This feasibility project will have a theme set in an impressive and luxurious interior, with a maximum capacity of 80 people. Thereby, it could offer a perfect intimate environment for the market niche that focuses on people over 30 years old and from an upper middle class.

The bar menu will only have alcoholic and non-alcoholic drinks, which will accompany and complement the shows to be offered, however a food service will be outsourced to cater the tours offered and, when necessary, the events. It is in this sense that the project involves a high monetary investment, which will require a good distribution of costs and profits to recover the capital it implies in a prudential time.

The objective of this business is to provide a different experience to the locals and foreign citizens within the target market niche. And, in this way, project a first-class national tourism, replicable throughout the country.

Keywords: Tourism, Show, Disco, Business, Recreation, First class

TABLA DE CONTENIDO

© Derechos de autor	3
AGRADECIMIENTOS	4
RESUMEN	5
ABSTRACT.....	6
TABLA DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	16
ÍNDICE DE GRÁFICOS	17
1. SUMARIO EJECUTIVO.....	19
2. CONCEPTO DEL PROYECTO	20
2.1. Mercado Meta	21
2.2. Tipo de empresa	21
2.3. Servicios	22
2.4. Experiencia del cliente	26
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	28
3.1. Entorno Macroeconómico	28
3.1.1. Situación Política.....	33
3.1.2. Situación Económica.....	34
3.2. Análisis del sitio	44
3.2.1. Ubicación.....	45
3.2.2. Características del catamarán.	46
3.2.3. Acceso y visibilidad del Yacht Club.	48
3.2.4. Servicios básicos.	49

3.2.5. Situación legal y regulaciones.....	49
3.3. Análisis del vecindario.....	54
3.4. Análisis del área de mercado.....	56
3.5. Análisis de la oferta.....	59
3.5.1. Matriz FODA del mercado.....	60
3.5.2. Competencia primaria.....	62
3.5.3. Competencia secundaria.....	63
3.6. Análisis de la demanda.....	65
3.6.1. Universo de estudio.....	67
3.6.2. Resultados.....	70
3.7. Pronóstico de costos y gastos departamentales.....	91
3.7.1. Costos proyectados.....	95
3.7.2. Ventas proyectadas.....	97
4. DISEÑO Y ARQUITECTURA.....	99
4.1. Programa de espacio.....	99
4.2. <i>Guest Room floor</i>	100
4.2.1. Eficiencia del <i>Guest Room Area</i>	100
4.3. Public Space Design.....	101
4.3.1. Estructura y fachada.....	101
4.4. <i>Back of the house</i>	104
4.4.1. Descripción del bar.....	104
4.4.2. Descripción de centro de pago.....	106
4.4.3. Área de bodegas.....	106
4.4.4. Oficinas.....	106
4.4.5. Recibidor y basura.....	107

4.4.6. Área de empleados.....	107
4.4.7. Mantenimiento.....	107
5. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	109
5.1. Menú.....	109
5.2. Diseño de la carta	111
5.3. Proveedores	116
6. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING.....	120
6.1. Logo	120
6.2. Marketing Mix.....	121
6.3. Diferenciación	123
6.4. Plan de acción de marketing.....	123
6.5. Preparación web y contenido digital	124
6.6. Reconocimiento de mercado	125
6.7. Medios.....	126
6.8. Presupuesto.....	127
7. RECURSOS HUMANOS.....	128
7.1. Cultura organizacional	128
7.1.1. Misión.....	128
7.1.2. Visión.	128
7.1.3. Valores.....	128
7.2. Promesa de marca.....	129
7.3. Organigrama.....	130
7.3.1. Descripción de cargos.....	130
7.4. Reclutamiento y Selección	134
7.4.1. Nómina Salarial.....	137

8. PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO	142
8.1. Construcción.....	142
8.2. Diseño.....	143
8.3. <i>Pre-opening</i>	144
8.4. Reparto de particiones	145
8.5. Costos vs. Precios.....	148
8.6. Cristalería y utensilios	152
8.7. Inversión total.....	153
8.8. Punto de equilibrio	155
8.9. Rentabilidad	155
9. CONCLUSIÓN.....	177
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	178
ANEXOS	183
Anexo 1. Fotos del catamarán	183
Anexo 2. Modelo de Encuesta N° 1	185
Anexo 3. Modelo de Encuesta N° 2	186
Anexo 4. Modelo de Encuesta N° 3	187
Anexo 5. Costo de Bebidas	188
Anexo 6. Planos del Catamarán	189
Anexo 7. Recetas Estándar.....	192
Anexo 8. Capital de trabajo.....	195
Anexo 9. Valoración del proyecto - Préstamo Bancario	196
Anexo 10. Tabla de Amortización	202
Anexo 11. Datos Préstamo Bancario.....	215
Anexo 12. Valoración del proyecto mensual – Escenario Negativo.....	218

Anexo 13. Valoración del proyecto mensual – Escenario Normal	226
Anexo 14. Valoración del proyecto mensual – Escenario Positivo	234
Anexo 15. Datos	242
Anexo 16. <i>Payback</i> Descontado.....	244

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cantidad de cruceros puerto de Manta	29
Tabla 2. Matrimonios provincia Manabí	32
Tabla 3. Variación PIB 2009-2017	38
Tabla 4. Salario Básico Unificado 2009-2019.....	41
Tabla 5. Costo patronal del trabajador 2017-2019.....	43
Tabla 6. Pasos para constituir compañía limitada.....	50
Tabla 7. Matriz FODA.....	62
Tabla 8. Tarifas manejadas por competencia secundaria.....	63
Tabla 9. Factores que influyen en la demanda.....	66
Tabla 10. Encuesta 1 – Pregunta 1	70
Tabla 11. Encuesta 1 – Pregunta 2.....	71
Tabla 12. Encuesta 1 – Pregunta 3	72
Tabla 13. Encuesta 1 – Pregunta 4.....	74
Tabla 14. Encuesta 1 – Pregunta 5.....	75
Tabla 15. Encuesta 1 – Pregunta 6.....	76
Tabla 16. Encuesta 2 – Pregunta 1	77
Tabla 17. Encuesta 2 – Pregunta 2.....	78
Tabla 18. Encuesta 2 – Pregunta 3.....	79

Tabla 19. Encuesta 2 – Pregunta 4.....	80
Tabla 20. Encuesta 2 – Pregunta 5.....	81
Tabla 21. Encuesta 2 – Pregunta 6.....	82
Tabla 22. Encuesta 3 – Pregunta 1.....	83
Tabla 23. Encuesta 2 – Pregunta 2.....	84
Tabla 24. Encuesta 2 – Pregunta 3.....	85
Tabla 25. Encuesta 2 – Pregunta 4.....	86
Tabla 26. Encuesta 2 – Pregunta 5.....	87
Tabla 27. Encuesta 2 – Pregunta 6.....	88
Tabla 28. Factores Temporales que Influyen la Ocupación - Mensual.....	89
Tabla 29. Costos y Gastos Departamentales.....	93
Tabla 30. Costos Proyectados - Discoteca.....	95
Tabla 31. Costos Proyectados - Tour.....	96
Tabla 32. Costos Proyectados - Evento.....	97
Tabla 33. Ventas Proyectadas - Discoteca.....	98
Tabla 34. Ventas Proyectadas - Tour.....	98
Tabla 35. Ventas Proyectadas - Evento.....	99
Tabla 36. Distribución del espacio.....	99
Tabla 37. Etapas de Mantenimiento.....	108
Tabla 38. Costos de Cerveza Nacional.....	116

Tabla 39. Costos de Cerveza Internacional.....	117
Tabla 40. Costos de licores	117
Tabla 41. Costos de bebidas no alcohólicas.....	118
Tabla 42. Costos de bebidas variadas	119
Tabla 43. Plan de acción de marketing Lux Cruise	123
Tabla 44. Presupuesto de marketing	127
Tabla 45. Nómina.....	138
Tabla 46. Nómina Contratos Eventuales	140
Tabla 47. Construcción	143
Tabla 48. Diseño	144
Tabla 49. <i>Pre-opening</i>	145
Tabla 50. Reparto de particiones – Escenario Negativo.....	146
Tabla 51. Reparto de particiones – Escenario Normal	147
Tabla 52. Reparto de particiones – Escenario Positivo.....	148
Tabla 53. Costos vs. Precios - Bebidas	149
Tabla 54. Costos vs. Precios – Bebidas en Vaso o Shot.....	150
Tabla 55. Costos vs. Precios – Paquetes Discoteca	151
Tabla 56. Costos vs. Precios – Paquetes Tour	151
Tabla 57. Costos vs. Precios – Paquetes Evento.....	152
Tabla 58. Cristalería y Utensilios.....	153

Tabla 59. Inversión Total	154
Tabla 60. Punto de Equilibrio	155
Tabla 61. Rentabilidad – Escenario Negativo.....	156
Tabla 62. Rentabilidad – Escenario Normal	163
Tabla 63. Rentabilidad – Escenario Positivo	169

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Evolución de la inflación anual	35
Ilustración 2. Variación de IPC por regiones	36
Ilustración 3. Variación PIB petrolero y no petrolero.....	40
Ilustración 4. Mapa de localización LUX CRUISE.....	45
Ilustración 5. Análisis del vecindario.....	55
Ilustración 6. Análisis del área de mercado	57
Ilustración 7. Edad en porcentaje (Manabí).....	57
Ilustración 8. Edad promedio Manta.....	58
Ilustración 9. Tipos de vivienda Manabí.....	59
Ilustración 10. Menú de bebidas personales	112
Ilustración 11. Menú de bebidas por botella.....	113
Ilustración 12. Menú de paquetes de discoteca.....	114
Ilustración 13. Menú de paquetes de turismo	115
Ilustración 14. Logo	121
Ilustración 15. Cargos	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Incremento de Salario básico Ecuador	42
Gráfico 2. Días preferidos para ir a la discoteca.....	71
Gráfico 3. Frecuencia asistencia a discoteca.....	72
Gráfico 4. Gastos en diversión.....	73
Gráfico 5. Preferencia de bebidas	74
Gráfico 6. Interés en alta mar.....	75
Gráfico 7. Disposición a la exclusividad	76
Gráfico 8. Gusto por el tour	77
Gráfico 9. Preferencia por piqueos	78
Gráfico 10. Paquetes más atractivos	79
Gráfico 11. Preferencia de horarios	80
Gráfico 12. Tipos de bebidas preferidas	81
Gráfico 13. Disposición de gasto en alta mar	82
Gráfico 14. Gusto por Evento	83
Gráfico 15. Preferencia de horario.....	84
Gráfico 16. Preferencia de Paquete.....	85
Gráfico 17. Precios – Paquete Básico	86
Gráfico 18. Precios – Paquete Medio	87

Gráfico 19. Precios – Paquete Completo	88
Gráfico 20. Feriados y Temporadas	91

1. SUMARIO EJECUTIVO

El proyecto de Lux Cruise se genera a partir de una idea visionaria, como un plan de negocio para un sector con una escasa oferta en la ciudad de Manta, lo cual se ha podido constatar con los resultados de trabajo de campo. La idea es abrir un espectáculo y disco que funcione de jueves a sábado en el interior de un catamarán, adaptado a las necesidades de esta industria. Los días restantes funcionará como un lugar de alquiler para eventos y de coctel, abierto a los turistas nacionales o extranjeros, para el disfrute y deleite en alta mar de piqueos, cocteles y otras bebidas; con el contraste de la frescura de la brisa marina en los recorridos de las playas aledañas.

El mercado objetivo está integrado por personas adultas, mayores de 30 años. Es una población susceptible de clientes exigentes con ausencia de centros de diversión nocturna. Entre otras cosas pueden disfrutar de una variedad de música y espectáculos, dirigidos de forma específica a este grupo etario. Además de esto, se ha decidido que el interior, el servicio y toda la decoración temática tiene que ser de lujo, a fin de cumplir con las exigencias del grupo elegido y segmentar en cierta forma los posibles usuarios. Estos serían los de clase media y alta, ya que es el extracto social que tiene mayor capacidad, económicamente hablando, de acceder a este tipo de experiencia.

Por otra parte, la ubicación central, la demografía y la falta de competencia directa, son ventajas muy importantes para este proyecto. Es así como Lux Cruise brindará una solución local en alta mar a la falta de lugares de baile, música y espectáculos en vivo para grupos de 30 años en adelante y una solución nacional para aquellos turistas que visitan la ciudad puedan disfrutar de algo nuevo.

La nueva discoteca brindará música variada y sofisticada, en combinación con extravagantes juegos de luces y una carta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, con las principales marcas de licores y las más reconocidas a nivel nacional. Se ofrecerán espectáculos únicos con el objetivo de atraer a más personas y hacer de su noche una experiencia inolvidable. Además, el catamarán tercerizará los diversos aperitivos ofrecidos, en el horario matutino y vespertino, para así obtener ingresos adicionales, sacando el mejor provecho de la embarcación, haciéndola productiva en todo momento, con mayor rentabilidad que suma aspectos positivos al proyecto.

A los invitados del Lux Cruise se les ofrecerá un lugar dinámico para bailar, un lugar para participar en el entretenimiento a través de concursos interactivos, noches temáticas, tardes de paseo, música y otros eventos. Con la intención de utilizar en gran medida el marketing digital orientado al entretenimiento, en un esfuerzo por resistir el cambio perpetuo en las tendencias y atender a la base de clientes lo más ampliada posible.

2. CONCEPTO DEL PROYECTO

El presente proyecto, se trata de la creación de un lugar de entretenimiento dentro de un catamarán cuyo nombre será Lux Cruise y estará situado en la ciudad de Manta. La nave estará en el Yacht Club, siempre acatando las regulaciones de puertos necesarias para el correcto funcionamiento del catamarán y del negocio en sí. El Yacht Club es un cenáculo ubicado a un costado del malecón, el cual cuenta con parqueadero e instalaciones privadas para pequeñas embarcaciones que no sobrepasen una capacidad de 80 personas. El Yacht Club se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, una distancia conveniente para que a las personas se les facilite el traslado desde y hacia su lugar de procedencia. Esta distancia le da una ventaja

al proyecto ya que se encuentra a máximo quince minutos de zonas residenciales del grupo objetivo buscado.

El concepto de la discoteca está basado en la diversión en alta mar acompañado con un toque ostentoso. El área central del club consistirá en una gran pista de baile con asientos de cóctel a lo largo del perímetro y un bar ubicado cerca. El enfoque del diseño de la discoteca será crear un ambiente altamente social. El sonido y la iluminación completarán el entorno del club, para ser disfrutado por los usuarios en horas diurnas y nocturnas, toda vez que, al efectuar el tour, las personas podrán deleitarse de todos los espacios, donde podrán bailar y divertirse plenamente, en un ambiente acorde y par a ello.

2.1. Mercado Meta

Es importante mencionar que el mercado meta está enfocado en personas de treinta años en adelante, con énfasis en turistas provenientes de otras latitudes, no solo del Ecuador, que llegan a este puerto principal. La finalidad es que perciban una experiencia diferente, con los placeres que envuelve una travesía marítima. Se escogió la población perteneciente a este grupo etario con base en la estabilidad económica que estos presentan, de acuerdo con el enfoque respecto a un mercado de clase media alta. Además, la música que animará el lugar y las presentaciones que se ofrecerán estarán diseñadas de acuerdo con las preferencias de entretenimiento de los posibles clientes. Así mismo, el catamarán tendrá una decoración y ambiente fausta, por lo que su costo de entrada estará acorde a todo lo que se ofrezca.

2.2. Tipo de empresa

Cabe resaltar que esta compañía será una empresa destinada al servicio. Estará compuesta por cuatro socios capitalistas responsables, entre ellos, del monto total de la

inversión y sujetos a las normas establecidas en la Ley de Compañías y demás reglas sociales. El tipo de empresa a formarse es una compañía limitada, además del capital también será importante para esta compañía la calidad de sus socios. Cabe resaltar que en este tipo de empresa cada socio responderá únicamente por el valor aportado.

2.3. Servicios

Para adquirir las entradas, las personas tendrán un tiempo antes de zarpar de 30 minutos siempre y cuando aún exista disponibilidad. En caso de querer hacer reservaciones previas, se tendrá un número telefónico de contacto, así como reservaciones mediante las redes sociales o directamente por la página web de Lux Cruise.

Los servicios que se ofrecerán son el de bebidas con una carta variada de licores como cervezas nacionales e importadas, whiskey, tequila, vodka y unos 4 tipos de cocteles elaborados en el momento. Además, el local tendrá a disposición bebidas no alcohólicas. Para esta categoría se ofrecerá: jugo de naranja, gaseosas, agua sin gas, agua tónica y agua mineral.

Por otra parte, el entretenimiento disponible a bordo engloba música en vivo y los espectáculos como obras teatrales y danzas. El DJ se convertirá en la estrella, por lo que vale la pena invertir en las pistas de canciones correctas. El DJ en vivo coordinará los eventos y entretendrá a los clientes con música y juegos durante las pausas musicales, momentos entre espectáculos y cuando no se ofrezcan espectáculos. El lugar estará equipado con sistemas de audio, iluminación y video de vanguardia, satisfaciendo las necesidades de un verdadero lugar de entretenimiento. Con respecto a los espectáculos, estos podrán ser música en vivo que incluirá bandas, cantantes o espectáculos que incluyan tributos, grupos de baile, acrobacias, personas disfrazadas, entre otros. Todo lo mencionado dependerá de la temporada, tema de la noche, semana o mes.

Es oportuno mencionar que para la discoteca habrá promociones que sean atractivas para los futuros clientes y las cuales podrán variar de acuerdo con la demanda, se presentarán las siguientes:

- Entrada + *bucket* de cervezas nacionales.
- Entrada + 4 cocteles a su elección.
- Entrada + 1 botella de whiskey.

Otro producto que ofrecer es el alquiler total del catamarán para eventos sociales privados como: cumpleaños, despedidas de solteros, comidas ejecutivas e incluso se apuntará también al mercado de las bodas civiles. Siendo disponible para días de semana y los fines de semana; estos últimos solo podrán realizarse en horas diurnas, ya que para la noche se mantendrá su propósito inicial de discoteca, al menos que requiera que se le asigne todo el día. De esta manera, se asegura un uso total del catamarán y sus servicios, en fechas y horarios alternos al horario establecido de discoteca, siendo otra manera de generar más ingresos.

En este sentido, se pondrá a disposición de los clientes, una serie de paquetes con distintas opciones para cumplir con los requerimientos del evento, entre los cuales se encuentra:

Paquete #1:

- Tripulación completa incluyendo meseros.
- Servicio de limpieza.

Paquete #2:

- Tripulación completa incluyendo meseros.
- DJ y juego de luces.
- Bebidas alcohólicas y/o no alcohólicas.

- Servicio de catering.
- Servicio de limpieza.

Paquete #3:

- Tripulación completa incluyendo meseros.
- DJ y juego de luces.
- Bebidas alcohólicas y/o no alcohólicas.
- Servicio de catering.
- Decoración.

Todos los paquetes incluyen asistencia de personal de seguridad del catamarán y de las personas a bordo. Además, los paquetes pueden combinar algún otro servicio necesario para satisfacer a los clientes más exigentes, lo que incidirá en el precio de estos. Por ejemplo, en el caso de querer el cliente uno de los espectáculos que se ofrecen en la discoteca como parte de su paquete, se lo podrá hacer. En este punto es importante mencionar que la parte de los espectáculos será un servicio tercerizado con el teatro “La Trinchera” de Manta. Con ellos se pactará para contratar sus servicios profesionales para los días que se requerirán de sus servicios, tanto para los espectáculos en la discoteca, como cuando se necesite para alguna celebración particular requerido por alguno de los clientes.

Por otra parte, la hora inicial de operación del catamarán discoteca será a partir de las 21h00 los jueves y las 21h30 los viernes y sábados. Esto, en virtud que los empleados deben tener el bote a punto en lo que respecta a la limpieza, música, luces, seguridad y todo lo necesario para abrir las puertas al público a partir de las 21h30 hasta las 1h30 los jueves y desde las 22h30 hasta las 3h30 los viernes y sábados.

Como valor agregado, está el de tour con piqueos, este servicio será ofrecido con la gastronomía del Chef Rafael Alayo. Tendrá una tercerización encargada del suministro de los alimentos de todos los piqueos siempre variando su menú, así como la vajilla, garantizando que todo lo ofrecido cumpla con los estándares de calidad, con productos llamativos y variados. Es necesario lo anteriormente mencionado para cubrir las exigencias de los turistas provenientes del extranjero que poseen un gusto distinto al de los locales, siendo un plus adicional ofrecido en el catamarán. Este servicio, tiene un diseño de paquetes ajustables a distintos presupuestos de los asistentes, teniendo variadas opciones para elegir según el que les parezca más atractivo al gusto o por el costo.

Paquete #1:

- Solo el tour.

Paquete #2:

- Variedad de piqueos limitados durante 3 horas.
- 3 bebidas alcohólicas.
- Aguas y gaseosas ilimitadas.

Paquete #3

- Variedad de piqueos limitados durante 3 horas.
- Bebidas alcohólicas ilimitadas.
- Agua y gaseosa ilimitado.

Este servicio será ofrecido los miércoles, jueves, viernes, sábados y domingos en el horario matutino y vespertino, con los respectivos embarques y desembarques de una duración cada uno de tres horas. Para este servicio el horario será:

Matutino: 10h00 – 13h00.

Vespertino: 16h00 – 19h00.

El recorrido que hará el catamarán serán los siguientes, cabe resaltar que habrá 3 tipos de recorridos. Esto se hace para variar los tours y que las personas quieran regresar.

Circuito 1:

Yacht Club – Murciélagos - San Mateo – Sta. Marianita – San Lorenzo.

Circuito 2:

Yacht Club – San Lorenzo – Puerto Cayo – Puerto López.

Circuito 3:

Yacht Club – San Lorenzo – San José – Los Frailes.

2.4. Experiencia del cliente

Manta fue el lugar elegido para la implementación del catamarán por varias razones:

- La ciudad es un mercado con altos niveles de desarrollo comercial.
- Esta ciudad carece de competencia directa de otras discotecas para nuestro mercado objetivo.
- Hay un mercado nocturno altamente competitivo para el entretenimiento, que representa una pequeña amenaza para el desarrollo de una discoteca en alta mar.
- No cuenta con un mercado que ofrezca tours de lujo en alta mar.

Al crear un ambiente acogedor lleno de experiencia positiva, no sólo alentará a nuevos clientes, sino que mantendrá el interés y el compromiso de los miembros que visitan por primera vez. Es muy importante mencionar que este tipo de negocios se sostiene gracias a la

opinión de los asistentes, por lo que este aspecto se debe tomar en cuenta para poder así aumentar la calidad, procurando que la experiencia de ellos sea cada vez mejor, y de esta manera que se pueda mantener en el mercado.

Para tener éxito, se escogerá dos de los días de apertura mensualmente para realizar espectáculos que involucren y unan a todos en una sola pista; será una buena iniciativa. Sin embargo, las actividades planificadas para efectuarse durante el día se harán para sacar el mayor provecho a la embarcación, con lo cual se generará ingresos constantes, justificando de esta manera la inversión que conlleva este proyecto.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la idea del proyecto es implementar un entretenimiento sobre un catamarán. Este será comprado por un valor de \$600,000 (Seiscientos mil dólares de los Estados Unidos de América); esta cantidad no incluye las remodelaciones y adaptaciones para ser una discoteca ni el costo de importación. Este catamarán es del año 2016 con una dimensión de 60 pies de largo (eslora), lo que quiere decir que tiene una capacidad para 80 personas y es mecánicamente controlado con diésel (Landau, 2019).

La capacidad del catamarán se define mediante el volumen del buque, para esto se utilizan dos tipos de medición. El arqueado bruto, calcula el volumen total de la nave, lo que servirá para determinar los costos de las operaciones, respecto a la vida útil de la embarcación. Y, el arqueado neto, mide todos los espacios aptos para la explotación del buque, incluyendo los pasajes (Olivella, 2013).

Todos los implementos de emergencia vienen incluidos en el precio, como lo son los botes y chalecos salvavidas, bengalas y tanques de propano. Actualmente el bote se encuentra en Estados Unidos, específicamente en Carolina del Sur por lo que, a parte del precio del catamarán, hay que tomar en cuenta los gastos de traslado al Ecuador y su pase por Aduana.

El objetivo es mantener el catamarán un paso adelante de la competencia a través de la prestación de un servicio ejemplar esperando que los clientes siempre se diviertan.

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Este estudio de viabilidad servirá de herramienta para determinar la posibilidad del desarrollo de la idea. De esta manera, garantizar que Lux Cruise sea un proyecto legal y técnicamente viable, así como económicamente justificable para saber si vale la pena la inversión.

3.1. Entorno Macroeconómico

Manta, o San Pablo de Manta, la ciudad destinada para la realización de este proyecto está ubicada en la costa ecuatoriana, en la provincia de Manabí, a las orillas del Océano Pacífico. Tiene 96 años de cantonización y fue elegida la ciudad ideal para este plan de negocios por ser el principal puerto internacional turístico, marítimo y pesquero del Ecuador. Cada año llegan decenas de cruceros y tiene una gran actividad de importación y exportación (Manabí, Gobierno Provincial, 2016). Al tener tanto turismo arribando a la ciudad, se tiene un porcentaje de turistas incluidos en el entorno macroeconómico para este estudio de factibilidad. Para el 2018 la provincia de Manabí reportó 400,000 turistas entre nacionales y extranjeros, desde las dos últimas semanas de julio y durante agosto.

En este sentido, el número de cruceros que con fines turísticos arriban al puerto de Manta en los últimos 10 años puede verse en la siguiente **Tabla 1**:

Tabla 1. Cantidad de cruceros puerto de Manta

Año	Nro. Navíos	Pasajeros	Tripulantes	Total
2009	21	23.473	12.254	35.727
2010	19	16.114	8.582	24.696
2011	19	16.572	8.927	25.499
2012	24	20.848	10.383	31.231
2013	20	22.605	11.607	34.212
2014	21	17.990	9.840	27.830
2015	19	18.101	10.044	28.145
2016	20	18.065	10.180	28.245
2017	21	22.187	11.630	33.817
2018	21	22.485	11.794	34.279

Fuente: (Autoridad portuaria de Manta, 2018).

Elaboración propia

La estadía de los pasajeros y tripulación en tierra es variable, pues va desde buques donde sus pasajeros no bajan a tierra, hasta aquellas estadías de turistas en tierra que duran hasta cinco días, momentos en los cuales crece la oportunidad del sector turístico de Manta para ofrecer sus servicios.

Por otra parte, de acuerdo con el último censo realizado en el 2010, Manabí tiene una población de 1.369.780 habitantes, lo que contrasta con el 1.186.025 que arrojó el censo de 2001, y que sugiere un crecimiento del 14,75% en la mencionada década (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). En nueve años se mostró ese crecimiento, y se espera que en otros nueve años se muestre uno similar.

Situada geográficamente en el paralelo 0°57` de latitud sur y en el meridiano 80°43` de longitud oeste, la ubicación imprime en la ciudad de Manta características propias de un Puerto Marítimo de aguas profundas con transferencia internacional, además cuenta con un Puerto

Aéreo Internacional y un Puerto Terrestre Nacional. Siendo que los mencionados puertos se encuentran situados a una distancia de 12 kilómetros entre sí, se proporciona ventajas de transporte y logística de las cargas (Ecuador, Sistema Nacional de Información, 2019).

El cambio de Manta en las últimas décadas ha sido realmente asombroso sobre todo cuando se trata de la vida nocturna, pues de ser solo una ciudad pesquera y de artesanías, ahora es un punto turístico muy habitado en los feriados por personas de otras provincias y extranjeros. La gente local se caracteriza por ser amable, directa, farandulera, fiestera, feliz, pues se trata de personas que les gusta socializar, disfrutar de sí mismo y por supuesto con sus grupos de amigos (Arteaga, 2018).

Es por estas características de la población, que la evolución de los bares, discotecas y vida nocturna ha variado mucho en la ciudad a fin de estar a la par de las necesidades de las personas, no solo en cuestión del ambiente sino también en diseños. Los bares y discotecas pasaron de ser en propiedades terregosas a ser actualmente en modernas estructuras ubicadas la mayoría en las 2 distintas zonas de entretenimiento nocturno de la ciudad como lo son La Flavio Reyes y Barbasquillo; el primero para personas de una clase económica baja a media y el segundo para un objetivo más alto.

Durante el auge económico que Manta ha ido experimentando, los diseños de las discotecas han entrado en una fase altamente creativa. Sin embargo, a pesar de la variedad de discotecas que existen en la ciudad, solo hay una que desde sus inicios se enfocó en un objetivo de personas de mayor edad y no solo para chicos de entre 18 a 21 años. A pesar de que al principio tuvo muy buen auge, a medida que la tecnología iba avanzando y esta industria se iba expandiendo ellos fueron perdiendo clientela y fama; a pesar de eso sus puertas siguen abiertas, aunque ya no con los mismos ingresos y rotación de antes. Es importante mencionar que la

vida nocturna urbana es importante en los beneficios políticos y comerciales de las ciudades. La expansión del entretenimiento nocturno es una estrategia común para estimular la economía local.

Otro punto importante que analizar en esta parte es la generación denominada *millennials*, término muy sonado en estos últimos años, siendo que actualmente la industria del entretenimiento busca adaptarse a las necesidades de los grupos a los cuales van dirigidos. Sabiendo esto, queda el cuestionamiento ¿Este grupo de personas es realmente seguidor de las discotecas y bares? Para responder la misma, es significativo mencionar primeramente que la edad comprendida de los *millennials* es entre los 29 y 38 años.

En este sentido, los estudios muestran que los *millennials* no frecuentan los clubes nocturnos como lo hizo la anterior generación Y. Un poco más del 60% de los *millennials* salen a discotecas, y entre los que lo hacen, solo el 25% lo hace más de una vez al mes. La mayoría de los *millennials* expresan que solo van a discotecas para ocasiones especiales como despedidas de solteros o solteras, para ver a un DJ específico o porque hay alguna discoteca que realmente les llama la atención (Braunstein, 2015). Con esta información, se podrá analizar los elementos que llevan a una persona a querer disfrutar una vida nocturna. También, se puede buscar la forma de influenciar en esta decisión.

A este grupo se lo denomina parte de una generación de gourmets, a quienes les encanta descubrir nuevos restaurantes, bares y discotecas. Razón por la cual se ha tomado como mercado meta a jóvenes de 30 años en adelante, siendo destinado a personas mayores que compartan los intereses y el disfrute de esta nueva clase de entretenimiento (Infobae América, 2016). Se busca lograr el interés de este mercado y brindarles una experiencia enfocada hacia ellos y sus gustos. Por otro lado, las personas de esa edad, por lo general, ya tienen ingresos y

trabajos fijos; para el tipo de negocio que se está creando, se requiere un ingreso de clase media-alta y alta.

Como se ha mencionado, un mercado importante al que también se quiere llegar que está dentro del alquiler del catamarán para eventos sociales es al de las bodas civiles. Con el último estadístico presentado por el INEC, en el 2017 Manabí tuvo 3,873 matrimonios, ver **Tabla 2**, registrados. Manta representa el 16.2% de la provincia de Manabí por lo que se estima un aproximado de 627 matrimonios en manta. En un año, se estima 1.7 matrimonios por día. Con estos datos se busca alcanzar de uno a dos matrimonios civiles por mes, sin descartar la opción de algún evento por alguna otra razón social.

Tabla 2. Matrimonios provincia Manabí

Provincia	Población (Censo 2010)	Matrimonios	
		Número	Tasa. X cada 1.000 hab.
Manabí	1.523.950	3873	2.54

Fuente: (INEC, 2017)

Elaboración propia

Se espera llegar también a un mercado de turistas extranjeros que arriban en cruceros tanto para las noches que el catamarán funciona como discoteca, como para otro momento en el que se los pueda llevar a conocer las playas aledañas. Se busca crear una relación comercial con los cruceros que tendrán como destino el puerto. Esta coordinación se efectuará con las agencias de viajes que promocionan paquetes turísticos en barcos.

En este orden de ideas, la agencia “Todo Cruceros” con sede en Europa, es una de las que ofrece a los viajeros, el servicio VIP de esta índole, al llegar a tierra en Manta, Ecuador, le

será ofrecido el tour durante el día. Este enlace comercial, se puede ejecutar mediante el ofrecimiento de una comisión a la agencia europea, mediante la fijación de un contrato exclusivo, que garantice el correcto funcionamiento para ambas partes, donde se incluyan los distintos paquetes turísticos que se efectuarán en la ciudad costera. No obstante, es importante destacar que el servicio también se ofrecerá a turistas locales, quienes se encuentran en la búsqueda de actividades distintas a las habituales que les son ofrecidas en otras partes del país, teniendo la oportunidad de disfrutar del entretenimiento a bordo de la embarcación. Básicamente esta es la diferencia que posee Lux Cruise con el resto de los paquetes turísticos presentes en el mercado.

3.1.1. Situación Política.

Con respecto a la situación política no solo de Manta, sino del Ecuador entero, se ha ido transformando por el crecimiento de las diferentes industrias, así como por el petróleo. En las últimas décadas ha existido un rápido crecimiento y progreso en salud, vivienda y educación.

Manta, al estar dispuesta como puerto internacional se encuentra sujeto bajo muchas disposiciones legales y reglamentarias, no solo municipales sino también de la Capitanía de Puertos y de varios de los ministerios que tratan de regular lo que entra o sale por las aguas profundas. Los aspectos políticos no solo pueden ser decididos para la provincia de Manabí, pero tienen que ser regulados por el resto del Ecuador para encontrar un punto de conveniencia. Manta, tiene falta de poder político, no hay una clara autoridad que se encargue y dé realmente una visión a futuro de la ciudad.

Después del terremoto del 2016, se pudo percibir la vulnerabilidad de Manta, siendo que aproximadamente un 80% de la población obtiene sus ingresos mediante actividades

relacionadas al entorno marítimo. El municipio, adquiere sus ingresos debido a tales actividades, de allí el interés en que se desarrollen con normalidad. Ante un desastre natural, el océano se transformó en un peligro y parte de la ciudad quedó devastada. De allí que la dirigencia tuviera que reforzar otras maneras para generar ingresos al Municipio.

El turismo representa una fuente de trabajo que no se explota a su total capacidad. El Municipio buscó enfocarse más en esta oportunidad y tener un plan de contingencia para cualquier otro hecho que suceda. La provincia enfrentó una crisis peor que el resto del país, por lo que si en un futuro tienen un problema similar ya existen planes de acción para seguir adelante.

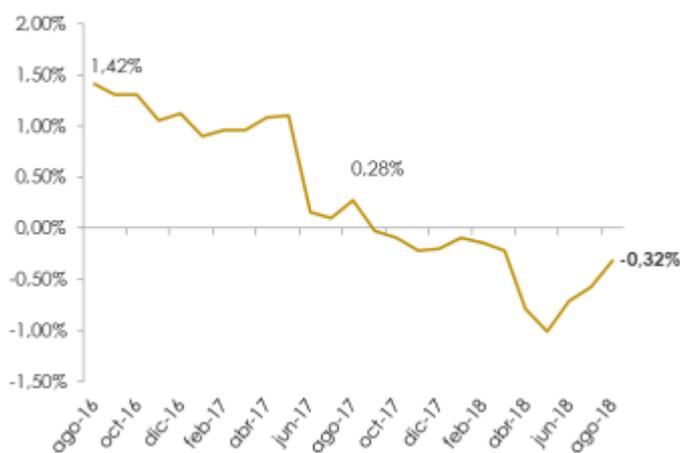
En el país cambian de autoridades políticas, en un lapso de cada cuatro años. Estos cambios no suelen mantener políticas que sean consistentes con las desarrolladas con el gobierno anterior, de la misma forma las leyes y regulaciones están en cambios constantes. Lo que origina pérdidas en el balance tanto político como económico, en virtud de la falta de continuidad en las políticas públicas. Cada persona nueva que asciende al poder político cambia las cosas que cree que estaban mal, más no intenta desarrollarlas hasta que cumplan su propósito inicial. Esto, puede ser negativo para el proyecto ya que no se sabe con certeza las políticas del futuro y no se puede predecir un proyecto constante.

3.1.2. Situación Económica.

Por otro lado, en el aspecto económico del país, Ecuador ha reducido significativamente los niveles de pobreza, pero eso no quiere decir que la situación económica del país sea la mejor pues, con tanto desequilibrio político por parte de los altos mandos, la deuda externa y los préstamos por parte del estado aumentan.

En cuanto a la inflación, los indicadores de esta han tomado en cuenta los índices de precios al consumidor y sus variaciones, los cuales registran, por ejemplo, que para agosto de 2018 la inflación anual registró un -0.32%, siendo la más baja desde el año 2009, lo cual puede verse representado en la siguiente imagen:

Ilustración 1. Evolución de la inflación anual



Fuente: (INEC, 2018).

Para este año, según el actual presidente Lenín Moreno, una estabilidad política y económica puede estar a la vista, ya que se está tratando de abrir las políticas públicas hacia una integración con las empresas privadas ecuatorianas. De esta manera se busca impulsar el sector productivo del país, lo que significa que habrá una fuerte recuperación económica. Esto realmente significa algo bueno para el proyecto a realizar pues habrá mejor estabilidad en las empresas de servicio (Ecuador, Presidencia de la República, 2018).

En virtud que Manta es un puerto pesquero, la mayoría de sus habitantes desde tiempos inmemorables se han dedicado a la pesca, siendo esta actividad una de las principales fuentes de ingresos de la ciudad; Sobre todo, de la pesca del atún. Por esta razón, la mayoría de las

clases sociales de la ciudad dependen mucho de esta actividad ya sea como pesca artesanal o como industrial.

Respecto a la inflación por ciudades, Manta presenta una variación mensual superior a otras ciudades con un registro del 0.33% siendo mayor inclusive que la variación de precios nacional que alcanza un 0.27% mensual, como puede verse en la siguiente imagen:

Ilustración 2. Variación de IPC por regiones

Ciudad	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
ESMERALDAS	106,38	0,69%	-0,29%	0,09%
CUENCA	106,26	0,53%	0,36%	0,53%
GUAYAQUIL	105,27	0,49%	-0,59%	0,14%
SANTO DOMINGO	105,76	0,47%	-0,07%	0,16%
MANTA	104,25	0,33%	-1,13%	-0,30%
QUITO	105,16	0,06%	0,34%	0,37%
AMBATO	104,68	0,02%	-0,81%	-0,65%
MACHALA	105,62	-0,01%	-0,67%	-0,35%
LOJA	103,13	-0,06%	-0,66%	-0,38%
REGIÓN COSTA	105,22	0,43%	-0,64%	0,02%
REGIÓN SIERRA	104,94	0,09%	0,05%	0,14%
NACIONAL	105,08	0,27%	-0,32%	0,08%

Fuente: (INEC, 2018)

Por otra parte, la agricultura es otra de las ramas a la cual gran parte de los habitantes manteses se dedican, por lo que es un medio de vida para gran parte de la población y una de las principales fuentes de ingresos y generación de empleo. La importancia de la agricultura en el desarrollo económico de Manta es muy alta, también es una forma de vida, que ha formado pensamientos y perspectivas de millones de personas.

Por otro lado, tenemos al turismo como otra de las primordiales actividades económicas de Manta y de Manabí en general, pues posee atractivos turísticos que la han convertido en una de las provincias más visitadas por turistas nacionales y extranjeros (Redacción El Telegrafo, 2016) . Por lo que el turismo es un sector clave de desarrollo y una importante fuente de

ingresos, empleo y creación de riqueza que también influye en las políticas de inversión y domésticas complementarias de la ciudad.

En este sentido, para el año 2017 el país recibió reconocimientos *World Travel Awards*¹ en 36 categorías a las cuales se encontraba nominado para la región de Sudamérica, siendo el país con más galardones durante el mencionado año, por lo que el Ministerio de Turismo (2017) ha sido enfático respecto a que estos reconocimientos internacionales, de forma exponencial aumentarán el flujo de turismo internacional, lo que atrae las inversiones para el sector turístico, alojamiento y entretenimiento en general para locales y extranjeros.

En cuanto al turismo nacional, la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, hace hincapié que durante el año 2016 se registraron desplazamientos a razón de turismo interno por alrededor de 12,3 millones de viajes, lo que significa que activó la economía ecuatoriana con \$ 285,5 millones, siendo que las provincias que registraron mayor número de visitas durante el período investigado fueron Santa Elena, Manabí y Esmeraldas respectivamente (Ecuador, Ministerio de Turismo, 2017).

Con el manejo más exhaustivo que se le está dando al turismo en el país y en la ciudad de Manta, este plan de factibilidad puede conseguir la cantidad de personas necesarias para abastecerse y llenar las expectativas económicas. Es por estas razones que se puede considerar la pesca, la agricultura y el turismo como las principales actividades económicas y la columna vertebral de la ciudad.

El Ecuador al tener tantos cambios económicos, tienes varias alzas y caídas en el PIB. A comienzos del 2016 mostró su mayor pico en caídas, desde ahí comenzó a subir hasta el

¹ Premios internacionales, instituidos en 1993 que reconocen lo mejor en la industria de los viajes y el turismo mundial, sean considerado como los Oscar de la industria del turismo

2017 que por poco alcanza al pico más alto del 2014. Las áreas en las que más influye el PIB son: petróleo, suministros de agua y luz, pesca, servicios financieros, comercios, servicios domésticos y transporte. Las caídas se dieron ya que, al cerrar lazos con países extranjeros, los ingresos como la exportación del petróleo y pesca, y el comercio exterior se vieron estancados. El petróleo que representaba un 28.4% del PIB, la pesca con un 11.0% y el comercio con un 5.7% (Banco Central del Ecuador, 2019).

Por otra parte, El PIB sirve como indicador que refleja la competitividad del país, siendo un valor estimado, de los bienes y servicios producidos, durante un período establecido en una economía específica. Para analizar el comportamiento del producto interno bruto durante los últimos diez años se presenta la siguiente **Tabla 3**:

Tabla 3. Variación PIB 2009-2017

Año	PIB Anual (MM\$)	Var. PIB
2017	104.296	2,4%
2016	98.614	-1,6%
2015	99.290	0,1%
2014	101.726	3,8%
2013	95.130	4,9%
2012	87.925	5,6%
2011	79.277	7,9%
2010	69.555	3,5%
2009	62.520	0,6%

Fuente: (Expansión / Datos macro, 2017).

Elaboración propia

En la tabla anterior se puede ver la variación que ha registrado el PIB, el cual ha sufrido un incremento, más que todo en atención al proceso de ejecución de obras públicas en virtud de inversión social y económica, lo que estimuló el desarrollo durante el período de seis años consecutivos. Sin embargo, para el año 2015 se puede observar una desaceleración en el avance del PIB, que se atribuye a la cotización de los precios del petróleo, siendo que, por estar a la baja, implicó una disminución en el PIB nominal; el real se mantuvo en crecimiento, debido a la estabilidad de los precios de otros mercados.

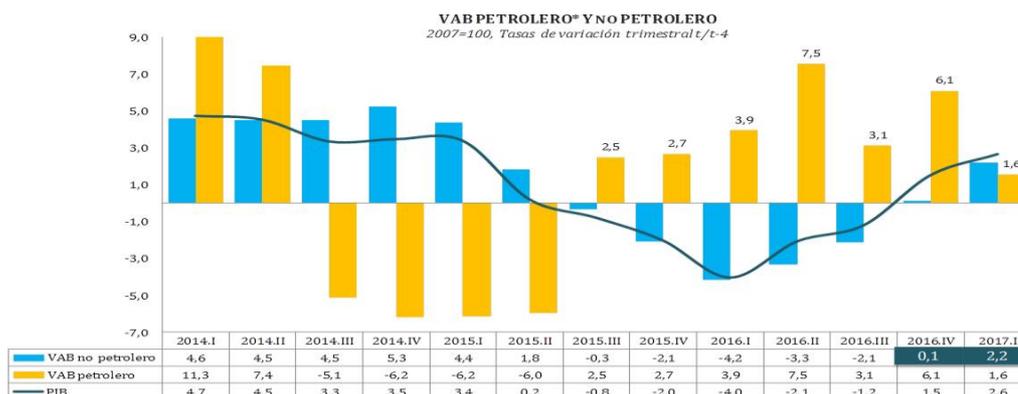
Para el 2017 se puede observar que el PIB se elevó un 2,4% respecto a los indicadores del año inmediatamente anterior, lo que le valió a la economía ecuatoriana posicionarse en el puesto sesenta y cuatro del listado de países publicados por "Datos Macro" en su sitio web, donde se expresó la variación de valor absoluto del PIB con crecimiento de 5.682 millones de dólares con relación al año 2016 (Expansión / Datos macro, 2017).

Respecto al año 2018, el registro de las ventas en el país se ubicó en 95,608 millones de dólares en lo que atañe al período enero - agosto del 2018, que en conjunto con otros indicadores del PIB supera los 100,000 millones de dólares. El Banco Central publicó en el índice correspondiente al último trimestre del mencionado año, precios constantes; arrojando un nivel de variación interanual (t/t-4), respecto al mismo período del año 2017, lo que equivale al 1.4% de variación (Banco Central del Ecuador, 2019).

El petróleo, se estima que va a seguir en crecimiento. Subió a valores positivos desde el tercer trimestre del 2016 y se estima un crecimiento del valor agregado bruto (VAB) hasta el 2019. En 2019 el precio por barril de petróleo dado es de \$50.05, se esperaba un valor de \$58.29; por el cambio en petróleo el PIB va a tener un déficit de 3.2%. A diferencia del 2018, que terminó el año con un valor promedio de \$68.58, en este año se dio el valor más alto del

petróleo, algo que no sucedía desde el 2014. Esta alza se dio gracias a “las trabas a las exportaciones iraníes (EFE, 2018)”. Ahora se espera una continuación del valor obtenido en el 2019 con un leve porcentaje que alcen o bajen el valor. Se espera que se mantenga para los siguientes años.

Ilustración 3. Variación PIB petrolero y no petrolero



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

La variación que se ha podido identificar en los indicadores del PIB obedece a un decaimiento en el ritmo, siendo que el crecimiento se verá de forma más tardada, debido a que la posibilidad de una activación en el desarrollo dependerá de la confianza que se genere a los inversionistas y de la aplicación efectiva de políticas que el Gobierno ha propuesto, como los incentivos a la producción y ajustes fiscales necesarios.

Para el año 2019 la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2019) ha estimado una variación del 0,9% con respecto al año 2018, pudiendo variar dependiendo de las políticas aplicables al desarrollo productivo de la nación, lo cual es una de las promesas del Gobierno ecuatoriano para este año. Esta predicción económica, genera cierta disposición positiva para la consumación de cualquier inversión comercial, ya que la tendencia es al alza o incremento de la rentabilidad. Ahora bien, para el Estado siempre serán fructíferos los emprendimientos particulares ya que, a través de los impuestos, permisos u otras gestiones

legales, para el correcto funcionamiento de un negocio, recaudan importantes sumas de dinero que entran a las arcas del país.

Otro aspecto que incide en la variación de la situación económica y los cambios políticos, son los salarios básicos unificados y los derechos de los empleados. Esto afecta al proyecto ya que los costos fijos mensuales van a depender de esos cambios. En este sentido, el salario básico es fundamental para estimar la situación económica. Durante los últimos diez años ha ocurrido un incremento sostenido del salario en Ecuador, ver **Tabla 4**, siendo que arroja un 60% de incremento real considerado sólo desde el 2009 hasta el 2018.

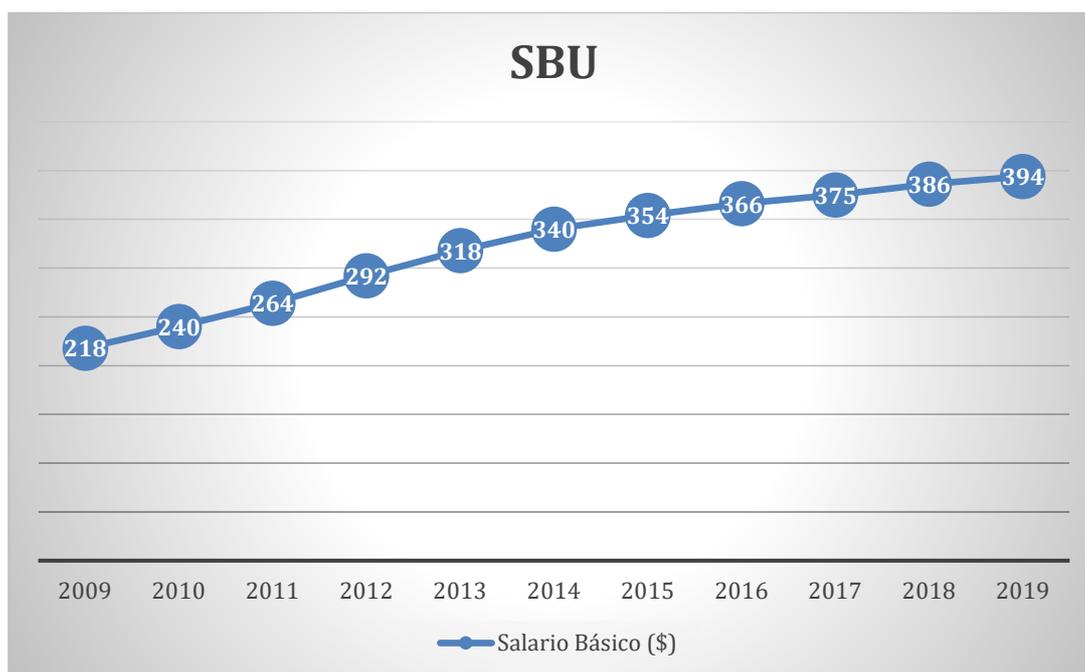
Tabla 4. Salario Básico Unificado 2009-2019

Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Promedio Anual	\$218	\$240	\$264	\$292	\$318	\$340	\$354	\$366	\$375	\$386	\$394
Crecimiento en \$		\$22	\$24	\$28	\$26	\$22	\$14	\$12	\$9	\$11	\$8
Crecimiento en %		9,17%	9,09%	9,59%	8,18%	6,47%	3,95%	3,28%	2,40%	2,85%	2,03%

Fuente: (Ministerio del Trabajo, 2018).

Elaboración Propia

Esto tiene relación directa con la productividad de cada sector económico, en particular y de acuerdo con las especificaciones de cada uno. Este período puede verse representado de la siguiente forma:

Gráfico 1. Incremento de Salario básico Ecuador

Fuente: (Ministerio del Trabajo, 2018).

Elaboración Propia

Este incremento continuado del salario básico presiona a las empresas y a los emprendimientos, en virtud del aumento del costo patronal que implica cada trabajador, aunado a la baja en la productividad que presenta el Ecuador en los últimos años, debe ser considerado seriamente a la hora de poner en marcha el proyecto.

Por ejemplo, para el año 2019 el costo patronal por trabajador sobrepasa los 6,400 dólares, ver **Tabla 5**. Esto considerando, además del salario básico, los aportes de ley, lo que no incluye otras prestaciones que se ofrezcan al trabajador dependiendo de la industria, como por ejemplo la provisión del dinero para el almuerzo, lo cual puede ser comparado con años anteriores de la siguiente manera:

Tabla 5. Costo patronal del trabajador 2017-2019

Aportes	2017	2018	2019
Salario Básico	\$375,0	\$386,0	\$394,0
IESS	\$41,8	\$43,0	\$43,93
IECE	\$1,9	\$1,9	\$1,97
CNCF	\$1,9	\$1,9	\$1,97
Décimo tercero	\$31,2	\$32,2	\$32,83
Décimo cuarto	\$31,2	\$32,2	\$32,83
Reserva	\$31,2	\$32,2	\$32,83
Total mensual	\$514,3	\$529,4	\$540,3
Total Anual	\$6.171,3	\$6.352,3	\$6.483,6

Fuente: Salario Básico Unificado
Elaboración propia

Ese aumento del 2.073% al Salario Básico Unificado obedeció al análisis de los índices de inflación y productividad, pero visto de forma más política que técnica. Por otra parte, se debe tomar en cuenta el sector, ya que se fijaron de la misma forma los salarios mínimos a las comisiones sectoriales, por tramo económico. Se debe considerar los salarios fijados para el servicio turístico de lujo, según los requerimientos para el funcionamiento del catamarán.

En este sentido, se necesitará una cantidad específica de empleados en el catamarán que alcance a brindar el servicio que se promete, por lo que los costos por empleados es algo muy importante a considerar. Esto influye en los precios de venta y con eso, en la fidelidad de los clientes que se consiguen por precios. El PIB también va a influir en las probabilidades de creación del proyecto ya que es un catamarán a diésel, está expuesto a los cambios de inflación y venta del petróleo. Al tener una estimación de crecimiento del PIB y mantención de los

salarios básicos unificados ayuda al equilibrio monetario del proyecto; sus costos fijos tendrán un bajo margen de cambio.

En este punto, es importante también destacar que para el 21 de agosto del 2018 en el Registro Oficial entró en vigor la Ley Orgánica para el Fomento Productivo, atracción de inversiones, generación de empleo, estabilidad y equilibrio fiscal, cuyo objetivo se manifiesta de la siguiente manera:

El proyecto de ley busca dinamizar la economía, fomentar la inversión y el empleo, así como la sostenibilidad fiscal de largo plazo, a través de un ajuste en el marco jurídico que rige la actividad económica, financiera y productiva en el país, a fin de garantizar la certidumbre y seguridad jurídica, como mecanismo para propiciar la generación de inversiones, empleo e incremento de la competitividad del sector productivo del país (*Ecuador, Asamblea Nacional, 2018, pág. 2*).

En este sentido, en la Sección Cuarta, se plantea una reforma a la Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la Reconstrucción y Reactivación de las zonas afectadas por el terremoto del 16 de abril del 2016. De acuerdo con el artículo 9 de dicha ley se otorgarán beneficios tributarios a las nuevas inversiones productivas, que se ejecuten en los siguientes cinco años a partir de la vigencia de la ley, en las Provincias de Manabí y Esmeraldas (*Ecuador, Asamblea Nacional, 2016*).

Estas nuevas inversiones contarán con la exoneración del pago del impuesto a la renta hasta 15 años contados y en el caso de turismo, esta exoneración será de cinco años adicionales. Gracias a esa nueva reforma de la LOFP el proyecto quedará exento por 20 años del impuesto a la renta (*Ley para fomento productivo, atracción inversiones generación empleo, 2018*).

3.2. Análisis del sitio

Manta, en los últimos años ha presentado una mejora de gran escala a nivel portuario, lo que significa que los costos logísticos serán reducidos. La buena infraestructura que tiene

actualmente el puerto y sus anexos permite comunicar a los posibles clientes con el club sin contratiempos y eficientemente.

3.2.1. Ubicación.

Ciudad: Manta

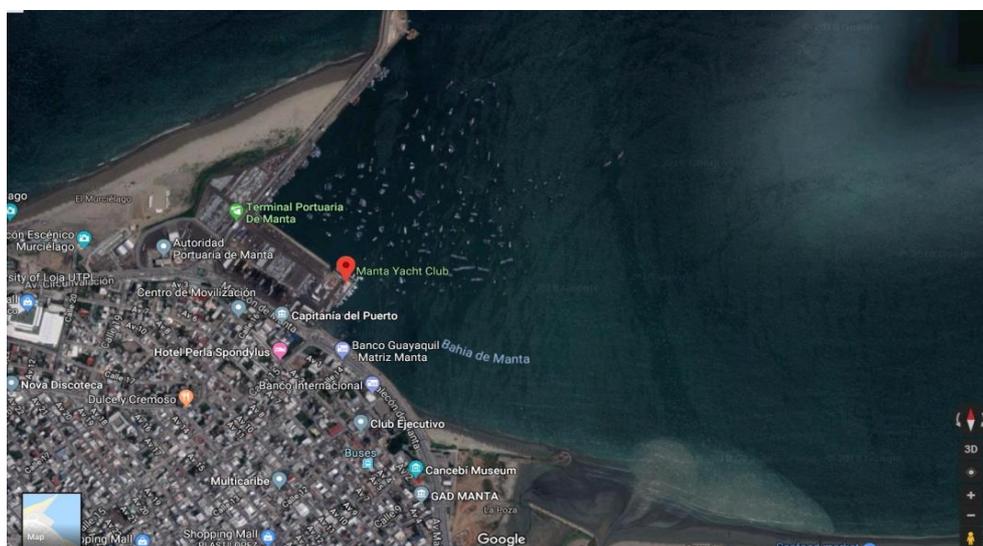
Provincia: Manabí

Parroquia: Manta

Barrio: Córdova

Dirección: Malecón de Manta y calle 15, frente al redondel del atún.

Ilustración 4. Mapa de localización LUX CRUISE



Fuente: (Google, 2019)

3.2.1.2. Adaptabilidad y conveniencia del terreno.

El catamarán estará anclado en la rada² de muelle del Yacht Club de Manta el cual es un brazo del puerto de Manta. Es considerado un puerto deportivo de pequeñas embarcaciones como yates, veleros, botes privados, y buques pequeños. Todas estas pequeñas embarcaciones pueden encontrar protección durante la mayoría de las condiciones prevalecientes, además de

² Bahía o entrada angosta, que sirve para fondear embarcaciones, generalmente estos han sido utilizados históricamente como puertos.

contar con combustible y diésel para abastecer a las distintas embarcaciones respetando las tarifas designadas para cada tipo de flotas. Es la base ideal, ya que cuenta con amplias instalaciones para la comodidad de los invitados.

En cuanto al espacio físico de la embarcación, cabe mencionar todas las características que éste presenta, según lo expuesto por el actual dueño, el señor Cal Landau. Este constructor y propietario ha equipado el barco con la mejor tecnología, una propulsión moderna, además del empleo de sistemas inteligentes y fáciles de mantener.

La embarcación puede navegar a 16 nudos³ y alcanzar una velocidad máxima de 22 nudos. En cuanto al consumo de combustible, este yate de 60 pies puede obtener casi 3 millas náuticas por galón a velocidades de crucero normales.

3.2.2. Características del catamarán.

- Motor a diésel controlado mecánicamente.
- Estable y cómodo.
- Dirección de palanca en ambos timones con soporte por rueda.
- 2400 *watts* de energía solar.
- 1400 *watts* de baterías de plomo de litio.
- AC funcionará con baterías, ambos generadores nunca han sido utilizados.
- Repuestos de maquinaria.
- Computadora de navegación *Asus, software Coastal Explorer* con radar integrado.
- 2 sirenas de profundidad *P y S Maretron*. Instrumento de viento y clima.
- Radar tipo *Koden MDS-6R 12 KW*.

³ Un nudo equivale a 1,852 km/h.

- Mapa C, *raster*, gráficos vectoriales.
- Antena *Wi-Fi* y amplificador *Islandtime*.
- 2 radios marineras VHF.
- Todo el *hardware* de navegación tiene copias de seguridad almacenadas en una maleta de metal.

Acondicionamiento:

- 2-5000 BTU Aire acondicionado.
- 2 baños completos.
- Samsung 40 in. TV.

Cubierta:

- Catamarán personalizado de 16 pies con collar de espuma EVO personalizado y Yamaha de 4 tiempos de 4 CV.
- 2 escaleras de natación.
- 2 desalinizadores de agua dulce y salada en popa.
- Grúa de sistemas *Brower* de 1200 lb.
- *Molinete Maxwell 3500* con motor de repuesto y caja de engranajes.
- *Hooke rig* con compresor de aire.
- Chalecos salvavidas, bengalas.
- *In-reach* satélite.
- 12 cañas y carretes.
- Tanques de propano compuestos.

Por otra parte, a este barco se le aplicó la técnica de *West System*, lo que se refiere a la aplicación de un revestimiento que hace a la pintura impermeable y resistente a los elementos, por lo que se puede asegurar que no hay madera cruda expuesta. La técnica consiste en el tratado de las superficies del barco con resina epóxica 105, la cual es transparente y de baja viscosidad, esparciéndola por las superficies a trabajar mediante rodillo, dejando que baje la humedad, retirando los excesos y se procede a la aplicación de varias capas, para terminar con la aplicación de una serie de endurecedores (207 y 209) que perfeccionarán el acabado. Esta técnica proporciona una capa uniforme que supone una barrera eficaz contra la humedad y, a la vez le otorga un acabado brillante y suave (Gougeon Brothers, Inc, 2006).

El catamarán en cuestión es perfecto para el diseño de la idea proyectada, sin embargo, serán necesarias algunas transformaciones a lo interno del mismo. Como se aprecia en las fotos (ver Anexo 1) además del menaje que se necesita, se tendrá que hacer los ajustes necesarios como sacar los muebles que no sirvan y de esta manera hacer más espacio y por supuesto pintar con los colores que caracterizará a la empresa, lo que más adelante se describirá específicamente.

El espacio físico de la embarcación estaba previamente diseñado para ser un catamarán de uso personal, por lo que será necesaria una remodelación para la comodidad y seguridad de las personas a bordo. Los cambios se darán de acuerdo con el diseño, infraestructura, lineamientos de seguridad y permisos que se requieran.

3.2.3. Acceso y visibilidad del Yacht Club.

El Yacht Club de Manta queda en pleno centro de la ciudad por lo que sus vías de acceso son fáciles de transitar y llegar, recordando que es una calle principal totalmente señalizada, iluminada y por su puesto asfaltada, realmente no hay cómo perderse. Desde la

zona residencial de Manta en donde habita la mayoría de las personas que entran en el mercado meta que vendría a ser la parte sur de la ciudad hasta el malecón, toma aproximadamente de 10 a 17 minutos llegar por la vía principal. Una vez que los invitados han llegado al malecón, pueden tener acceso al parqueadero del Yacht Club para posteriormente dirigirse a las instalaciones del club y poder entrar al andén a un costado del Yacht Club, el cual permitirá subirse directamente al catamarán Lux Cruise.

Más adelante se explicará cómo se hará más visible el proyecto a través de publicidad y de esa manera lograr que las personas se vean atraídas hacia este.

3.2.4. Servicios básicos.

El sector del malecón cuenta con todos los servicios básicos como son:

- Agua potable.
- Luz eléctrica.

Dentro del catamarán, igualmente las personas gozarán de los principales servicios como:

- Agua potable: proviene de las unidades de desalinización a bordo del barco.
- Luz: a partir de generadores y paneles solares.
- *Wi-fi*.
- Todas las seguridades para estar en alta mar como chalecos salvavidas para cada persona, botes de emergencia y popas de riego.

3.2.5. Situación legal y regulaciones.

Al no tener un espacio físico como un terreno, las regulaciones que se deben seguir son diferentes al ser en espacio marítimo. El catamarán estará ubicado en el bancal del Yacht Club de Manta y, para que pueda estar anclado ahí, navegar cierta distancia y funcionar como

discoteca, es preciso tomar en cuenta todos los permisos a los que se deben someter. No hay que olvidar que además está la constitución de la compañía.

Es importante como empresa asegurar la parte legal que por cualquier inconveniente pueda pasar con los pasajeros a bordo. Para este caso, los invitados antes de subirse al catamarán deberán estar de acuerdo en firmar un pacto legal en donde se desvincula de cualquier irresponsabilidad por parte del pasajero a Lux Cruise. Por irresponsabilidad del pasajero se refiere a que por su estado ético pueda suscitar algún accidente, pues la empresa no se hará cargo de este tipo de eventos que se van de la mano de todos quienes conforman la organización.

3.2.5.1 Para la formación de la compañía limitada.

Las características de compañía limitada se encuentran expuestas en el artículo 92 de la Ley de Compañías, el cual establece una compañía que se conforma entre dos o más personas, respondiendo a las obligaciones societarias hasta el monto de las aportaciones individuales haciendo comercio con una razón social o denominada objetiva, ver **Tabla 6**.

Tabla 6. Pasos para constituir compañía limitada

Reservar Nombre.	Este se hace en la Superintendencia de Compañías, a través de un formulario en la página Web www.supercias.gob.ec
Elaborar estatutos.	Este debe ser redactado y firmado por un abogado, y se refiere a las condiciones mediante las cuales se llevarán a cabo las actividades de la compañía.
Cuenta de integración de capital.	Con el mínimo del capital suscrito, que cada uno de los socios aportará según su participación y se abrirá una cuenta a norma de todos ellos.
Escritura pública.	Con la reserva de nombre, un certificado de la cuenta de integración de capital y una minuta de los estatutos, se

	procede a la escritura pública. Estos servicios notariales conllevan el pago de tasas.
Aprobación de los estatutos.	Esta aprobación será de parte de la Superintendencia de Compañías, cuando se ha insertado para su revisión la escritura pública, luego de lo cual emana la resolución.
Publicación en periódico.	Se publica un extracto de la resolución de la Superintendencia de Compañías, en un periódico de circulación nacional.
Permisos municipales.	Se deben obtener los permisos de acuerdo con la actividad a realizar y el domicilio de la compañía.
Registro mercantil de la compañía.	Cumplir con los requisitos del Registro Mercantil y proceder con la inscripción en el cantón donde se encuentra radicada la compañía.
Junta general de socios.	Cuando se ha cumplido con el registro de la compañía, se debe convocar a una junta de socios donde se nombren las autoridades de la compañía, según los estatutos.
Documentos habilitantes.	Recabar los documentos que emite la Superintendencia de Compañías a fin de obtener el RUC de la empresa.
Inscripción de nombramiento de representante.	Inscribir en el Registro Mercantil, el nombramiento de representante que se hizo en la junta de accionistas.
RUC.	Acudir al Servicio de Rentas Internas con los requisitos para la obtención del RUC los cuales están disponibles en línea a través de la web: www.sri.gob.ec
Carta para el banco.	Cuando se obtiene el RUC, la Superintendencia de Compañías emana carta dirigida al banco, a fin de que la empresa pueda disponer de lo que ha depositado en la cuenta de integración de capital.

Fuente: (SMSECUADOR, 2018)

Elaboración propia

Por otra parte, según lo expuesto por el (Registro Mercantil, 2019) los requisitos para la inscripción de la constitución de una Compañía Limitada son los siguientes:

1. Copia certificada de la escritura pública de constitución.

2. Publicación del extracto por autoridad competente, en un periódico de mayor circulación del domicilio de la compañía.
3. Registro de propiedad, si la empresa aporta un bien inmueble.
4. Presentación del RUC, para personas naturales o jurídicas residentes en el Ecuador, o documento emitido por Servicio de Rentas Internas en caso de que alguno de los accionistas sean personas naturales extranjeras estén o no domiciliadas en el país o jurídicas no domiciliadas en el país.
5. Un capital social mínimo de 10,000.00 USD si el objeto social es exclusivo para actividades complementarias como: vigilancia, alimentación, mensajería y limpieza.

3.2.5.2. Requisitos para el funcionamiento del catamarán en Manta.

Se necesita la aprobación del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, una vez revisados los registros del Sistema Integral de Gestión Marítima y Portuaria – SIGMAP, esta Subsecretaría de Puertos y Transporte Marítimo y Fluvial enlista lo que se debe tomar en cuenta para realizar el transporte de más de 12 pasajeros a bordo:

- Aprobación de Planos y Memoria Técnica.
- Certificado de Arqueo.⁴
- Certificado de Registro de la Propiedad.
- Matrícula de la nave.
- Aprobación de Libreto de Estabilidad.
- Certificado de Seguridad y Prevención de la Contaminación.

⁴ Volumen interior del casco y superestructura de una embarcación. Puede ser bruto, que comprende toda la capacidad del buque, y neto a las capacidades una vez deducidos los espacios no útiles. El arqueo es fijo y no varía, y se mide en Toneladas *Moorson*. (Llusá, 2009).

- Licencia de Estación de Radio.
- Permiso de Tráfico Nacional.

3.2.5.3. Requisitos de la Dirección Municipal de Turismo.

Para el funcionamiento del catamarán, se deberá cumplir con los requisitos que impone la Dirección Municipal de Turismo, esto en virtud del sector que se pretende explotar con la actividad propuesta, los mismos pueden detallarse a continuación:

- Permiso del uso de espacio marítimo, dispuesto por la Capitanía del Puerto.
- Escritura pública de la constitución de la compañía (copia certificada).
- RUC de la compañía.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito.
- Patente Municipal (copia).
- Justificación del activo real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía.
- Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal.
- Seguro para daños a terceros.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Pago predial.

3.2.5.4. Requisitos para la matriculación de la embarcación.

Para obtener el Registro de Propiedad de la Embarcación, la Capitanía del Puerto de Manta le indica el valor a depositar dependiendo del Tonelaje de Registro Bruto (TRB) de la embarcación, esto como lo expresa Llusá no es más que: “La capacidad medida en toneladas

Moorson (100 pies cúbicos = 2,83 m³) de los espacios del casco bajo o sobre cubierta, capaces de recibir carga, pertrechos, dotación, pasaje, consumos, etc. (2009, pág. 55)”.

3.2.5.5. Requisitos para la inspección de seguridad.

La Capitanía del Puerto de Manta le indica el valor a depositar dependiendo el TRB de la embarcación. Luego de obtener este valor, se lo deposita en una cuenta del Banco Rumiñahui, se trae el original del depósito, se factura el valor y se asigna el inspector, previa presentación de la solicitud de inspección y fotocopia de cédula del representante legal.

3.3. Análisis del vecindario

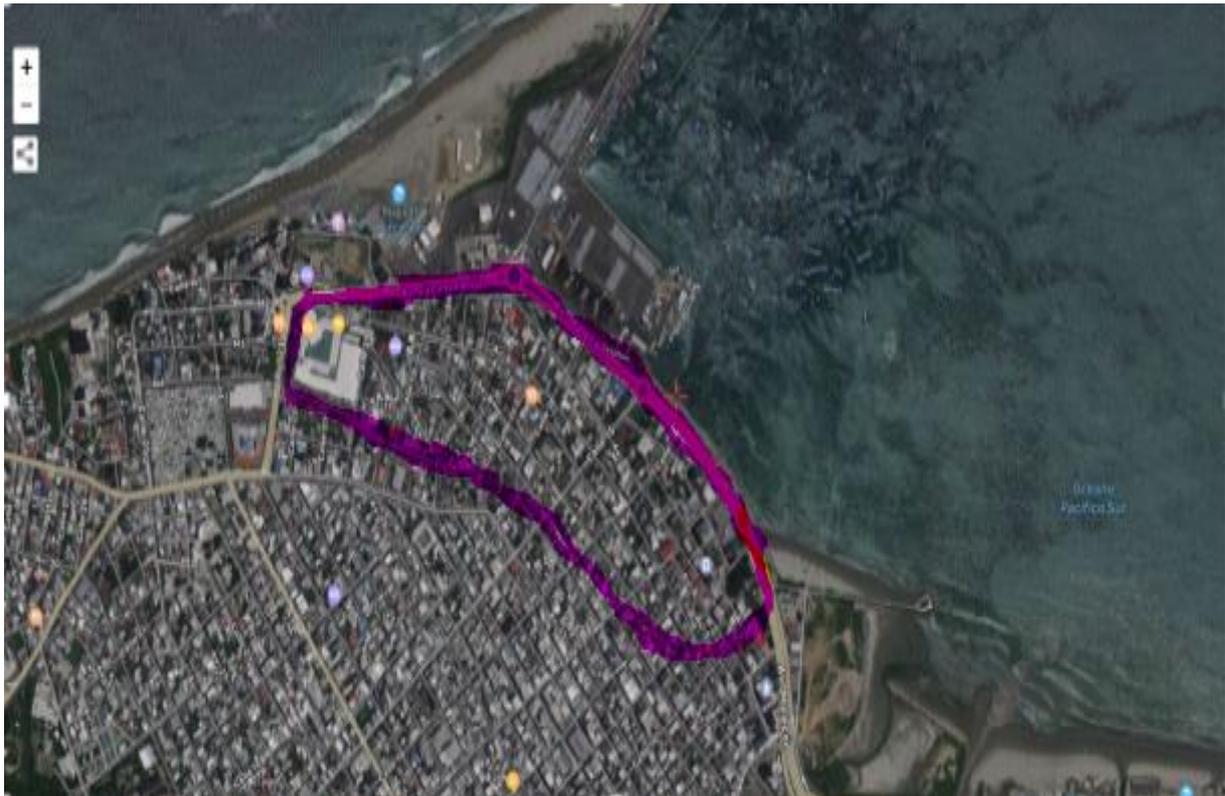
El cantón Manta ha experimentado un crecimiento de ciudadelas y urbanizaciones en las áreas de expansión territorial hacia la vía San Mateo. Ante la necesidad de reconstruir y continuar con la labor turística y normal después del terremoto suscitado en abril del 2016, las autoridades de la ciudad emprenden una labor para contratar nuevos diseños y planes de lugares turísticos que permitan la posterior reconstrucción de la ciudad y de esta manera hacer de Manta una ciudad mucho mejor de lo que era antes de aquel evento (Becerra, Becerra, & Quijije, 2018).

Manta, en general, es un área bioclimática conocida como Región Desértico Tropical debido a las características meteorológicas que presenta. En esta región se encuentran las siguientes zonas formaciones ecológicas:

- Desierto Tropical.
- Matorral desértico Tropical.
- Desierto Premontano.

La ciudad de Manta pertenece a la zona de matorral desértico tropical, la cual presenta una franja adyacente que bordea el mar y se encuentra conformada por esteros, salitrales y manglares. Con una temperatura promedio que fluctúa entre los 24 y 26 ° C, registrando una precipitación media anual entre los 125 y 250mm.

Ilustración 5. Análisis del vecindario



Fuente: (Google, 2019).

La existencia de vegetación natural en el área por lo general es escasa, normalmente se observan parches de vegetación. Por otra parte, en el área del malecón, siendo el punto de partida, está conformado principalmente por calles, edificios, viviendas, parques, la zona financiera de Manta, entre otros. En cuanto al estado de las vías se puede decir que la ciudad actualmente está presentando una regeneración en la mayoría de las calles y avenidas,

especialmente las principales, que se encuentran remodeladas, lo que da a la ciudad un aspecto más moderno y mucho más fácil de transitar (Becerra, Becerra, & Quijije, 2018).

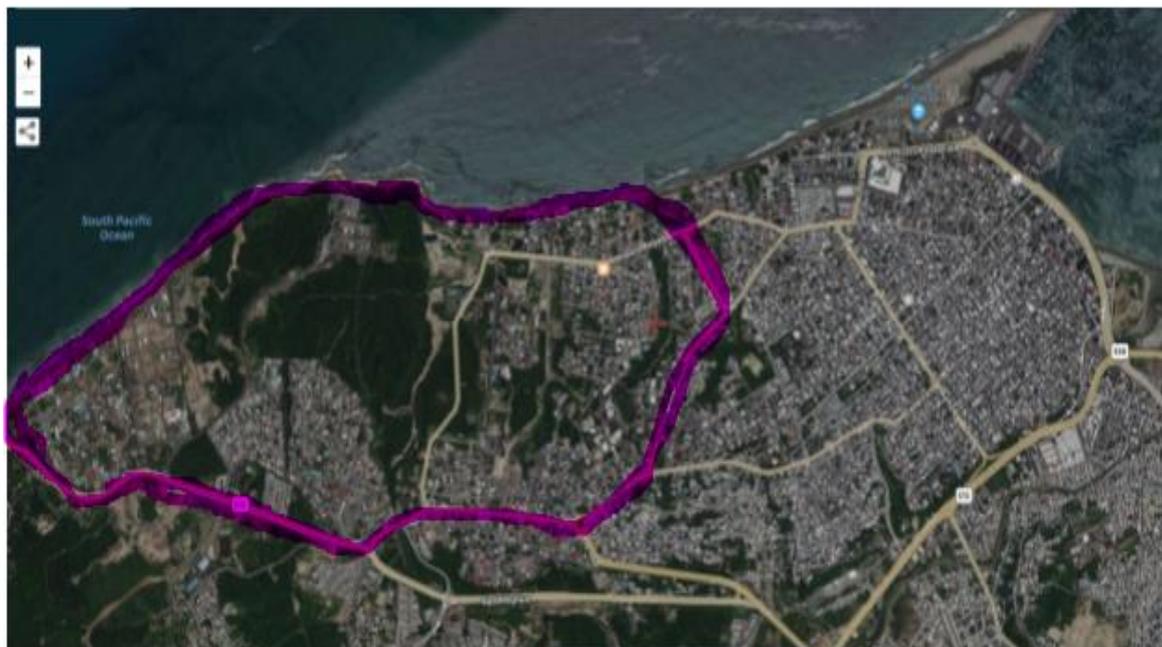
En cuanto a los principales generadores de demanda hay que resaltar que serían los propios habitantes de la ciudad que entren en el rango de edad del mercado meta, así como también los turistas extranjeros como nacionales que visitan la ciudad en épocas de feriados o vacaciones y por el arribo de cruceros al puerto con turistas en busca de servicios de la ciudad de Manta.

3.4. Análisis del área de mercado

La superficie sobre la cual se encuentra expresada en la demanda es en el sur de la ciudad, a partir del Mall de Pacífico siguiendo hasta la vía San Mateo, la última urbanización que es Ciudad del Mar. Manta al ser una ciudad pequeña, las distancias para recorrer de un lugar a otro no superan los veinte minutos, salvo que se vaya a zonas periféricas o exteriores de Manta.

El área de mercado está delimitada por un recorrido de aproximadamente siete a diecisiete minutos en vehículo, tomando en cuenta que este recorrido se hará en horas nocturnas, cuando el tráfico baja considerablemente; por lo que será más fácil el arribo hasta el Yacht Club. Esto puede verse en la siguiente imagen:

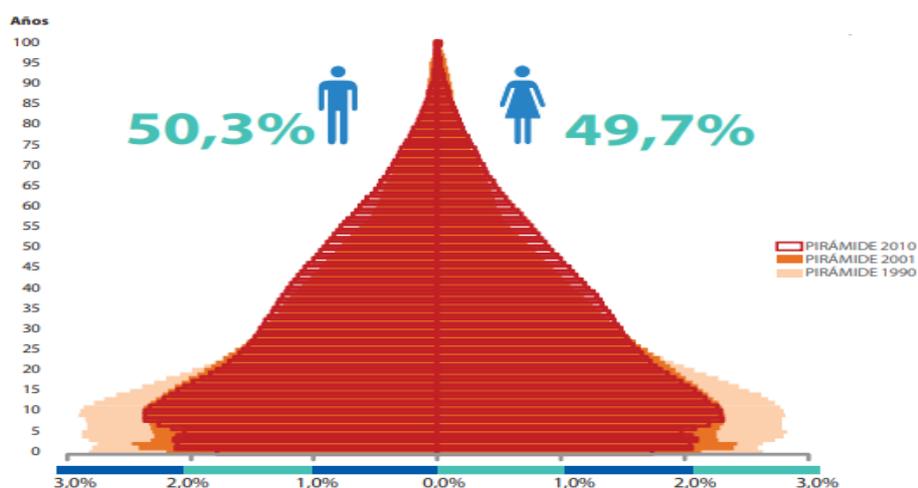
Ilustración 6. Análisis del área de mercado



Fuente: (Google, 2019)

En cuanto a la población de Manta, el INEC publicó para el año 2010 los datos referentes a este tópico general de la región, los cuales alcanzaron 221,122 habitantes para ese año, de las cuales 112,445 son mujeres y 108,677 son hombres. Por otra parte, las edades alcanzan los siguientes porcentajes:

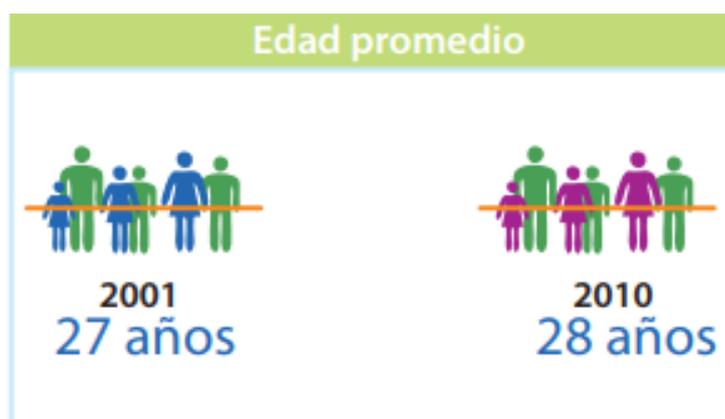
Ilustración 7. Edad en porcentaje (Manabí)



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Por otra parte, la edad promedio de los habitantes de Manta aumenta con relación al censo anterior, como puede verse a continuación:

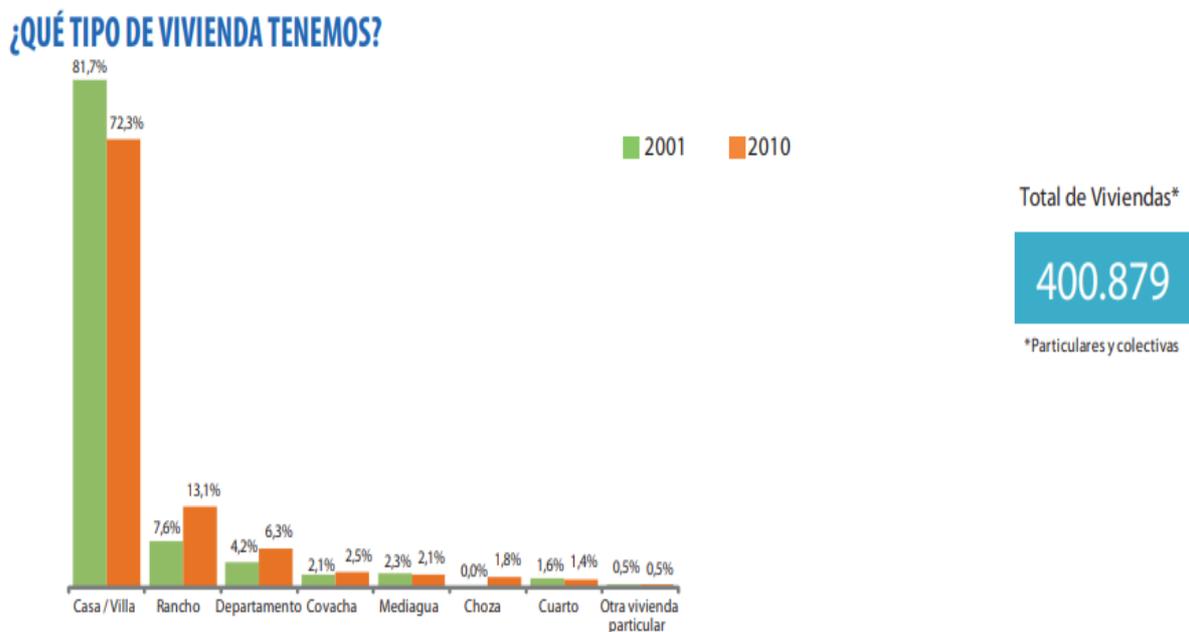
Ilustración 8. Edad promedio Manta



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

La edad promedio de Manta es propicia, aunque el público al que estará dirigida el catamarán no escapa de la posibilidad de la integración de generaciones más jóvenes, ya que como adultos buscan disfrutar de lo mejor que se pueda ofrecer en servicios de entretenimiento.

Ilustración 9. Tipos de vivienda Manabí



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

Todos estos indicadores, son relevantes para el servicio de la discoteca, ya que la importancia del entorno social es tan determinante como el económico o financiero. Al fin y al cabo, serán las personas del entorno los que asistan, laboren o contribuyan en los procesos del catamarán.

3.5. Análisis de la oferta

Se necesita analizar la oferta y evaluar las fortalezas y debilidades del proyecto de inauguración de un catamarán de entretenimiento en la ciudad de Manta, con lo que se logrará diseñar estrategias para ventajas competitivas en el proyecto, siendo la matriz FODA la herramienta óptima para este fin.

El análisis FODA es un instrumento gerencial, que puede usarse en cualquier institución, ofrece una visión integral de la situación en la que se encuentra la organización. Determina los factores que influyen desde lo exterior convirtiéndose en oportunidades o

amenazas que condicionan el logro de las metas, de la misma manera, se permite hacer un análisis de los indicadores internos de la organización, como lo son las debilidades y fortalezas de la compañía (Martínez & Milla, 2012).

Con la combinación de los factores internos y externos, se puede establecer las circunstancias o situación a la que ha de enfrentarse la organización y las herramientas con que cuenta para abordarla.

3.5.1. Matriz FODA del mercado.

Actualmente en Manta no existe más de una oferta para el nicho de mercado al cual se está apuntando tanto para el servicio de discoteca como para los servicios de eventos en catamarán o turismo en el mismo. En la **Tabla 7** se muestra la matriz FODA creada para el proyecto.

3.5.1.1. Fortalezas.

- Es una oferta nueva en el mercado. No hay competencia directa que sea similar a la que se propone.
- Aparte de dar el servicio esperado en una discoteca, se va a dar espectáculos en vivo a bordo del catamarán, lo que le imprime un plus al servicio.
- El barco es propio. Es importante que las instalaciones pertenezcan a la compañía, pues de esta manera, se evitan problemas de arriendo.
- Personal capacitado. El personal que labore con el catamarán debe ser altamente capacitado para prestar los servicios del alto estándar que se ofrece y además cumplir con los cánones de seguridad asociados al funcionamiento de un bote.

3.5.1.2. Oportunidades.

- Incentivo del turismo como política pública. Luego del terremoto, desde el Municipio y el gobierno nacional se ha hecho hincapié en la necesidad del desarrollo del sector turístico en Manta.
- Mayoría de población adulta y/o joven. Este sector de la población es a quién va dirigido el desarrollo de una discoteca con las características particulares de estar en un catamarán.
- Necesidad de vida nocturna. Para las personas alrededor de los treinta años, con eso se le dará más ocupación al navío, no sólo por la discoteca sino por los espectáculos.

3.5.1.3. Debilidades.

- Tiempo de preparación de la jornada extenso. Al funcionar en un barco, la discoteca requerirá de mayor tiempo para alistar los detalles para cada jornada que se plantee, pues deberán incluir la revisión del barco y de los aspectos de seguridad de este, además de los elementos propios del entretenimiento.
- La inversión para las jornadas y los espectáculos es cuantiosa. Se propone ofrecer un servicio de alta gama, que implica el acondicionamiento de las instalaciones, la provisión de comidas, bebidas, música y transporte de primera calidad, lo que implica un gasto sustancial en cada jornada que se plantea.

3.5.1.4. Amenazas.

- Es grande la cantidad que se necesita invertir, esto más el servicio que se quiere brindar puede aumentar mucho los precios de venta de las entradas.

- Los clientes potenciales, en virtud de cualquier circunstancia pueden decidir no salir las noches esperadas y el porcentaje de ocupación por noche se verá disminuido.
- Puede ocurrir un desastre natural imprevisto que nos ponga en riesgo el catamarán o impida su servicio por un tiempo delimitado.

Tabla 7. Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Origen interno	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta nueva. • Instalaciones (catamarán) propias. • Espectáculos en vivo. • Personal capacitado. • Altos estándares de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación extensa de jornada. • Inversión de capital y costos operativos altos. • Manejo de la logística.
Origen Externo	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo del turismo. • Población adulta joven. • Demanda de servicios de vida nocturna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado nuevo. • Imprevisibilidad de la asistencia del público. • Crisis económica.

Elaboración propia

3.5.2. Competencia primaria.

Como ha sido mencionado en párrafos anteriores, no existe competencia primaria para este proyecto pues es la primera vez que se aborda este tipo de plan en la ciudad, que guarden

similitudes al tipo de servicios que se ofrecerá, y que se ha venido exponiendo en el presente ensayo.

3.5.3. Competencia secundaria.

Con respecto a este aspecto, cabe destacar que se abordaría los lugares de este tipo de entretenimiento que más o menos estén a la altura con características de lo planificado con este proyecto de catamarán discoteca, entre los cuales se pueden mencionar: Level Rooftop, On Club y Kiki Beach.

Estos establecimientos, pueden considerarse como competencia secundaria en base a estudios realizados sobre la tarifa que ellos manejan para sus servicios, ver **Tabla 8**, el segmento de mercado al que están dirigidos, aunque no se encuentra precisamente dirigidos a personas dentro del grupo etario al que está encaminado este proyecto, pero sí con relación a un grupo de personas de una clase económica media y alta.

Cabe resaltar que estos lugares solo ofrecen el servicio de entretenimiento, es decir que solo son discotecas con un menú de bebidas alcohólicas y de vez en cuando o en ocasiones especiales brindan espectáculos de música en vivo.

Tabla 8. Tarifas manejadas por competencia secundaria

	Level Rooftop	On Club	Kiki Beach
Cheque promedio por persona	\$50	\$45	\$45
Capacidad total	100 pax	100 pax	110 pax
Abierto 3 días a la semana	Sí	Sí	4 días a la semana

Fuente: Investigación de mercado

Elaboración propia

Cabe resaltar que estas tres discotecas están ubicadas en el sector de Barbasquillo, y Piedra Larga, lo cual también les da un extra pues son lugares estratégicos y donde se encuentra ubicada la mayoría de los lugares de mejor calidad, en cuanto al entretenimiento nocturno.

Para los tours que se van a ofrecer, no existe una agencia que ofrezca lo que el catamarán dará, es decir un tour en alta mar, bebidas y piqueos. Las competencias secundarias encontradas son:

- Playa El Murciélago.
- Cite tour.

El primer establecimiento son vendedores individuales que ofrecen un tour en lancha por el mar. El segundo ofrece piqueos, pero sus circuitos turísticos son en tierra. Estos establecimientos son considerados competencia secundaria por el servicio que ofrecen.

Por otro lado, también es importante mencionar a la competencia secundaria de los lugares que ofrecen servicios para celebraciones de bodas civiles y eventos:

- Hoteles: Hotel Sail Plaza, Hotel Oro Verde, Hotel Howard Johnson, Hotel Poseidón.
- Montecristi Golf Club.

Estos lugares son los que actualmente ofrecen sus espacios para celebrar las bodas civiles de un público igual al que se plantea en este proyecto, es decir personas de una clase social media y alta y de un rango de edad que oscila entre los veintisiete años en adelante. Cabe resaltar que según la investigación de mercado que se realizó, estos lugares ofrecen diversos tipos de paquetes a los interesados en los cuales pueden incluir o no decoración, comida, música o simplemente el espacio para realizar la recepción.

Por otra parte, la ubicación de estos lugares es importante, ya que los hoteles se encuentran en Barbasquillo, salvo el Oro Verde pues este está ubicado en el Malecón y Montecristi Golf Club, como su nombre indica asentado en Montecristi, con una distancia aproximada de 20 minutos del centro de la ciudad. Cabe resaltar, que estos lugares no se dedican exclusivamente a brindar este tipo de servicios para fiestas o celebraciones, sino más bien como una actividad extra que realizan en función de aumentar sus ingresos.

La manera común en que todos estos lugares, tanto discotecas como los que ofrecen servicio a fiestas y tours, hacen publicidad es mediante redes sociales y además por sus páginas web.

3.6. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda determina los factores que influyen en el comportamiento del mercado, con lo que se pretende prescribir la factibilidad del proyecto que se plantea, a fin de estimar las posibilidades de participar de forma exitosa en el mercado, que, para el caso, se fundamenta en la apertura de un catamarán de entretenimiento.

En la demanda pueden llegar a influir ciertos factores, ver **Tabla 9**, que al someterles a un análisis permitirán comprender la demanda de forma integral con relación al servicio del catamarán, como los expresados a continuación:

Tabla 9. Factores que influyen en la demanda

Temporalidad	La disponibilidad de los servicios incidirá en la demanda, al disminuir los días de espectáculo será mucho más exclusivo, siendo que para los feriados la demanda puede ser mayor, obligando a programar más días por semana respecto a la temporada baja.
Moda	Este factor incidirá de forma directa, en virtud de la exclusividad del servicio. Cuando un local está de moda, recibe publicidad de forma casi espontánea, a lo que contribuyen las redes sociales. Cosa contraria ocurre cuando un establecimiento pasa de moda, las personas dejan de asistir. Esto llama a que se hagan los máximos esfuerzos para que el catamarán se mantenga en moda y en alta estima de sus clientes.
Preferencias	Hay personas selectas y exigentes, que tienen preferencia por lugares como un bote, por encima de asistir a un bar, cine u otro lugar.
Precios	A medida que los precios se incrementan, la demanda bajará, lo que se busca es que exista un equilibrio entre los precios de los servicios y la demanda.

Fuente: (Keat & Young, 2014).

Elaboración propia

Con respecto a la temporalidad, los meses en que más turistas locales llegan a la ciudad de Manta son julio, agosto, diciembre y en los feriados, la mayor concurrencia de turistas nacionales es en carnaval, Semana Santa y año nuevo. Siendo que la temporada de cruceros inicia en los primeros días de agosto hasta octubre, por lo que se considera que estas fechas son de temporada alta y, por ende, habrá más demanda.

3.6.1. Universo de estudio.

Para la sección de la discoteca el universo de estudio es de 48,066 personas que corresponde a individuos entre veintisiete y cincuenta y nueve años, de clase media a clase media alta, representando un 21.2 % de la población total de Manta.

Con la siguiente formula se sacará el número de encuestas que se necesitan para tener una confiabilidad del 95% con un margen de error del 5% tomando la fórmula de cálculo de muestra, cuando se conoce el tamaño de la población (Pickers, 2015):

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + K^2 * p * q}$$

- N = Tamaño del Universo o población. (48.066)
- n = Tamaño de la muestra.
- e = Error en la muestra (0,05)
- p = Éxito (0,5)
- q = Fracaso (0,5)
- K = Nivel de confianza 95% (1,96)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 48.066}{0,05^2 * (48.066 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 48.066}{0,0025 * 48.065 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

n=381

Este resultado indica que, para el segmento de la discoteca, se necesita hacer 381 encuestas para obtener un resultado confiable (ver Anexo 2).

Para precisar las cantidades estimadas se establece otro universo de estudio, que corresponde a la demanda de turistas nacionales o extranjeros y su interés en el nuevo servicio planteado, de visitar las playas de Manta en un catamarán acompañado de buena música, bebidas y piqueos. Para esto se utilizará la fórmula correspondiente a la población infinita, en virtud que la población a encuestar es superior a las 100.000 personas:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Con esta se podrá conocer la cantidad de encuestas por realizar y partiendo de los resultados, se tabulará el resultado de la demanda probable del servicio, siendo los indicadores:

Tamaño del Universo o población. (100.000)

- n = Tamaño de la muestra.
- e = Error en la muestra (0,05)
- p = Éxito (0,5)
- q = Fracaso (0,5)
- Z = Nivel de confianza 95% (1,96)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5}{0,0025}$$

n=384

Este resultado pone de manifiesto la necesidad de aplicar hasta 384 encuestas para que los resultados sean confiables (ver Anexo 3).

Un tercer universo de estudio es necesario para el servicio de eventos. Al buscar el mismo rango de edades y clase social en la ciudad de Manta, el universo obtenido fue el mismo, es decir 48,066 personas, lo que representa el 21.2% de la población.

La siguiente fórmula, mostrará el número de encuestas que se necesitan para obtener un nivel de confianza del 95% en la población señalada. El margen de error será del 5% (Pickers, 2015):

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + K^2 * p * q}$$

- N = Tamaño del Universo o población. (48.066)
- n = Tamaño de la muestra.
- e = Error en la muestra (0,05)
- p = Éxito (0,5)
- q = Fracaso (0,5)
- K = Nivel de confianza 95% (1,96)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 48.066}{0,05^2 * (48.066 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 48.066}{0,0025 * 48.065 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

n=381

Con este resultado, se llegó a la conclusión, que para el mercado de eventos se necesita un total de 381 encuestas para un resultado confiable (ver Anexo 4).

3.6.2. Resultados.

Se realizó una encuesta de forma virtual, completando con encuestas aplicadas de forma personal, en las cuales se formularon una serie de preguntas, que permitan descifrar lo que las personas esperan de este tipo de sitios para el entretenimiento nocturno y la aceptación de la variante marítima para una discoteca.

Encuesta: **Catamarán Show & Disco**

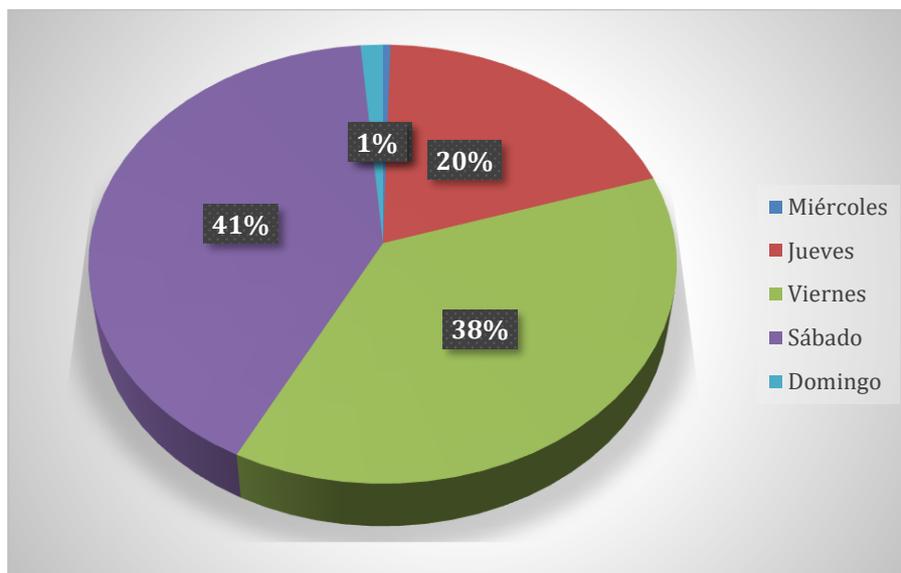
Pregunta número 1: ¿Qué días prefieres salir a una discoteca?

Tabla 10. Encuesta 1 – Pregunta 1

Día	Cantidad
Miércoles	3
Jueves	131
Viernes	251
Sábado	275
Domingo	9

Elaboración propia

Los datos arrojados, pueden representarse gráficamente de la siguiente forma:

Gráfico 2. Días preferidos para ir a la discoteca**Elaboración propia**

Como pudo demostrarse en el gráfico anterior, el día preferido para asistir a discotecas es el sábado, con un resultado de 275 lo que representa un 41% siendo que le sigue el viernes con 251 de resultado, lo que se traduce en el 38% de predilección entre los encuestados, siendo que el día menos aceptado es el miércoles con sólo 1%. Lo que es un indicador para los planes y promociones que se pretenden ofertar en el catamarán. En esta pregunta, se podía responder más de un día por lo que los porcentajes mostrados son la representación de las respuestas a un 100%.

Pregunta número 2: ¿Con qué frecuencia vas a una discoteca?

Tabla 11. Encuesta 1 – Pregunta 2

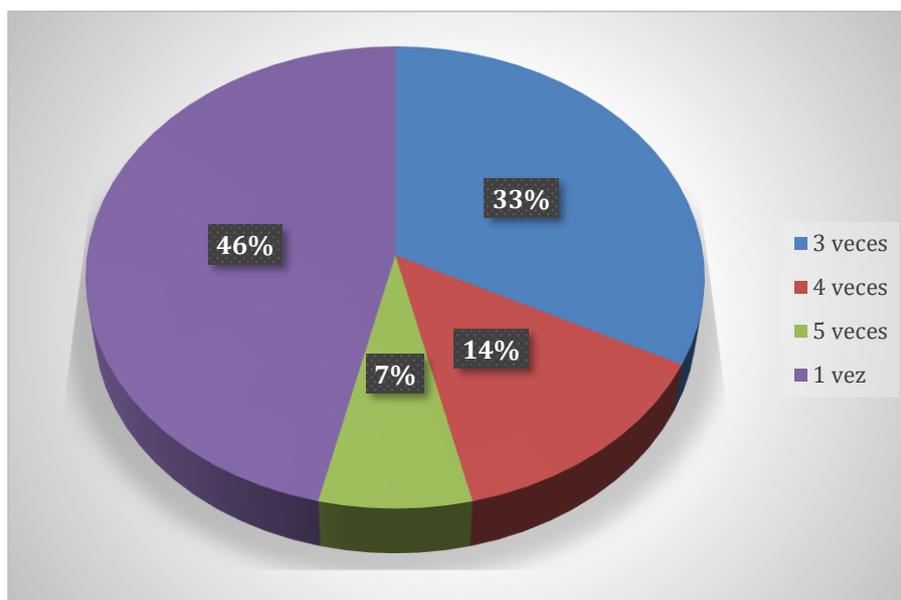
Asistencia	Cantidad
3 veces al mes	125
4 veces al mes	53
5 veces al mes o más	28

1 vez al mes	178
--------------	-----

Elaboración propia

Los datos arrojados, pueden representarse gráficamente de la siguiente forma:

Gráfico 3. Frecuencia asistencia a discoteca



Elaboración propia

De acuerdo con los resultados del gráfico anterior 178 personas encuestadas manifestaron asistir a discotecas por lo menos una vez al mes, lo que equivale al 46%, mientras que 125 personas expresaron su asistencia al menos 3 veces al mes, lo que representa un 33%. Demostrando, esta población encuestada, una asistencia regular a centros nocturnos.

Pregunta número 3: ¿Cuánto dinero promedio gastas en una noche de diversión?

Tabla 12. Encuesta 1 – Pregunta 3

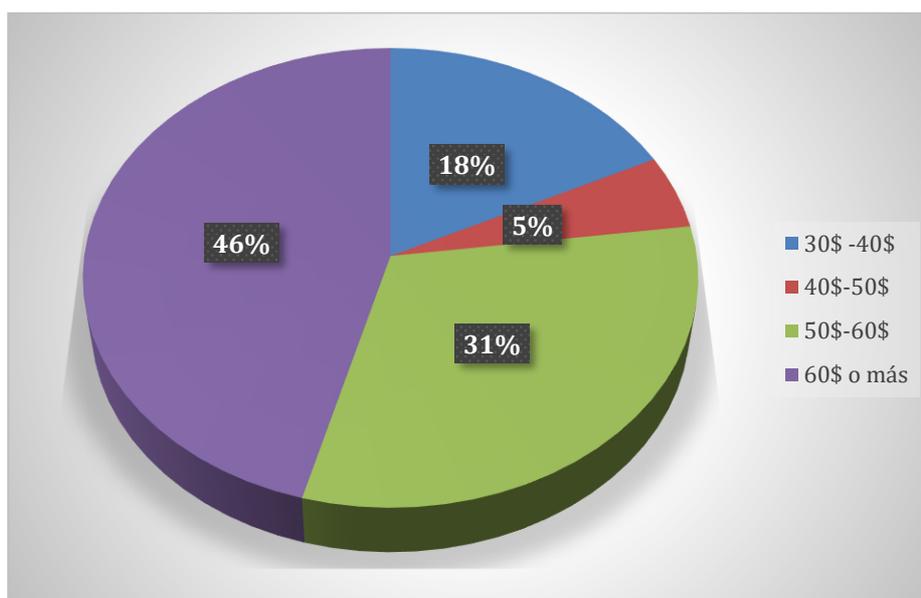
Monto	Cantidad
\$30 - \$40	65
\$40 - \$50	19

\$50 - \$60	115
\$60 o más	168

Elaboración propia

Los datos arrojados, pueden representarse gráficamente de la siguiente forma:

Gráfico 4. Gastos en diversión



Elaboración propia

De acuerdo con los resultados arrojados en esta pregunta, el 46% de las personas encuestadas expresan que gastan \$60 o más en una noche para divertirse, por otra parte, un grupo de 65 personas resulta ser más conservadora y mantiene sus gastos entre 30 y 40 dólares lo que arroja un 18%, siendo que el 31% de los encuestados expresa gastar de \$50 a \$60 por una noche de diversión. Esto es un indicador importante, porque el servicio que se pretende ofrecer va dirigido a personas con capacidad y disponibilidad para gastar en servicios de entretenimiento VIP.

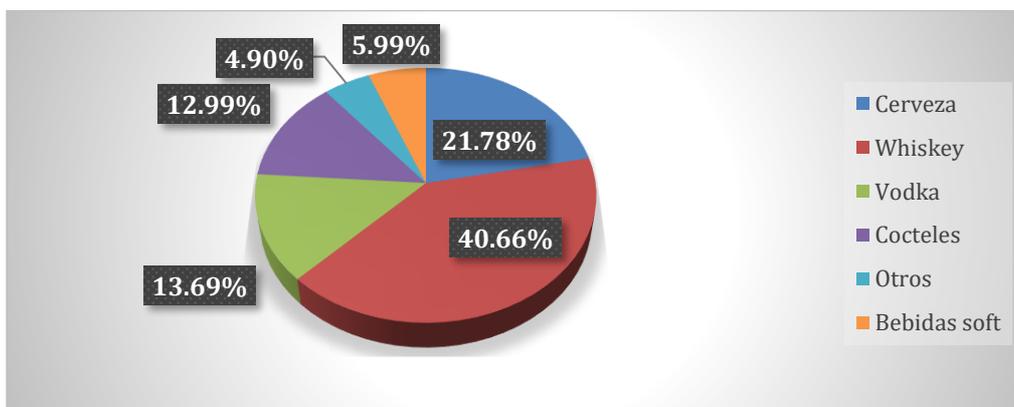
Pregunta número 4: ¿Qué bebidas consumes más en un club?

Tabla 13. Encuesta 1 – Pregunta 4

Monto	Cantidad
Cerveza	84
Whiskey	157
Vodka	53
Cocteles	50
Otros	19
Bebidas <i>soft</i>	23

Elaboración propia

Los datos arrojados, pueden representarse gráficamente de la siguiente forma:

Gráfico 5. Preferencia de bebidas

Elaboración propia

Como pudo demostrarse en el gráfico anterior, la bebida más popular entre los encuestados es el whiskey, ya que 157 de ellos manifiestan preferir esta bebida, lo que significa un 40.7% del total, mientras que 84 personas manifiestan su preferencia por la cerveza que implica un 21.8%, seguido del vodka que alcanzó hasta un 13.7% de la preferencia entre los

encuestados, seguido de los cocteles que es preferido por 50 de los encuestados lo que representa un 13.00% del universo abordado.

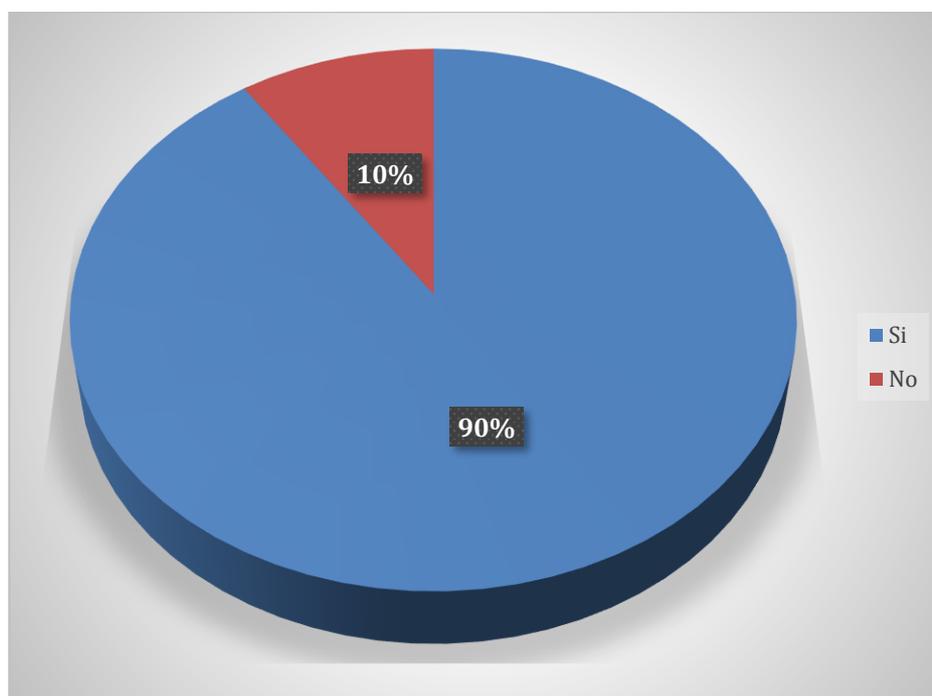
Pregunta número 5: ¿Te interesaría una discoteca en alta mar?

Tabla 14. Encuesta 1 – Pregunta 5

Sí	369
No	18

Elaboración propia

Gráfico 6. Interés en alta mar



Elaboración propia

Con las respuestas dadas a esta pregunta, puede evidenciarse que 369 de los encuestados expresan su interés en actividades de entretenimiento en alta mar, lo que representa un 90% de la muestra abordada, mientras que al contrario un 10% expresan no tener interés en

tales actividades. Esto constituye un excelente indicador de la preferencia de las personas por actividades que representen la navegación y el entretenimiento.

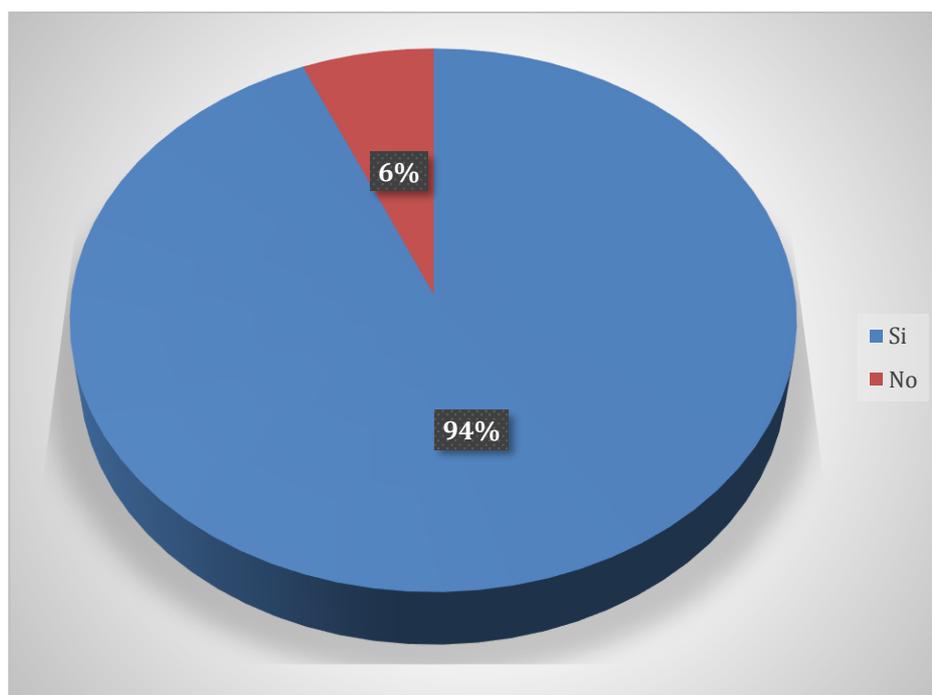
Pregunta número 6: ¿Estarías dispuesto a pagar un poco más por una discoteca más exclusiva con *shows* en vivo en un catamarán?

Tabla 15. Encuesta 1 – Pregunta 6

Sí	364
No	25

Elaboración propia

Gráfico 7. Disposición a la exclusividad



Elaboración propia

Como pudo demostrarse en el gráfico anterior, las personas encuestadas se encuentran plenamente consciente de la necesidad de invertir un poco más en actividades que signifiquen exclusividad, lo que fue expresado por 364 personas de las 381 de la muestra, alcanzando un

94% del universo, mientras que el 6% no considera el pago por servicios de exclusividad en un catamarán. Las cifras demuestran que las personas abordadas están familiarizadas con el hecho de un servicio distintivo y un costo proporcional al mismo.

Encuesta: **Turismo en Alta Mar**

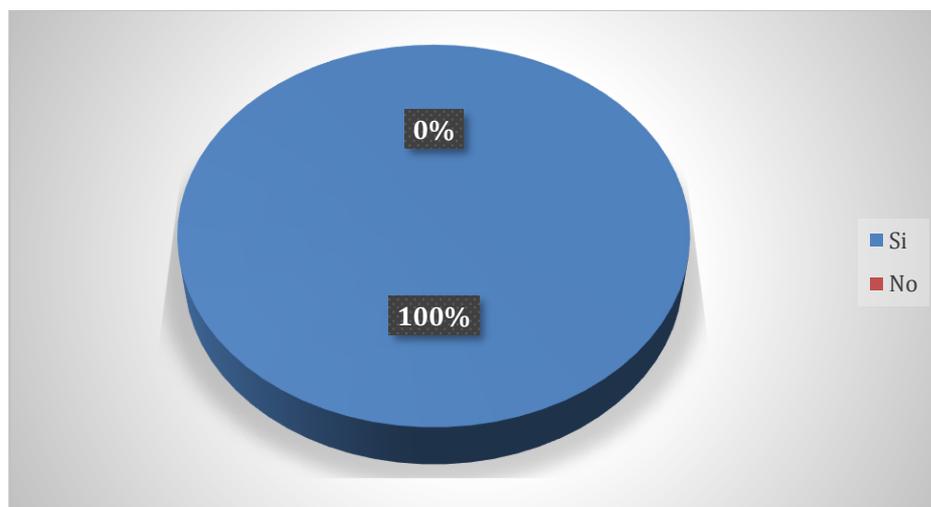
Pregunta número 1: ¿Te gustaría participar de tours en un catamarán?

Tabla 16. Encuesta 2 – Pregunta 1

Sí	405
No	0

Elaboración propia

Gráfico 8. Gusto por el tour



Elaboración propia

Visto el gráfico anterior donde se demuestra que 405 de las personas encuestadas, se complacerían en participar en un tour a bordo de un catamarán, representando el 100%, lo que es un excelente indicador para los planes y promociones que se pretenden ofertar en el catamarán.

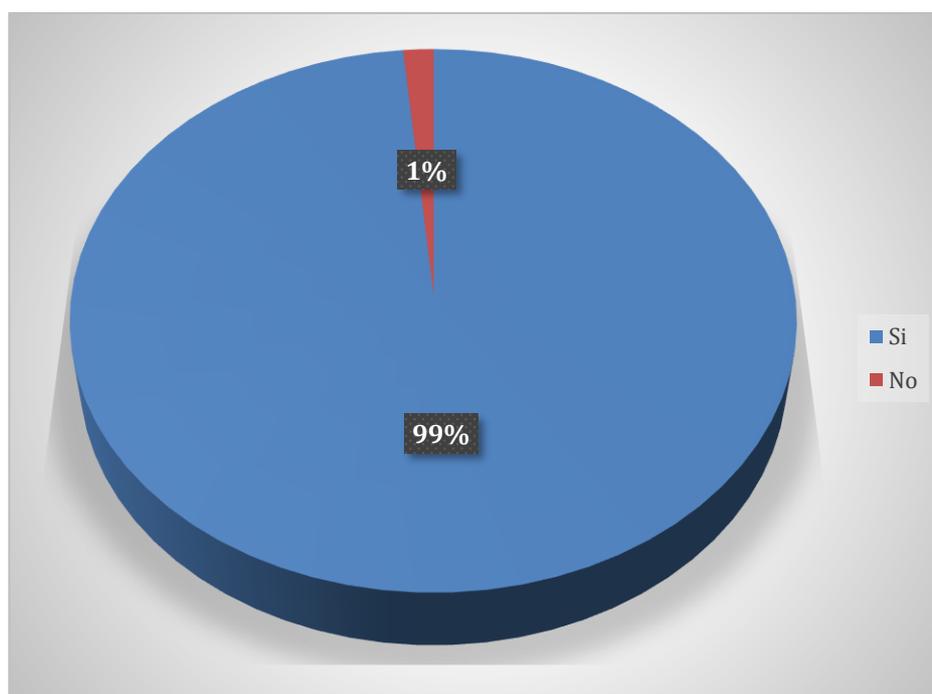
Pregunta número 2: Durante este tour mencionado, ¿te gustaría recibir piqueos?

Tabla 17. Encuesta 2 – Pregunta 2

Sí	399
No	6

Elaboración propia

Gráfico 9. Preferencia por piqueos



Elaboración propia

Como pudo demostrarse en el gráfico anterior, esta pregunta va dirigida a los piqueos a bordo del catamarán, siendo que 399 manifestaron su preferencia por recibir piqueos durante el paseo a bordo del bote, lo que representa un 99% del universo encuestado, mientras que solo el 1% manifestó no tener interés en recibir piqueos durante el viaje. Esto indica la necesidad de organización de provisión de alimentos durante el viaje que sirvan para este propósito. Punto para tener en cuenta al elaborar las promociones y los servicios de catering.

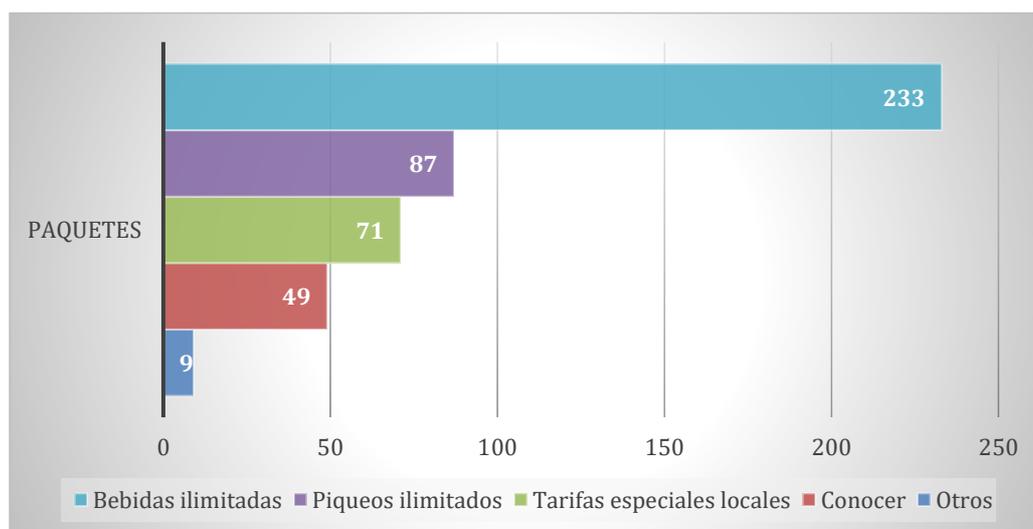
Pregunta número 3: ¿Qué tipos de paquetes te atraerían más?

Tabla 18. Encuesta 2 – Pregunta 3

Tipo	Cantidad
Bebidas ilimitadas	233
Piqueos ilimitados	87
Tarifas especiales para locales	71
Tiempo libre para conocer	49
Otros	9

Elaboración propia

Gráfico 10. Paquetes más atractivos



Elaboración propia

De acuerdo con los resultados 233 personas encuestadas lo que representa el 57.5% de las abordadas prefieren paquetes de bebidas ilimitadas, por encima de las 71 que prefieren tarifas especiales para locales con un 17.5%. Esto servirá al momento de estructurar los planes

y paquetes que se puedan ofrecer a los usuarios del catamarán, respecto a lo que esperan los posibles clientes, para tomar la decisión de embarcarse.

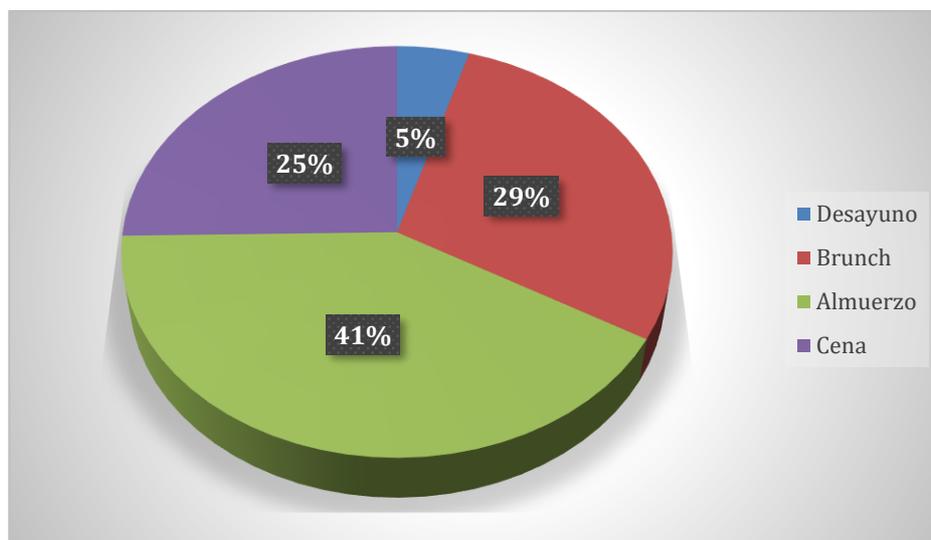
Pregunta número 4: ¿En qué horarios preferirías tomar este tour?

Tabla 19. Encuesta 2 – Pregunta 4

Tipo	Cantidad
Desayuno	30
<i>Brunch</i>	185
Almuerzo	267
Cena	163

Elaboración propia

Gráfico 11. Preferencia de horarios



Elaboración propia

Las respuestas a esta pregunta hacen determinar las preferencias de horarios para realizar el tour en el catamarán, siendo que 185 personas prefieren paseos a la hora del Brunch o a media mañana, lo que equivale al 29% del total, por otra parte 267 manifiestan que prefieren

un paseo a la hora del almuerzo lo que alcanzó un 41% de la muestra total. Lo que es un indicador para la planificar el inicio, transcurso y final de los tours.

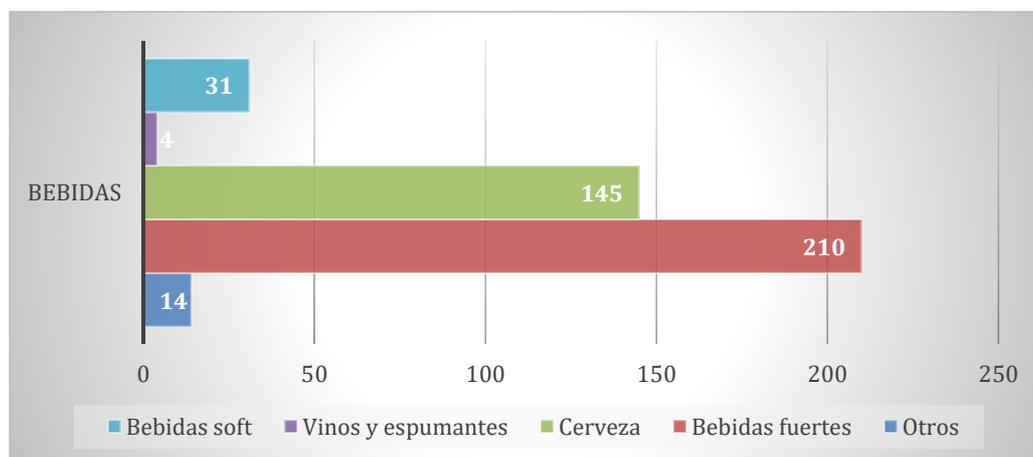
Pregunta número 5: ¿Qué tipo de bebidas te interesaría?

Tabla 20. Encuesta 2 – Pregunta 5

Tipo	Cantidad
Bebidas <i>soft</i>	31
Vinos y espumantes	4
Cerveza	145
Bebidas fuertes	210
Otros	14

Elaboración propia

Gráfico 12. Tipos de bebidas preferidas



Elaboración propia

Como pudo demostrarse en el gráfico anterior, las bebidas preferidas en un tour por 210 de las personas encuestadas son las bebidas fuertes como el whiskey, tequila, vodka, mientras

que 145 de los sujetos encuestados se inclinan por la cerveza. Estas son preferidas por encima de las bebidas *soft* o los vinos y espumantes.

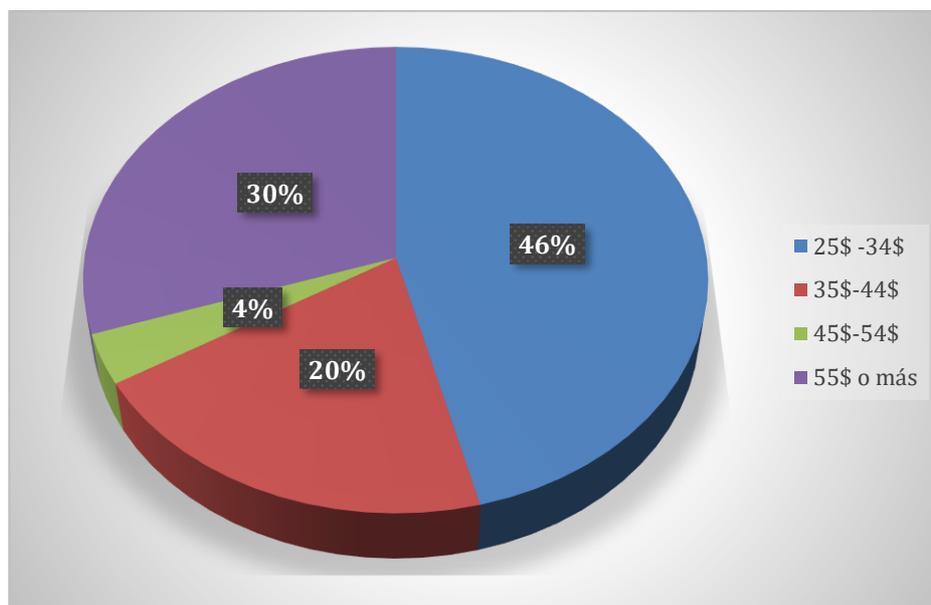
Pregunta número 6: ¿Cuánto gastarías por un tour en alta mar con comida y bebida?

Tabla 21. Encuesta 2 – Pregunta 6

Rango de precio	Cantidad
\$25 - \$34	186
\$35 - \$44	82
\$45 - \$54	14
\$55 o más	122

Elaboración propia

Gráfico 13. Disposición de gasto en alta mar



Elaboración propia

Como pudo demostrarse en el gráfico anterior, la disposición de gasto en un 46% se encuentra en el rango de \$25- \$35 seguido por el 30% de los encuestados que exponen estar

dispuestos a pagar más de \$55 por la comida y bebida en un tour en alta mar, poniendo en evidencia la disposición de las personas a pagar por el servicio de alimentación en un tour en catamarán de lujo.

Encuesta: **Eventos en Alta Mar**

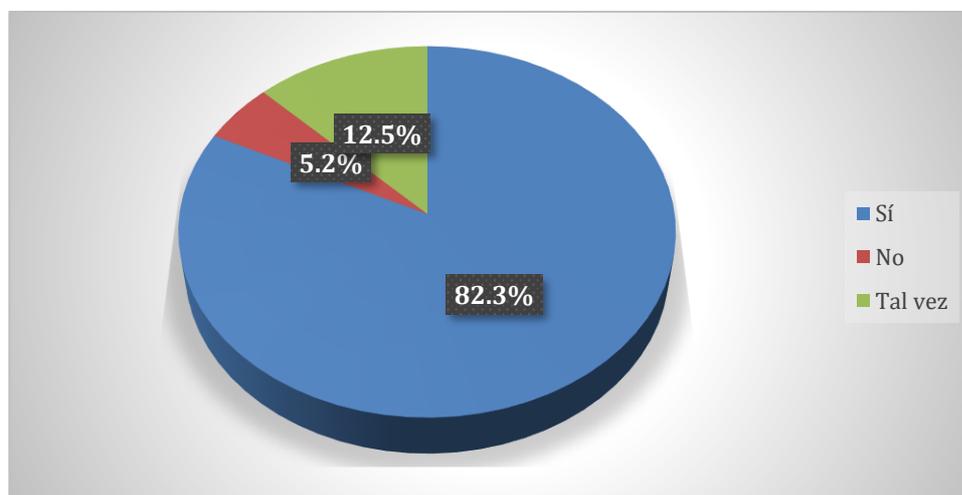
Pregunta número 1: ¿Te gustaría un evento a bordo de un catamarán?

Tabla 22. Encuesta 3 – Pregunta 1

Opción	Porcentaje
Sí	82,3%
No	5,2%
Tal vez	12,5%

Elaboración propia

Gráfico 14. Gusto por Evento



Elaboración propia

Según estos datos, el 82.3% de la población encuestada le gustaría un evento en alta mar, lo cual representa un porcentaje más de la mitad por lo cual es una buena idea incluirlo en los servicios prestados basándose en la percepción de la población.

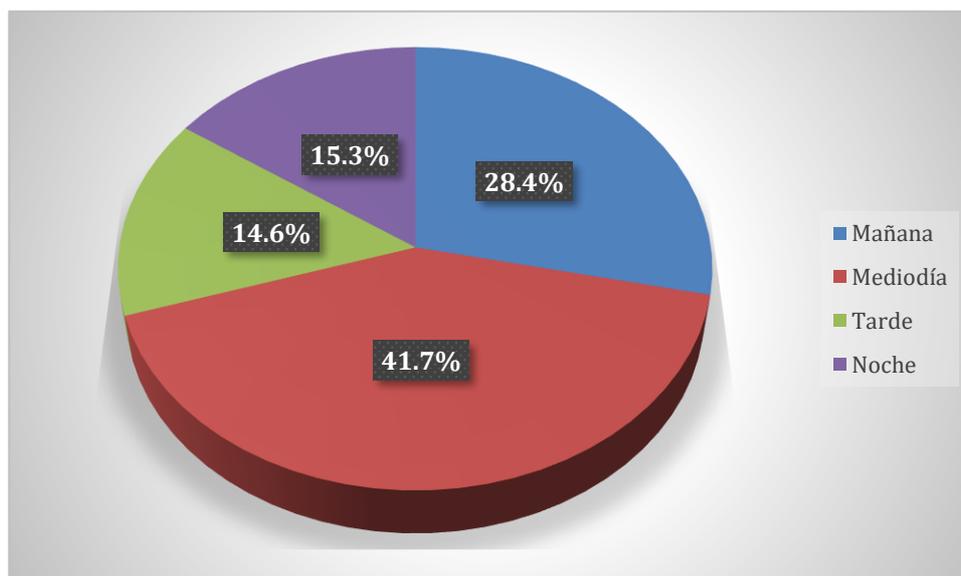
Pregunta número 2: ¿En qué horario preferirías comenzar tu evento?

Tabla 23. Encuesta 2 – Pregunta 2

Día	Porcentaje
Mañana	28,4%
Mediodía	41,7%
Tarde	14,6%
Noche	15,3%

Elaboración propia

Gráfico 15. Preferencia de horario



Elaboración propia

De acuerdo con los datos arrojados en esta pregunta, el 41.7% se inclina por un horario de mediodía, mientras que el 28.4% de las personas por un horario de mañana, lo cual entre los dos suman la mayor parte de la población que se inclina por eventos en el día lo que realmente beneficia al proyecto pues en las noches seguirá con su propósito inicial.

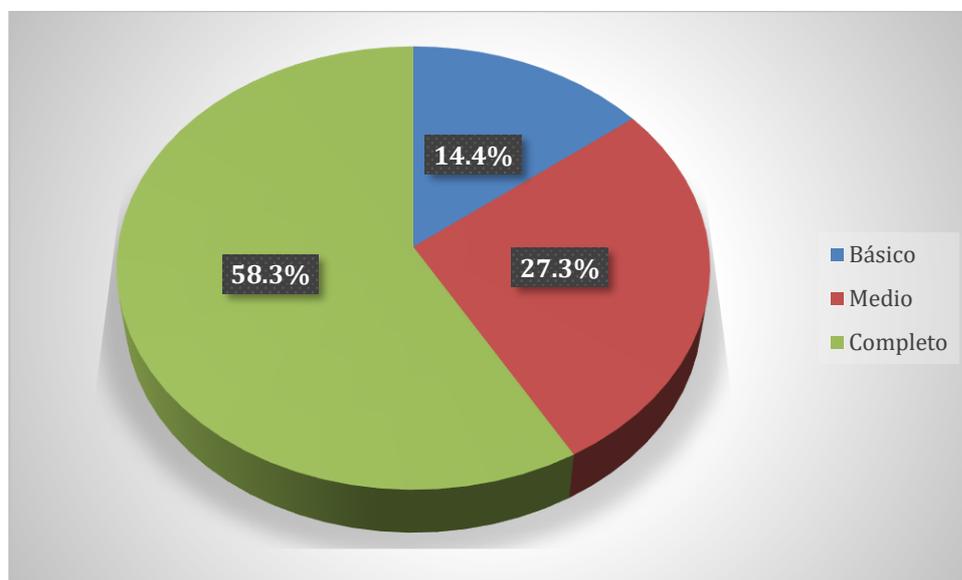
Pregunta número 3: ¿Qué tipo de paquetes te interesaría más?

Tabla 24. Encuesta 2 – Pregunta 3

Paquete	Porcentaje
Básico	14,4%
Medio	27,3%
Completo	58,3%

Elaboración propia

Gráfico 16. Preferencia de Paquete



Elaboración propia

Según estos datos, la población encuestada se inclina por un paquete completo, es decir donde está incluido todo como es la decoración, catering y música lo que indica que la gente

prefiere pagar un poco más por todo incluido como fin de ahorrar tiempo, sin embargo, hay un porcentaje del 14.4% que indica que preferirían solo un paquete básico lo que se deduce que serían personas que están interesadas en eventos más simples como un cumpleaños.

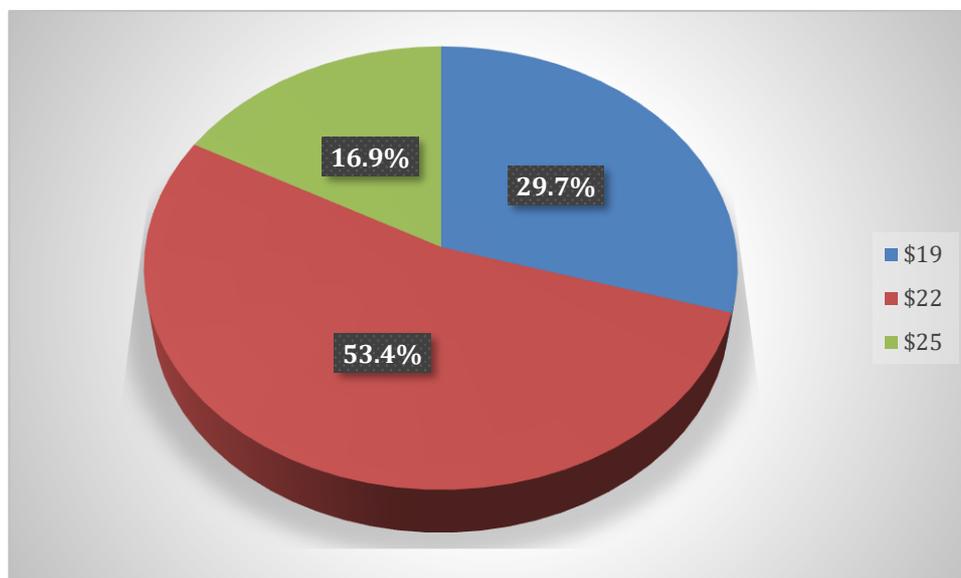
Pregunta número 4: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por persona en un paquete básico?

Tabla 25. Encuesta 2 – Pregunta 4

Precio	Porcentaje
\$19	29,7%
\$22	53,4%
\$25	16,9%

Elaboración propia

Gráfico 17. Precios – Paquete Básico



Elaboración propia

De acuerdo con los datos, el 53.4% de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$22 por un paquete básico para eventos, lo cual es de mucha información a la hora de establecer los precios.

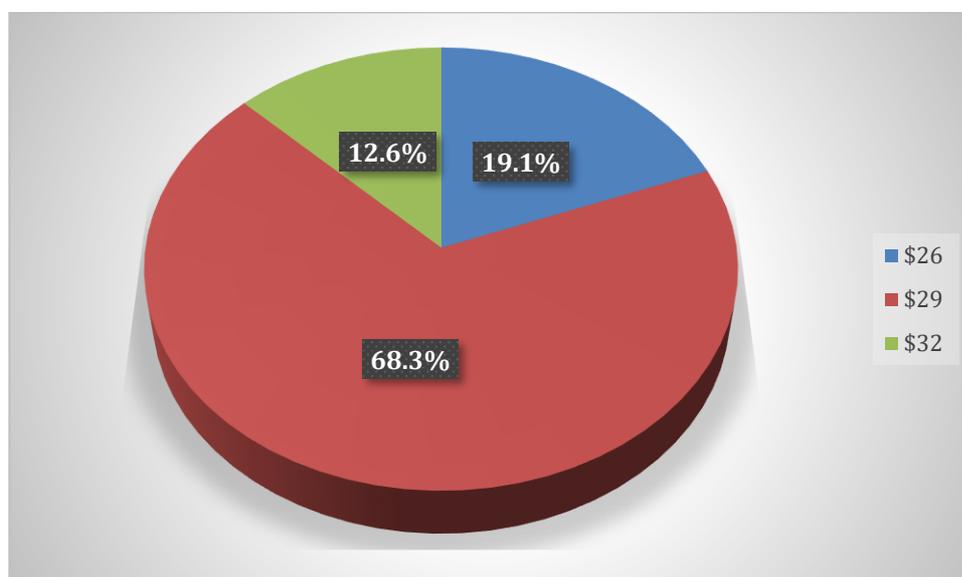
Pregunta número 5: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por persona en un paquete medio?

Tabla 26. Encuesta 2 – Pregunta 5

Día	Porcentaje
\$26	19.1%
\$29	68.3%
\$32	12.6%

Elaboración propia

Gráfico 18. Precios – Paquete Medio



Elaboración propia

Más de la mitad de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$29 por un paquete medio, lo que indica que la población de Manta no está dispuesta a escatimar dinero para un evento en un lugar completamente novedoso.

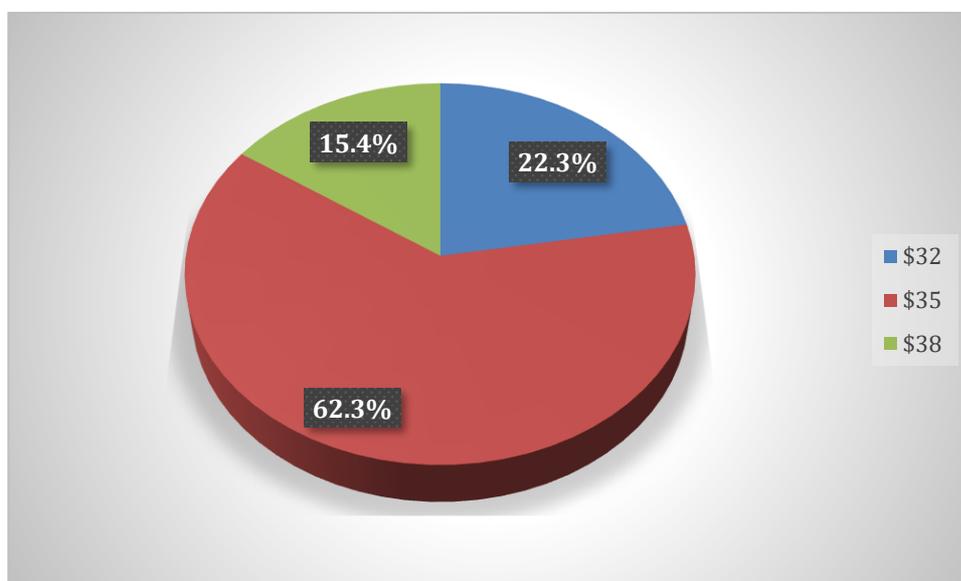
Pregunta número 6: ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por persona en un paquete completo?

Tabla 27. Encuesta 2 – Pregunta 6

Día	Porcentaje
\$32	22,3%
\$35	62,3%
\$38	15,4%

Elaboración propia

Gráfico 19. Precios – Paquete Completo



Elaboración propia

Y por último está el precio dispuesto a pagar por las personas por un paquete completo el cual según los resultados es de \$35 según el 62.3%, lo que quiere decir que éste sería el precio referencia tope al momento de analizar el precio de venta basándose una parte en estos datos y por su puesto sin olvidar a la competencia.

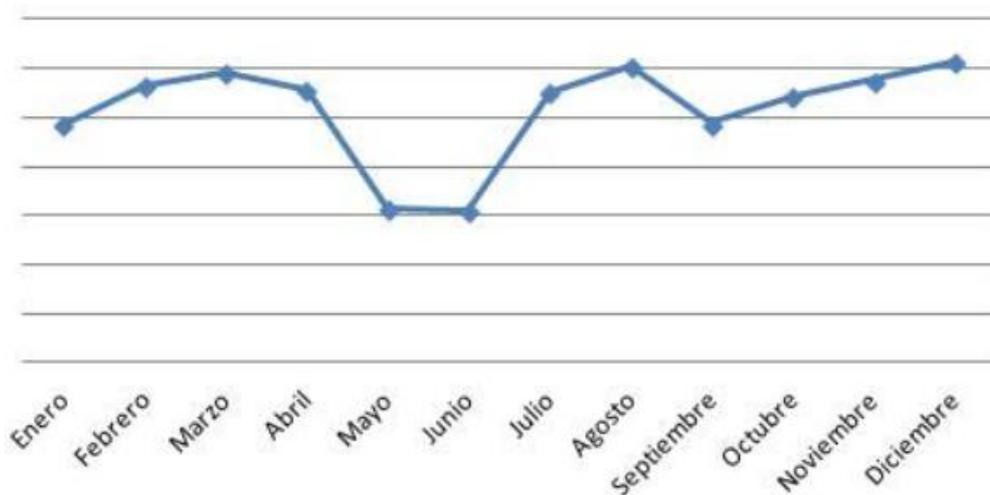
Estos resultados son muy importantes de tomarlos en cuenta a la hora de realizar la proyección de ventas pues serán de gran ayuda para poder estimar el cheque promedio y la ocupación de los diferentes servicios anuales y mensuales. A pesar de esta valiosa información, se considera de gran relevancia también tomar en cuenta el calendario de feriados y los meses de temporada alta y baja. Así se obtiene lo siguiente:

Tabla 28. Factores Temporales que Influyen la Ocupación - Mensual

ENERO	Año nuevo	Temporada baja
FEBRERO	Vacaciones de la Costa	Temporada alta
MARZO	Carnaval Vacaciones de la Costa	Temporada alta
ABRIL	Semana Santa	Temporada alta
MAYO	Batalla del Pichincha Día del trabajo	Temporada baja
JUNIO	Provincialización de Manabí	Temporada baja
JULIO	Vacaciones de la Sierra	Temporada alta

AGOSTO	<p>Vacaciones de la Sierra</p> <p>Grito de Independencia</p> <p>Periodo de ballenas</p> <p>Cruceros</p>	Temporada alta
SEPTIEMBRE	<p>Cruceros</p> <p>Periodo de ballenas</p>	Temporada media
OCTUBRE	<p>Cruceros</p> <p>Fiestas de Guayaquil</p> <p>Fiestas del comercio</p>	Temporada alta
NOVIEMBRE	<p>Difuntos</p> <p>Independencia de Cuenca</p> <p>Fiestas de Manta</p>	Temporada alta
DICIEMBRE	<p>Navidad</p> <p>Año viejo</p>	Temporada alta

Elaboración propia

Gráfico 20. Feriados y Temporadas

Elaboración propia

Con esta información ya se puede realizar un pronóstico más acertado en cuanto al porcentaje de ocupación que tendrán los diferentes servicios a ofrecer, los cuales serán presentados en la parte financiera del proyecto.

3.7. Pronóstico de costos y gastos departamentales

Se separó en tres partes el catamarán por los servicios que ofrece, es decir, una es la discoteca, otra es el tour y la última los eventos. Para la discoteca se calcularon los gastos de las bebidas que se gastarían mensualmente y se dio un valor de \$18,532.71, este valor se da por la calidad de bebidas que se ofrecen. Otro costo es el de admisión, este incluye la cotización mensual de los brazaletes que serán entregados al entrar a la discoteca mostrando el tipo de servicio que deben recibir, tendrán un costo de \$210. En el caso de la discoteca, la nómina da un valor mensual de \$2.639.57, este valor corresponde a una nómina de eventuales. El siguiente costo es el de entretenimiento por \$2.140 que están distribuidos por una presentación de una banda en vivo, una presentación artística y el DJ tocando el resto de los días incluyendo el de

la presentación artística. Los otros gastos incluyen una variedad de productos de limpieza, suministros, costos de transporte para el personal y un aporte mensual para el reclutamiento y capacitación que se hará una vez que el plazo de los contratos eventuales caduque, todo eso representa un valor de \$603.03. Para costos y gastos de la discoteca se va a pagar un total de \$24,125.31 mensual. Ver **Tabla 29**.

Para el tour, el costo de bebidas es de \$18,532.71 y admisión de \$210 es el mismo de la discoteca por los mismos factores. En los otros gastos, se agrega un guía turístico para que explique el circuito recorrido y el costo de transporte es menor por ser en el día y tener menos nómina, dando un costo total de \$1,395.03. Se contratará un servicio de comidas que brindará piqueos y personal de apoyo por un costo de \$1,700. La nómina tendrá un valor de \$1,908.20 al ser compartida con los eventos. El tour tendrá un total de costos y gastos de \$23,754.94 al mes.

El costo de bebidas, tanto en la discoteca como en el tour, fue obtenido en relación con los porcentajes de ocupación mensuales en ambos servicios. No se puede poner un valor fijo para las bebidas, ya que depende de la ocupación la cantidad que se compre. Se analizaron los costos mensuales y se sumaron para obtener el valor anual. En el Anexo 5, se puede ver que el total anual para ambos servicios es de \$444,784.95. A este valor mencionado, se los divide para los dos servicios indicados y para los doce meses del año y se obtiene el valor mostrado en la **Tabla 29** de \$18,532.71.

Para los eventos, se tendrá los mismos gastos que en la discoteca por lo que el valor será de \$603,03. La nómina es la misma que en el tour por lo que el costo es de \$1,908.20. Los costos y gastos de los eventos mensualmente son de \$2,511.23.

Para los siguientes gastos no distribuidos se tiene solo el valor de la nómina en tres casos. El primero es de administración con un total de \$1,381.09 lo que representa el sueldo del administrador general y del asistente administrativo. El segundo caso es el pago por honorarios, esto se le hace a contabilidad con un pago de \$100 y a mercadeo con un costo de nómina de \$100; mercadeo, también paga otros gastos por \$20, que es un pago anual de la página web dividido en meses para cotizar mejor su pago. El tercer caso son pagos tercerizados, se van a realizar estos contratos para los departamentos de legal, con una nómina de \$500, recursos humanos, con una nómina de \$400, y seguridad, con una nómina de \$2,194.06; la seguridad estará a bordo del catamarán en todas sus horas de apertura al público y, el contrato contará con dos personas. El mantenimiento y el combustible son servicios que serán proporcionados por el puerto de manta. El valor de \$496.56 asegura el mantenimiento del barco, tanto exterior como interior y busca el continuo funcionamiento de su maquinaria. El costo de \$5,155.36 da al barco el combustible necesario para que el catamarán marche correctamente.

Los costos y gastos tanto para los servicios como para los gastos no distribuidos son calculados mensualmente. El IVA ya está incluido en los costos totales.

Tabla 29. Costos y Gastos Departamentales

COSTOS Y GASTOS DEPARTAMENTALES	VALORES
<i>DISCOTECA</i>	
Costo de venta Bebidas	\$ 18,532.71
Costo de venta Admisión	\$ 210.00
Nómina	\$ 2,639.57
Entretenimiento	\$ 2,140.00
Otros gastos	\$ 603.03
Total	\$ 24,125.31
<i>TOURS</i>	
Costo de venta Bebidas	\$ 18,532.71

Catering	\$	1,700.00
Costo de venta admisión	\$	210.00
Nómina	\$	1,908.20
Otros gastos	\$	1,395.03
Total	\$	24,125.31
<i>EVENTOS</i>		
Nómina	\$	1,908.20
Otros gastos	\$	603.03
Total	\$	2,511.23
<i>GASTOS NO DISTRIBUIDOS</i>		
<i>ADMINISTRACIÓN</i>		
Nómina	\$	\$1,381.09
Total	\$	1,381.09
<i>LEGAL</i>		
Nómina	\$	500.00
Total	\$	500.00
<i>CONTABILIDAD</i>		
Nómina	\$	100.00
Total	\$	100.00
<i>RECURSOS HUMANOS</i>		
Nómina	\$	400.00
Total	\$	400.00
<i>MERCADEO</i>		
Nómina	\$	100.00
Otros gastos	\$	20.00
Total	\$	120.00
<i>SEGURIDAD</i>		
Nómina	\$	2,194.06
Total	\$	2,194.06
<i>MANTENIMIENTO</i>		
Otros gastos	\$	456.96
Total	\$	456.96
<i>COMBUSTIBLE</i>		
Combustible	\$	4,603.00
Otros gastos	\$	552.36
Total	\$	5,155.36

Elaboración propia

3.7.1. Costos proyectados.

Se usó la información de las encuestas para crear la proyección de los costos que se podría tener sobre lo que los clientes esperan y prefieren recibir. Usando los porcentajes dados como resultado en las encuestas se lo multiplicó por el universo de estudio de cada servicio ofrecido para obtener la cantidad de personas que consumirían el paquete o producto. Ese resultado se lo multiplicó por el costo unitario y se obtuvieron las proyecciones de los costos.

En la **Tabla 30**, se puede ver los costos proyectados para la discoteca, que dio en total \$689,299. Se analizó un universo de 48,066 personas a un nivel de confianza del 95%, con estos datos se completó un mínimo de 381 encuestas donde dio como resultado que la gente prefería tomar whiskey, seguido por cervezas.

Tabla 30. Costos Proyectados - Discoteca

<i>Sales Mix - Proyecciones de Costos</i>				
Universo de Estudio			48066	
Discoteca				
Producto	%	Costo	Personas	Proyección de costos
Cervezas Nacionales	10.90%	\$ 1.13	5239.194	\$ 5,923.20
Cervezas Importadas	10.90%	\$ 2.24	5239.194	\$ 11,756.17
Whiskey Botella	15.35%	\$ 43.00	7378.131	\$ 317,222.74
Whiskey Vaso	15.35%	\$ 2.87	7378.131	\$ 21,148.18
Vodka Botella	6.85%	\$ 28.21	3292.521	\$ 92,871.04
Vodka Vaso	6.85%	\$ 4.29	3292.521	\$ 14,115.04
Tequila Botella	4.75%	\$ 74.23	2283.135	\$ 169,477.11
Tequila Shot	4.75%	\$ 2.06	2283.135	\$ 4,707.70
Otros	1.56%	\$ 46.17	749.8296	\$ 34,615.88
Aguardiente Shot	1.55%	\$ 0.47	745.023	\$ 353.27
Jack Daniels Vaso	1.55%	\$ 5.02	745.023	\$ 3,738.03
Bebidas No Alcohólicas	6.64%	\$ 1.00	3191.5824	\$ 3,200.09
Cocteles	13.00%	\$ 1.63	6248.58	\$ 10,170.54
			Total	\$ 689,299.00

Elaboración propia

Para el tour, se puede observar en la **Tabla 31** que se tiene un universo de 100,000 personas, dando un costo total de \$2,114,507.05. Se realizó un mínimo de 384 encuestas a un nivel de confianza del 95%. El paquete más elegido fue el ilimitado con un 56.7%, el costo de solo el tour fue el de menos acogida.

Tabla 31. Costos Proyectados - Tour

<i>Sales Mix - Proyecciones de Costos</i>				
Universo de Estudio			100000	
Tour				
Paquete	%	Costo	Personas	Proyección de costos
Solo Tour	12.3%	\$ 9.64	12300	\$ 118,607.05
Piqueos limitados, 3 bebidas alcohólicas y aguas y gaseosas ilimitadas	31.0%	\$ 15.00	31000	\$ 465,000.00
Piqueos limitados, bebidas alcohólicas y aguas y gaseosas ilimitadas	56.7%	\$ 27.00	56700	\$ 1,530,900.00
			Total	\$ 2,114,507.05

Elaboración propia

Para eventos, se realizaron encuestas de un universo de 48,066 con un nivel de confianza del 95% se dio costos totales de \$1,080,243.07. Con un mínimo de encuestas de 381, se sacó un porcentaje sobre el paquete más elegido, que fue del 58.3%. El básico fue el de menos necesidad con un 14.4%. Ver **Tabla 32**.

Tabla 32. Costos Proyectados - Evento

<i>Sales Mix - Proyecciones de Costos</i>				
Universo de Estudio			48066	
Evento				
Paquete	%	Costo	Personas	Proyección de costos
Meseros y Limpieza	14.4%	\$ 12.13	6921.504	\$ 83,968.60
Meseros, DJ, Bebidas, Catering y Limpieza	27.3%	\$ 20.92	13122.018	\$ 274,562.79
Meseros, DJ, Bebidas, Catering, Decoración y Limpieza	58.3%	\$ 25.75	28022.478	\$ 721,711.68
			Total	\$ 1,080,243.07

Elaboración propia

3.7.2. Ventas proyectadas.

Para las ventas, se usó información de encuestas y el precio promedio al que se va a vender, estos precios no incluyen IVA. Se usó los porcentajes que daban en la encuesta y se multiplicó por el universo de estudio de cada servicio o producto ofrecido; de esa manera se calculó un aproximado de cuántas personas consumirían cada producto. Se multiplicó el precio promedio de venta por la cantidad de personas para sacar la proyección de ventas.

En la **Tabla 33**, se muestra un análisis con un universo de 48,066 personas y un nivel de confianza del 95%. Se sacaron 381 encuestas de las cuales la mayoría de las personas eligió el whiskey y las cervezas como sus bebidas de preferencia. Se proyecta un total de ventas de \$1,294,506.70.

Tabla 33. Ventas Proyectadas - Discoteca

<i>Sales Mix - Proyecciones de Ventas</i>				
Universo de Estudio			48066	
Discoteca				
Producto	%	Precio Promedio	Personas	Proyección de Ventas
Cervezas Nacionales	10.90%	\$ 2.83	5239.194	\$ 14,844.38
Cervezas Importadas	10.90%	\$ 5.00	5239.194	\$ 26,195.97
Whiskey Botella	15.35%	\$ 78.75	7378.131	\$ 581,027.82
Whiskey Vaso	15.35%	\$ 8.13	7378.131	\$ 59,947.31
Vodka Botella	6.85%	\$ 53.33	3292.521	\$ 175,601.12
Vodka Vaso	6.85%	\$ 8.33	3292.521	\$ 27,437.68
Tequila Botella	4.75%	\$ 126.33	2283.135	\$ 288,436.06
Tequila Shot	4.75%	\$ 6.00	2283.135	\$ 13,698.81
Otros	1.56%	\$ 64.50	749.8296	\$ 48,364.01
Aguardiente Shot	1.55%	\$ 5.00	745.023	\$ 3,725.12
Jack Daniels Vaso	1.55%	\$ 8.00	745.023	\$ 5,960.18
Bebidas No Alcohólicas	6.64%	\$ 3.00	3191.5824	\$ 9,574.75
Cocteles	13.00%	\$ 6.50	6248.58	\$ 40,615.77
			Total	\$ 1,294,506.70

Elaboración propia

Para el tour se analizó un universo de 100,000 personas, de las cuales, la mayoría prefería un paquete de bebidas y piqueos ilimitados. Se sacaron 384 encuestas con un nivel de confianza del 95%. El total de ventas proyectadas fue de \$2,936,500. Ver **Tabla 34**.

Tabla 34. Ventas Proyectadas - Tour

<i>Sales Mix - Proyecciones de Ventas</i>				
Universo de Estudio			100000	
Tour				
Paquete	%	Precio Promedio	Personas	Proyección de Ventas
Solo tour	12.3%	\$ 19.00	12300	\$ 233,700.00
Piqueos limitados, 3 bebidas alcohólicas y aguas y gaseosas ilimitadas	31.0%	\$ 25.00	31000	\$ 775,000.00
Piqueos limitados, bebidas alcohólicas y aguas y gaseosas ilimitadas	56.7%	\$ 34.00	56700	\$ 1,927,800.00
			Total	\$ 2,936,500.00

Elaboración propia

Para los eventos, ver **Tabla 35**, se analizó una población igual que para la discoteca. El paquete más popular fue el completo con un 58.3% y el menos fue el básico con un 14.4%. Al proyectar las ventas se dio un total de \$1,513,598.34.

Tabla 35. Ventas Proyectadas - Evento

<i>Sales Mix - Proyecciones de Ventas</i>				
Universo de Estudio			49066	
Evento				
Paquete	%	Precio Promedio	Personas	Proyección de Ventas
Meseros y Limpieza	14.4%	\$ 22.00	6921.504	\$ 152,273.09
Meseros, DJ, Bebidas, Catering y Limpieza	27.3%	\$ 29.00	13122.018	\$ 380,538.52
Meseros, DJ, Bebidas, Catering, Decoración y Limpieza	58.3%	\$ 35.00	28022.478	\$ 980,786.73
			Total	\$ 1,513,598.34

Elaboración propia

4. DISEÑO Y ARQUITECTURA

Para este proyecto se busca un diseño que integre el concepto que se quiere transmitir con el espacio que se está ofreciendo. Los espacios tienen que ser calculados hasta el mínimo detalle para el completo uso del catamarán y sus instalaciones (ver Anexo 6).

4.1. Programa de espacio

Tabla 36. Distribución del espacio

Áreas	Metros cuadrados
Área de baile y espectáculos	45 m ²
Bar	20 m ²
DJ	7 m ²

Cajas registradoras	26 m ²
Ingreso, Mirador y Área de Maquinas	55 m ²
Baño Mujeres	10 m ²
Baño Hombres	10 m ²
Bodega	20 m ²
Área de empleados: Baños, ducha y vestidor	20 m ²
Pasillo con almacenamiento y lavado	40 m ²
Mirador y área de mandos	42 m ²
Mirador y área de fumadores	30 m ²
Área Total	325 metros cuadrados

Elaboración propia

4.2. Guest Room floor

4.2.1. Eficiencia del Guest Room Area.

Las diferentes áreas en las que se va a separar el catamarán están diseñadas para usar la mayor cantidad de espacio posible. Al tener un espacio reducido, es indispensable aprovechar todos los elementos por lo que se busca que en todo el mobiliario haya espacios de almacenamiento. De esa manera, se deja más espacio libre para que los clientes disfruten.

En cada área de la embarcación, se busca crear un ambiente diferente que plasme experiencias y sensaciones en la mente del consumidor.

4.3. Public Space Design

Este catamarán tiene un largo de 60 pies con tres pisos en total. Para la parte de diseño se va a separar el barco en cuatro áreas. La primera parte será el piso de arriba, que tiene un área total de 72 m². La segunda parte es la planta baja, esta tiene un área total de 153 m². Y, la tercera parte es el subsuelo, que tiene un área total de 100 m². El diseño interior y arquitectónico está ligado al concepto del catamarán; buscan entregar un ambiente de elegancia y relajación sin dejar de lado la fascinante decoración, donde se pueda disfrutar de la música y las bebidas que se administran. Se va a dar un ambiente para disfrutar de la música y la vista cerca del bar. Otro similar cerca de los comandos de control para que su funcionamiento sirva como experiencia. Y otro donde se pueda bailar y en donde se presenten los espectáculos.

4.3.1. Estructura y fachada.

En el primer piso, se tiene el timón y área de mandos del catamarán. En esta zona de un total de 42 m² se pondrán asientos alrededor de los ventanales para que las personas puedan disfrutar de la vista en alta mar. Habrá un mirador, que al mismo tiempo servirá como zona para fumadores con un espacio de 30 m². Esta área es al aire libre y se busca que los olores no se transmitan al resto de las zonas y los tripulantes. El área de fumadores estará equipada con asientos, ceniceros y basureros ceniceros para controlar la basura. Encima de los controles de mando, las luces serán blancas, para el resto del área, las luces serán un amarillo tenue; podrán cambiar su intensidad.

La planta baja, al igual que el primer piso, está separada en dos áreas. La primera área es la entrada al catamarán donde se encuentran las cajas registradoras para realizar los pagos. Desde esa zona se puede decidir ir al mirador o entrar a la segunda zona que está separada por puertas de vidrio. Las puertas de vidrio se mantendrán abiertas en los horarios que el catamarán

abre al público, después estas se pueden cerrar con seguro para almacenamiento y mayor seguridad.

La segunda zona es donde se encontrará la pista de baile, con un espacio de 45 m², en esta zona se darán los espectáculos y música en vivo cuando sea el caso. Siempre estará presente la zona del DJ, con un espacio de 7 m² y el bar, con un espacio de 20 m². En los bordes del área se pondrán mesas altas con taburetes para disfrutar de la vista. Alrededor del bar se pondrán taburetes para las personas que gusten de pasar tiempo en el bar. Y en medio de la pista de baile se pondrá tres mesas altas para que las personas que bailen puedan asentar sus bebidas. Las mesas son movibles para la disposición de los espectáculos, tours y eventos. Los espectáculos en vivo, como presentaciones teatrales o de danza serán dinámicas en la pista de baile, por lo que no se necesitará mover nada, al menos que haya una excepción. En dicho caso, al igual que con la banda en vivo, se moverán las mesas para crear el espacio.

Hacia la proa del catamarán, se encuentra el panel de comandos y pantallas, esta zona junto a la del bar y la zona de entrada, tendrán luces blancas. El resto de la planta baja tendrá luces amarillas tenues que pueden cambiar su intensidad dependiendo de lo que se necesite. Se creará una cuadrícula hexagonal con iluminación integrada que proyecte diferentes conjuntos de luces y entornos en sincronía con la música, esta será proporcionada por el DJ a contratar. Se instalarán anaqueles y repisas tanto en el bar como en la zona del DJ. En el bar para mostrar su variedad de licores y almacenamiento y el menú con sus respectivos precios de lo que se ofrece; también habrá menús impresos para que las personas puedan apreciar más de cerca. El DJ para que pueda instalar sus equipos y cables con seguridad. El bar tendrá un lavamanos pequeño para alguna emergencia u hora pico y anaqueles para guardar botellas, vasos y mezcladores.

Por último, tendrá hieleras para el hielo y un *stock* pequeño de cervezas, se lo irá rellenando de la bodega. El bar estará equipado con una sumadora Casio Dr-120tm al igual que en las zonas de pago, que tendrá dos. Con estas pueden cobrar los bartenders hasta que la zona de pagos se desocupe y los cajeros pasen a cobrar en el bar. Tanto el bar como la zona de pago tendrán facturas disponibles para los clientes que deseen; la sumadora Casio imprime un comprobante de la venta. La estación de las cajas registradoras será móvil para que una vez que se hayan retirado todos los clientes se lo pueda entrar a la segunda zona y dejar con seguro.

El subsuelo está compuesto por dos habitaciones, dos baños, un área de lavado, todo conectado por pasillos con repisas para almacenamiento; dando un área total de 100 m². Una habitación se equipará para servir como bodega. En su espacio de 20 m², tendrá refrigeradoras, congeladores, cajones y repisas para almacenar las bebidas. La segunda habitación, será remodelada para servir como el área de empleados. Los 20 m² estarán equipados con casilleros para que los empleados puedan guardar sus pertenencias, vestidores, un baño y muebles. El área de pasillos y lavado, de área total de 40 m², tendrá repisas para guardar las vajillas y closets, uno de los cuales servirá como área de basura donde se pondrán dos basureros industriales para evitar la contaminación.

Para acceder a los baños, las personas se tendrán que dirigir al subsuelo por cualquiera de las dos escaleras disponibles. El baño de mujeres, con un área de 10 m², estarán equipados con tres servicios higiénicos y dos lavamanos con espejos incluido. El baño de los hombres, con un área de 10 m², estará equipado con dos servicios higiénicos, un urinal y dos lavamanos con sus respectivos espejos. Cada baño tendrá su dispensador de papel higiénico y basurero en cada cubículo y en el área de los lavamanos, así como un dispensador de jabón automático para mayor higiene.

Como parte de la remodelación, se cambiará el color de los pisos que actualmente tienen el color abeto, por un blanco. Las paredes serán pintadas de un azul marino para continuar con la experiencia de estar en alta mar. El baño va a tener el piso revestido del color ébano y las paredes claras. Tanto en la planta baja como en el primer piso, todas las ventanas serán ventanales que dejen apreciar la vista y aumente su experiencia. En el subsuelo se pondrán ventanas basculantes medianas y, en los baños ventanas pequeñas. Las escaleras se las va a revestir de acero inoxidable, incluyendo el barandal, para dar una sensación de lujo y exclusividad. Los asientos estarán diseñados para que sirvan como almacenamientos. Se podrán levantar para almacenar y dejar asegurado para un uso normal. Para los asientos, se busca un color blanco mezclado con una tonalidad de azul oscuro; para los cojines un azul turqués.

4.4. *Back of the house*

Para el completo funcionamiento del catamarán como un lugar de entretenimiento, se deberá tener claro el *back of the house* en donde todos los procesos para el correcto funcionamiento van a ser constituidos.

4.4.1. Descripción del bar.

Este opulento bar es una biblioteca acogedora donde los libros han sido reemplazados por alcohol. El fin de este espacio es disfrutar de la bebida elegida mientras los invitados están relajados bajo las luces tenues del barco, así como también proporcionar un espacio cómodo para el bartender y los meseros para que puedan realizar su trabajo de la mejor manera posible. Alrededor del bar se proporcionarán asientos para los que quieran ver la preparación de sus

bebidas. La iluminación se instala en los estantes, así como a lo largo de la base de la barra y en tiras finas a lo largo del techo.

En cuanto a la cristalería que se va a usar se puede describir lo siguiente:

- Copa cerveza alta Catalina 14.25 onzas.
- Vaso whiskey corto 10.25 onzas.
- Vaso largo 10 onzas.
- Vasos de *shot*.
- Copa margarita de 7 onzas.
- Copa *Cocktail* 9 onzas.
- Vaso *HighBall* 12 onzas.
- Copas espumantes.
- Moscow Mule Mug.

Además de esta serie de cristalería muy necesaria, estarán los accesorios que no pueden faltar en ninguna barra como:

- Vasos medidores.
- Tabla para picar.
- Cuchillo.
- *Jigger*.
- Coctelera.
- Cucharillas de bar.
- Jarros.
- Platos pequeños.

4.4.2. Descripción de centro de pago.

A la entrada del catamarán se encontrará la zona de pago, en esta cada persona tiene que pagar su entrada. Dependiendo del paquete que se elija, ya sea noche de discoteca o en un tour ofrecido, se le va a asignar un brazalete. Este les mostrará a los empleados el servicio que tiene que ofrecer y los clientes sabrán el servicio que deben recibir. El pago se podrá hacer a través de tarjetas de crédito, débito o efectivo. Una vez fuera de puerto, los encargados de caja se dirigirán al bar a ayudar a cobrar y tomar pedidos. Cuando se acabe el evento, se movilizarán los objetos electrónicos dentro de la zona techada de la planta baja donde serán guardados con seguro.

4.4.3. Área de bodegas.

Existen secciones propias del barco las cuales son destinadas al almacenamiento, una de las cuales será destinada a un cuarto de bodega. Cabe resaltar que hay 4 distintos y amplios compartimientos los cuales estarán designados para el almacenaje de productos de limpieza, inventario de licores, el tercer compartimiento para bebidas no alcohólicas como aguas y gaseosas y en el último compartimiento estará destinado a las provisiones como servilletas, vajilla de repuesto, y demás cosas especiales que se puedan necesitar para los cocteles.

4.4.4. Oficinas.

Lux Cruise no contará con oficinas propias, pues las entradas se obtendrán a partir de llamadas telefónicas, página web, redes sociales o en el mismo momento de apertura podrán ser adquiridas en la entrada del catamarán. No será necesaria ni indispensable la oficina física.

4.4.5. Recibidor y basura.

Los meseros serán los encargados de ir chequeando constantemente la basura que se encuentre a los alrededores y de ir retirando los vasos vacíos. Se designará un closet donde habrá basureros industriales para el desecho de la basura durante el trayecto. Al estar en alta mar se debe tener mucho más en cuenta el tema de la basura para que esta no vaya al mar y evitar la contaminación. En el área del bar, el bartender tendrá su propio tacho de basura para los desperdicios que se generen al momento de preparar un coctel. Una vez concluida la fiesta, los meseros tienen que dejar el catamarán limpio y sacar la basura por el muelle respetando todas las normas de seguridad e higiene. Cabe resaltar que el Yacht Club junto con el terminal portuario de Manta, por una tarifa, se encargará de sacar y llevarse la basura, lo cual será tomando en cuenta en la distribución de costos y gastos.

4.4.6. Área de empleados.

Los empleados tendrán baño propio, además de que uno de los camarotes será adaptado para los trabajadores con el fin de que sea el espacio donde se puedan cambiar y dejar en casilleros sus pertenencias; siempre que tengan su propio candado y bajo su responsabilidad.

4.4.7. Mantenimiento.

El mantenimiento consiste en un conjunto de actividades técnicas con aplicación directa, para garantizar las condiciones necesarias, que van a prolongar la vida útil de la embarcación. Este servicio por integrarse estará compuesto de varias etapas, las cuales se pueden apreciar en la **Tabla 37**.

Tabla 37. Etapas de Mantenimiento

Tipo de mantenimiento	Características
Preventivo.	Prevenir posibles desgastes o desajustes.
Correctivo.	Sustitución parcial de alguna pieza.
Predictivo.	Estimación de la vida útil.
Cero horas.	Sustitución total de una pieza o artefacto, antes del fallo.
De uso.	Limpieza y lubricación (mantenimiento básico de un equipo).

Fuente (El Ghachaoui , 2014).

Elaboración propia

El correcto seguimiento efectuado en las distintas etapas señaladas busca reducir costos aplicando métodos y técnicas de preservación.

De igual manera es necesario recalcar que la parte de la limpieza se hará antes y después de cada día, de esta manera se asegurará que la propiedad se mantenga funcional además de causar una buena impresión a cada invitado. Adicional a esto, en cada actividad o en cada uso que se haga del catamarán los trabajadores están supuestos a revisar y a recoger toda la basura que pueda estar a los alrededores.

Como cualquier medio de transporte, la embarcación necesitará su mantenimiento cada cierto tiempo el cual será dado por los profesionales del terminal portuario. La tarifa es prevista por ellos.

5. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

5.1. Menú

El catamarán contará con un bar que servirá y preparará bebidas alcohólicas y no alcohólicas como se puede ver en la carta:

Bebidas alcohólicas:

Cervezas nacionales:

- Pilsener.
- Pilsener Light.
- Club.

Cervezas importadas:

- Stella Artois.
- Corona.
- Heineken.

Whiskey:

- Johnnie Walker - Red Label.
- Johnnie Walker - Black Label.
- Buchanan´s.
- Chivas Regal 12 A.

Vodka:

- Grey Goose.
- Sky Vodka.
- Absolut Vodka.

Tequila:

- Patrón Silver.
- Don Julio.
- José Cuervo.

Otros:

- Aguardiente Antioqueño.
- Jack Daniel's.

Cocteles:

- Sea Breeze.
- Saltamontes.
- Margarita.
- Moscow Mule.

Bebidas no alcohólicas:

- Agua sin gas.
- Agua tónica.
- Agua mineral.
- Coca-Cola.
- Sprite.
- Jugo de naranja.

Cualquiera de las bebidas alcohólicas a excepción de las cervezas se ofrecerá en *shot*, vaso o la botella entera. El whiskey se acompañará de hielo y agua mineral, el vodka se ofrecerá con agua tónica o jugo de naranja y el tequila con sus respectivos limones y sal pues se consideran complementos esenciales para estas bebidas.

En este punto es importante mencionar las distintas promociones que se ofertarán a los futuros clientes para de esta manera hacer más atractiva la oferta.

5.2. Diseño de la carta

La carta va a ser de color azul marino oscuro y las letras blancas, esto creará un resalte en la carta que permitirá su lectura. Se tendrá una carta que muestre las bebidas disponibles para su compra, personal o la botella completa, y otra con los paquetes a ofrecer. Cabe resaltar que los precios a mostrar no incluyen IVA pues es una manera de tener la referencia de ganancia para la empresa; sin embargo, al momento de diseñar el menú para el cliente los precios ya contendrán el impuesto para evitar caer en problemas legales de engaño al consumidor.

- Carta del menú de bebidas personales.

Ilustración 10. Menú de bebidas personales



Bebidas Soft		Cervezas	
Agua Natural	\$0.80	Pilsener	\$2.50
Agua Mineral	\$4.00	Pilsener Light	\$2.50
Jugo de Naranja	\$3.00	Club	\$3.50
Coca-Cola	\$1.20	Stella Artois	\$5.00
Sprite	\$1.20	Corona	\$5.00
		Heineken	\$5.00
Cocteles		Tequila (shot)	
Moscow Mule	\$6.50	Patrón Silver	\$7.00
Margarita	\$6.00	Don Julio	\$6.00
Sea Breeze	\$6.50	José Cuervo	\$5.00
Saltamontes	\$7.00		
Whiskey		Vodka	
Johnnie Walker - Red Label	\$6.50	Grey Goose	\$10.00
Johnnie Walker - Black Label	\$8.50	Sky Vodka	\$6.50
Buchanan's	\$9.00	Absolut Vodka	\$7.00
Chivas Regal 12 A.	\$8.00		
		Otros	
		Aguardiente Antioqueño (shot)	\$3.00
		Jack Daniel's	\$8.00

Elaboración propia

- Carta de menú de bebidas por botella.

Ilustración 11. Menú de bebidas por botella



Whiskey	
Johnnie Walker -Red Label	\$45.00
Johnnie Walker - Black Label	\$95.00
Buchanan's	\$105.00
Chivas Regal 12 A.	\$70.00



Vodka	
Grey Goose	\$85.00
Sky Vodka	\$30.00
Absolut Vodka	\$45.00

Tequila	
Patrón Silver	\$165.00
Don Julio	\$115.00
José Cuervo	\$99.00

Cheers!



Otros	
Aguardiente Antioqueño	\$39.00
Jack Daniel's	\$90.00

Precios por Botella de Licor

Elaboración Propia

- Carta de paquetes a ofrecer en la discoteca.

Ilustración 12. Menú de paquetes de discoteca



Paquetes

- ⇒ Entrada:
\$22.00
- ⇒ Entrada + *bucket de cervezas nacionales*
\$28.00
- ⇒ Entrada + 4 cocteles a su elección
\$43.00
- ⇒ Entrada + 1 botella de whiskey
\$62.00

Elaboración propia

- Carta de paquetes a ofrecer en tours.

Ilustración 13. Menú de paquetes de turismo



PAQUETES DE TURISMO

PAQUETE #1	PAQUETE #2
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Piqueos limitados ◆ 3 bebidas alcohólicas ◆ Aguas y gaseosas ilimitadas <p style="text-align: center; font-weight: bold;">\$25.00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Piqueos limitados ◆ Bebidas alcohólicas ilimitadas ◆ Aguas y gaseosas ilimitadas <p style="text-align: center; font-weight: bold;">\$34.00</p>



◆ Solo Tour **\$19.00**



Los paquetes están disponibles para los horarios matutinos y vespertinos de los días miércoles, jueves, viernes, sábados y domingos.

La variedad de piqueos y bebidas *soft* estarán disponibles por la duración del paquete que es de 3 horas.

Elaboración propia

5.3. Proveedores

Se han elegido los siguientes proveedores no solo por sus productos de calidad, sino también por el factor precio y por ser reconocidos a nivel nacional como personas cumplidas tanto en la administración de su negocio como en brindar un buen asesoramiento a los diferentes establecimientos.

Por lo tanto, escoger buenos proveedores es parte del plan estratégico de Lux Cruise. Para esto están los siguientes:

Cervecería Nacional: Proveerá jabas de Pilsener, Pilsener Light y Club, ver **Tabla 38**.

El pedido se hace un día antes de cuando se necesite y al día siguiente es la entrega. El costo por jaba es de \$12,90 para las Pilsener y \$14.90 para la Club.

Tabla 38. Costos de Cerveza Nacional

Producto	Unidad	Costo	Total por cinco jabas
Pilsener (600 ml)	Jaba de 12 botellas	\$12.90	\$64.50
Pilsener Light (600 ml)	Jaba de 12 botellas	\$12.90	\$64.50
Club (550 ml)	Jaba de 12 botellas	\$14.90	\$74.50

Elaboración propia

Almacenes Juan Eljuri división licores: Será el proveedor de las bebidas alcohólicas internacionales o importadas siempre asegurando la mejor calidad para ofrecer en el catamarán.

Se harán los pedidos de los siguientes productos al representante de ventas:

En la **Tabla 39**, se puede ver los costos para las cervezas internacionales. Para una caja de cerveza Heineken el costo será de \$44.40. Una caja de cerveza Corona costará \$61.20. Las cajas vienen con 24 botellas en presentación de 330 ml y 335 ml respectivamente.

Tabla 39. Costos de Cerveza Internacional

Producto	Unidad	Costo	Total por cuatro cajas
Heineken (330 ml)	Caja de 24 botellas	\$44.40	\$177.60
Corona (335 ml)	Caja de 24 botellas	\$61.20	\$244.80

Elaboración propia

En la **Tabla 40**, se muestran los costos de los licores por caja y el costo total a pagar por las cantidades necesarias. Se busca tener 9000 ml de cada licor, a excepción de Johnnie Walker - Red Label y Buchanan's, que se pedirá 18000 ml de cada uno.

Tabla 40. Costos de licores

Producto	Unidad	Precio	Total por cajas
Johnnie Walker - Red Label (750 ml)	2 cajas de 12 botellas	\$213.12	\$426.24
Johnnie Walker - Black Label (750 ml)	1 caja de 12 botellas	\$598.80	\$598.80
Buchanan's (750 ml)	2 cajas de 12 botellas	\$660	\$1,320
Grey Goose (375 ml)	2 cajas de 12 botellas	\$527.88	\$1055.76
Sky Vodka (750 ml)	1 caja de 12 botellas	\$174.24	\$174.24

José Cuervo (750 ml)	1 caja de 12 botellas	\$594	\$594
Aguardiente Antioqueño (750 ml)	1 caja de 12 botellas	\$204.84	\$204.84
Jack Daniel's (750 ml)	1 caja de 12 botellas	\$903.12	\$903.12

Elaboración propia

Cabe resaltar que la relación comercial con esta empresa es muy buena pues aparte de la compra de sus productos ellos proveerán con una refrigeradora para las cervezas con la condición de que solo un 10% de otros productos del total de la capacidad de la refrigeradora podrán guardarse en estos equipos administrados por Juan Eljuri. Además de que constantemente para la reactivación de alguna marca en especial proveerán souvenirs de la marca para que pueda ser entregada a los clientes que la consuman como llaveros, calcomanías, portavasos, entre otras cosas.

Arca-Continental (Coca-Cola): Esta compañía también estará dentro de la lista de proveedores para las bebidas no alcohólicas como son el agua, las gaseosas y los jugos, por lo cual se harán los pedidos al representante de ventas de los siguientes productos. Ver **Tabla 41**.

Tabla 41. Costos de bebidas no alcohólicas

Producto	Unidad	Precio	Total por paquetes
Gaseosas personales (350 ml)	2 paquetes de 24 unidades	\$5.26	\$10.52
Agua personal sin gas (600 ml)	2 paquete de 12 unidades	\$4.07	\$8.14

Jugo del Valle de naranja (1000 ml)	7 paquetes de 6 unidades	\$5.43	\$38.01
--	-----------------------------	--------	---------

Elaboración propia

La Favorita (Supermaxi): El resto de las bebidas serán provistas por el Supermaxi. Como se puede ver en la **Tabla 42**, la cerveza Stella Artois será proporcionada en un paquete de seis unidades. El resto de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas estarán en cajas de doce unidades.

Tabla 42. Costos de bebidas variadas

Producto	Unidad	Precio	Total por paquetes
Stella Artois (330 ml)	16 cajas de 6 unidades	\$13.99	\$223.84
Chivas Regal 12 A. (750 ml)	1 caja de 12 unidades	\$591.84	\$591.84
Absolut Vodka (750 ml)	1 caja de 12 unidades	\$313.32	\$313.32
Patrón Silver (750 ml)	1 caja de 12 unidades	\$1358.28	\$1358.28
Don Julio (750 ml)	1 caja de 12 unidades	\$720	\$720
Agua tónica botella (2000 ml)	4 cajas de 12 unidades	\$30.72	\$122.88

Agua Mineral (1500 ml)	4 cajas de 12 unidades	\$11.88	\$47.52
------------------------	---------------------------	---------	---------

Elaboración propia

Lux Cruise mantendrá un control exhaustivo del inventario siempre manteniendo buenas políticas no solo de manipulación sino también para poder abastecer el stock dentro de un tiempo determinado que permita igual establecer una buena relación con los proveedores.

Cabe mencionar que los pedidos de los diferentes proveedores serán pagados al contado en su totalidad el día en que sean entregados los productos siempre verificando que la mercancía este en buen estado y se cumpla con la cantidad acordada.

6. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

6.1. Logo

El logo creado busca transmitir simplicidad y lujo, además de representar la experiencia que se ofrece y mostrar el servicio entregado. Los colores elegidos son el azul y el blanco, los cuales juntos simbolizan la experiencia marítima. El azul representa dos elementos esenciales de Lux Cruise, el cielo y el mar. Por esta razón, se ha elegido derivaciones como el azul marino, color que naturalmente se asocia con agua y con espacios abiertos y el turquesa que de igual forma tiene una fuerte relación con el océano, sin embargo, también representa tranquilidad y seguridad. Con esto se quiere generar en los consumidores la sensación de confianza en la experiencia y la tranquilidad de que, a bordo de Lux Cruise, no habrá más que buenos recuerdos. Por otro lado, el blanco se asocia con simplicidad y elegancia, dos partes importantes de la experiencia que pretende vender este catamarán. En cuanto a las figuras del

logo, se pueden apreciar dos triángulos que forman una vela de barco. De esta forma tan simple se logra hacer una rápida asociación de los clientes con la experiencia marítima de tour, discoteca y eventos que ofrece Lux Cruise. Por último, la tipografía elegida es simple, clara y elegante, perfecta para representar a la marca.

Ilustración 14. Logo



Elaboración propia

6.2. Marketing Mix

Producto: como ya se ha descrito previamente, el producto o en este caso, servicio, será un catamarán de lujo en donde se podrán realizar fiestas y paseos alrededor de la ciudad de Manta. El catamarán será marca *Malcolm Tennant*, modelo *Power Catamarán*. Tiene 60 pies de largo, es de color blanco con una capacidad para 80 pasajeros en total, incluida la tripulación. Fue estrenado en el año 2016, con una velocidad eficiente de navegación de 16 nudos y velocidad máxima de navegación de 20 nudos.

Lugar: este componente es realmente uno de los más importantes ya que es crítico que el establecimiento, en este caso el barco, se encuentre en una buena ubicación para atraer a

muchos clientes. El lugar en el que se ofrecerá el servicio del catamarán es en la ciudad de Manta, provincia de Manabí. Esta ciudad es reconocida por su puerto, en este llegan cruceros desde diferentes partes del mundo. Junto con los cruceros, también llegan pasajeros y tripulación que quieren disfrutar de diferentes experiencias en los lugares de desembarque. Al ubicarnos en una ciudad con afluencia de turistas, tanto nacionales como internacionales, se busca ser parte de la experiencia turística y social de la ciudad. También es importante mencionar que la ubicación dentro de la ciudad es muy buena, pues está justo en el centro. Esto da una ventaja para los invitados ya que las distancias de los diferentes sectores donde se ubica el mercado objetivo es de máximo diecisiete minutos.

Precio: los precios se manejarán según el paquete que escoja cada pasajero. Para los paseos diurnos se contará con tres paquetes cuyos precios oscilarán entre los \$19 y \$34; para las salidas nocturnas habrá diferentes precios; el de la entrada que es de \$22, los precios de los paquetes que varían entre los \$33 y \$67 y las bebidas que pueden ir desde \$2.50 hasta \$165. En el caso de eventos privados que se quieran realizar en el catamarán, los precios se calcularán según lo que el cliente desee; luego de ser conversado, será presentado en cotizaciones formales y los precios oscilarán entre los \$22 y \$35 por persona. Los precios mencionados son sin el 12% de IVA ya que ese porcentaje pertenece al gobierno.

Promoción: se manejará un marketing digital por lo que las promociones y la forma de darse a conocer será a través de redes sociales, página web y el infaltable “boca a boca”. Las redes sociales que se utilizarán serán Facebook e Instagram, donde podrán encontrar la información necesaria en caso de querer contactarse con algún representante. Buenas promociones en días perfectamente pensados pueden llevar a más ventas. Más allá de las promociones o descuentos, el concepto del catamarán de ofrecer espectáculos es lo que se va a buscar promocionar.

6.3. Diferenciación

El servicio que se ofrecerá será único en su línea. Esto lo diferencia de los demás lugares de entretenimiento porque no tendrá competencia directa. Al ser una discoteca en alta mar, se ofrecerá una experiencia única para los habitantes y visitantes de la ciudad de Manta. Además, se ofrecerá un servicio excelente en el que la tripulación hará todo en sus manos para que el cliente disfrute al máximo su experiencia en alta mar y se ofrecerá un catálogo exclusivo de licores. Se capacitará a la tripulación en servicio al cliente para que las personas que visiten Lux Cruise sientan que todas sus expectativas han sido cumplidas y, que la empresa hizo todo lo posible por mejorar la experiencia de un paseo diurno o nocturno en alta mar. La impresión que el personal en el establecimiento deje en los clientes, determinará si regresarán o no. Esencialmente, el personal en el piso es la cara de la marca y los clientes confían en ellos para recibir asistencia cuando la necesiten, por lo que para poder realmente diferenciarse Lux Cruise de cualquier otro establecimiento parecido o no, es vital la capacitación constante del personal.

6.4. Plan de acción de marketing

Tabla 43. Plan de acción de marketing Lux Cruise

Objetivos	Objetivos estratégicos	Acciones
Diseñar la campaña publicitaria.	Proceso de publicidad.	Actuar en la etapa de introducción en el mercado.
		Participar en ferias de turismo, exposiciones, reuniones del gremio.
		Mantener comunicación con la Dirección de Turismo de Manta.
		Diseñar y activar las cuentas en redes sociales para promocionar los servicios de Lux Cruise.
Promoción y publicidad.	Establecer un plan de promoción.	Establecer atractivos paquetes de turismo.
		Descuentos por apertura.

		Promociones en días de baja rotación.
	Establecer un plan de publicidad.	Creación de la página web de Lux Cruise.
		Estructurar una base de datos, con los contactos de posibles clientes, a fin de ofrecer las promociones.
Posicionamiento en el sector turístico para la captación de clientes.	Desarrollar métodos de información.	Estructurar base de datos de los clientes.
		Tener presencia en portales turísticos tanto públicos como privados.
	Planes de captación.	Mantener actualizadas las exigencias del mercado a través de la web y especialmente de las redes sociales.

Elaboración propia

Lux Cruise aplicará una excelente estrategia conocida como CRM, que significa en español, gestión de la relación con el cliente. Esto, con el fin de mantener una buena relación con los clientes potenciales y poder administrar correctamente ese trato.

Esta relación será administrada gracias al contacto del cliente que quedará registrado a través de sus correos electrónicos, números de teléfono, y cualquier otro dato que se obtenga. De esta manera, se los podrá contactar para anunciarles futuras promociones, descuentos o alguna noche con un espectáculo en especial; incluso algún cupón para los mejores invitados con el objetivo de mantener la fidelidad de ellos. Con esta táctica se busca crear buenas relaciones y hacer un seguimiento de las perspectivas y los clientes ya que esto es crucial para la adquisición y retención de estos.

6.5. Preparación web y contenido digital

Se contará con una página web diseñada con los colores empresariales y que vaya de acuerdo con los servicios ofrecidos. En la página web se demostrará la promesa de atender las necesidades del cliente para que pueda disfrutar de su experiencia en alta mar; se mostrará la

misión y visión de Lux Cruise. Para mayor comodidad del futuro cliente, habrá una sección en la página web donde se podrá reservar y pagar el paquete deseado con tiempo y así evitar filas el día de embarque. También, contará con la posibilidad de realizar reservas a través de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp. Se pondrán los contactos de las personas encargadas de las reservaciones tanto en la página web como en las redes sociales. También se dispondrá de un correo electrónico al cual el cliente podrá enviar sugerencias, comentarios o reclamos tanto del proceso de compra como de la experiencia en el catamarán.

Para el contenido digital, se contratará a la empresa Jota Tres, encargada de diseñar, publicar el contenido previamente aprobado por la persona encargada del marketing de la empresa y dar mantenimiento a la página web. Se contratarán publicaciones tanto para Instagram como para Facebook, estas serán publicadas de cuatro a seis veces por semana e incluirán imágenes reales de la experiencia de clientes, notificaciones de horarios y reglas a cumplir a bordo. También, se espera agregar opiniones de clientes acerca del servicio recibido para incentivar a los posibles clientes a que sean parte de esta experiencia. Todo el contenido llevará el tema de la empresa, predominarán los colores azules, blanco, turquesa y sus derivaciones, también contará con el logo de la empresa en marca de agua en las esquinas de las fotos y videos; se publicarán imágenes y videos compartidos por los clientes desde sus redes sociales.

6.6. Reconocimiento de mercado

Para el segmento de discotecas, su competencia secundaria más cercana se llama Level Rooftop. Esta está ubicada en La Quadra y da el servicio de discoteca con vistas al mar, algo similar a lo que se intenta dar con este proyecto, con la diferencia de que Level Rooftop es en

tierra. Es el único lugar que ofrece tipo de servicio similar, sin tomar en cuenta la parte de los tours.

Para el mercado turístico, los turistas se pueden acercar a la playa El Murciélagos y pagar por el servicio de lanchas para recorrer en alta mar. Esta opción es la única oferta disponible para navegar. El mercado al que se apunta con los circuitos turísticos es algo nuevo que el mercado no está acostumbrado a recibir.

Existen diferentes mercados que ofrecen lugares para realizar eventos, Lux Cruise quiere acogida de un público que busque nuevas experiencias y formas de realizarlas. Este mercado no está sobrepoblado ya que la competencia ofrece los mismo, pero en diferente ubicación. El catamarán ofrecerá diferentes servicios aparte de los necesarios y cambios en la forma de experimentar.

6.7. Medios

Para complementar las estrategias de marketing, se necesita contar con los medios correctos de difusión. Para esto se contará con una agencia digital que se encargará tanto del diseño y creación de la página web como de la creación de las publicaciones que serán difundidas con el objetivo de captar clientes. Los medios de difusión serán:

- Internet: se contratarán anuncios para que aparezcan en páginas web frecuentadas por nuestro mercado objetivo, tales como Facebook e Instagram.
- Redes Sociales: se manejarán las redes en conjunto con una agencia digital para realizar publicaciones en períodos de aumento de visitas a redes como Instagram y Facebook. Al mismo tiempo, se usarán estas plataformas para

responder dudas o preguntas de posibles clientes y así favorecer la captación de estos.

6.8. Presupuesto

El presupuesto para marketing está compuesto por cuatro servicios. El primero es el diseño y programación de la página web, al contratar este servicio se prometió un diseño de la página de acuerdo con los estándares de Lux Cruise, la programación para que la página funcione correctamente y la posesión del dominio, es decir la dirección de URL. El hosting es un pago que se realiza una vez al año, este permite que la página se mantenga en línea con todos los diseños incluidos. Los pagos mensuales a las redes sociales son para que salgan anuncios al mercado objetivo sobre Lux Cruise y se quede en la mente del posible consumidor. Por último, el valor para la persona encargada del funcionamiento de la página web y las redes cuando sea necesario y es parte del paquete ofrecido por la empresa Jota Tres. Ver **Tabla 44**.

Tabla 44. Presupuesto de marketing

Servicio	Valor
Diseño y programación de web y redes sociales.	\$1300
Hosting anual.	\$120
Redes sociales mensual.	\$10
Costos de personal mensual.	\$100
Total	\$ 1530

Elaboración propia

7. RECURSOS HUMANOS

7.1. Cultura organizacional

7.1.1. Misión.

Crear un entorno de lujo con experiencias diferentes en servicio, entretenimiento y ambiente, que satisfaga los gustos y expectativas cambiantes de los clientes proporcionando un servicio excepcional, consistente y de calidad.

7.1.2. Visión.

Ubicarnos no solo a nivel local sino también a nivel nacional como el mejor catamarán dedicado a brindar el mejor servicio con el mejor ambiente.

7.1.3. Valores.

- Trabajo en equipo: la membresía del equipo fomenta un sentido de pertenencia que, a menudo se traduce en un mayor sentido de propiedad y responsabilidad por el trabajo. Esto es especialmente cierto cuando las personas se respetan entre sí y no quieren decepcionar al equipo.
- Calidad: ofrecer productos y servicios de alto valor, lo que garantiza la satisfacción del cliente, la rentabilidad, el futuro de los empleados y el crecimiento de la empresa.
- Innovación: a medida que cambian las necesidades del mercado o los clientes, es imperativo evolucionar con apertura para servir al cambio. Fomentar ideas para mejorar en todos los niveles es importante.

- Toma de decisiones: comprender las métricas, pero tomar decisiones humanas que encaminen al éxito de la empresa; así también, estar abiertos al cambio y mantener la flexibilidad.
- Liderazgo: un buen líder debe encender la pasión de sus colaboradores. Como auténticos líderes deben conocer el arte de fortalecer el espíritu y construir relaciones positivas en sus equipos.
- Las mejores personas: grandes personas sobre grandes currículos, que sean creativos y sobre todo carismáticos.

Incluir a los empleados es clave en este proceso pues capacitarlos y crear un sentimiento de valor y propiedad es vital para que ellos puedan dar lo mejor a los clientes. Es más probable que los empleados adopten los valores del negocio y los incorporen en su vida laboral, si han sido parte del proceso para crearlos. De esta manera se sentirán conectados a sus objetivos estratégicos.

Es importante saber vivir estos valores, es decir, usarlos como principios rectores al tomar decisiones en todos los aspectos del negocio: contratar nuevos empleados, desarrollar políticas de la compañía, decisiones de servicio al cliente, etc.

7.2. Promesa de marca

La promesa de Lux Cruise es brindar un servicio de excelencia y diversión a los clientes durante la experiencia de navegación en alta mar de su elección. Ofrecerá lo mejor en entretenimiento con el eslogan: *“Zarpando a la diversión, navegando con categoría”*.

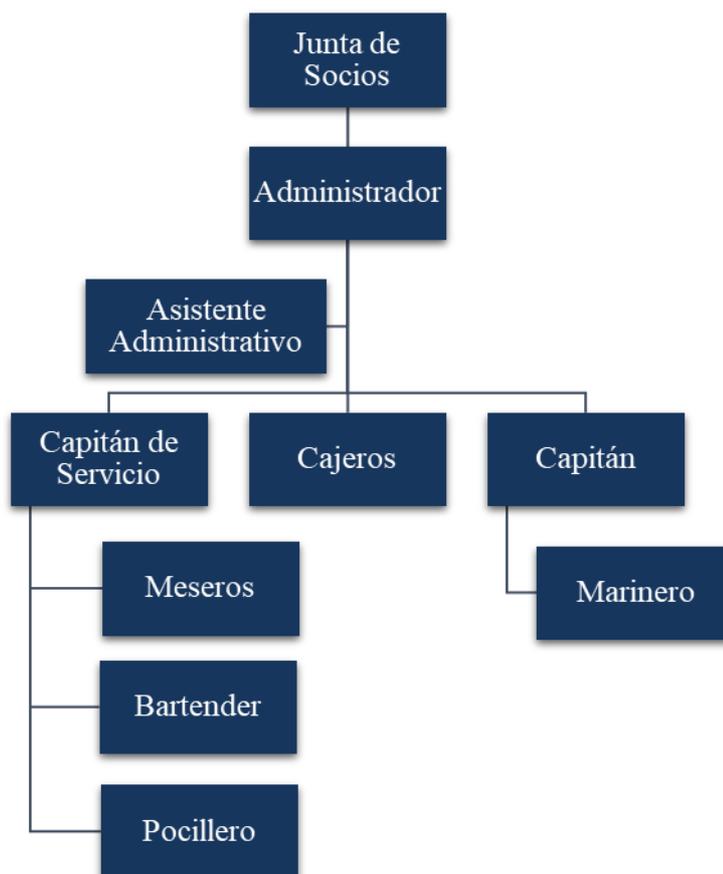
7.3. Organigrama

El organigrama del catamarán será simple y lineal, se basará solo en la relación y jerarquía que tendrán los empleados directamente con el administrador general. Cabe resaltar que el fin de este organigrama es:

- Permitir que los empleados comprendan mejor cómo encaja su trabajo en el esquema general de la organización.
- Mejorar las líneas de comunicación.

7.3.1. Descripción de cargos.

Ilustración 15. Cargos



Elaboración propia

- **Administrador:** esta persona tiene el rol de un gerente general. Su trabajo será controlar el correcto funcionamiento del catamarán y sobre todo su eficiencia al máximo. Otro de sus principales roles es supervisar al personal y garantizar un servicio al cliente de primera clase. Además, tendrá el deber de ejecutar, controlar y revisar todos los procesos relacionados con el control de existencias, el manejo de efectivo y las compras, actuará como negociador en caso de cualquier disputa, y se encargará de todos los procedimientos importantes del bar. El administrador también se encargará de reclutar, capacitar y organizar el horario de trabajo del personal. Este también debe asegurarse de que el club cumpla con los estándares de salud y seguridad. Asimismo, debe asegurarse de que se mantengan los procedimientos operativos de alto estándar del club. Tales procedimientos incluyen la reserva de eventos, la supervisión de bebidas y alimentos, el suministro de promociones y asistencia en ventas, el trato con los invitados, el control del mantenimiento del barco y la limpieza. Cabe resaltar que el administrador le reportará directamente a la junta de socios de todos los informes financieros y decisiones que deban tomarse en beneficio de la empresa.

Para tener éxito en este campo, el posible administrador debe tener habilidades efectivas de comunicación verbal y escrita, liderazgo, servicio al cliente, administración del tiempo, organización, computación, interpersonales sólidas y la capacidad de trabajar de manera autónoma y como miembro de un equipo.

- **Asistente administrativo:** es el ayudante y colaborador directo del administrador. Entre sus principales responsabilidades están:

- Ayudar al administrador en la organización, planificación e implementación de la estrategia.
- Coordinación de operaciones.
- Tener constancia y seguridad de que los empleados cumplan con los horarios y objetivos.

Al estar bajo el mando del administrador general estará sujeto a sus órdenes.

- Capitán de Servicio: entre sus responsabilidades están la supervisión del funcionamiento del servicio del catamarán, controlar las reservaciones, recibe y despide a los clientes, asigna las mesas, aporta a los clientes sugerencias sobre alimentos y bebidas. Supervisa el surtido del bar y cocina, así como el trabajo de los meseros, bartenders y personal de mantenimiento haciendo las correcciones cuando sean pertinentes. Controla el perfecto estado de las mesas, espacios y suministros en general del catamarán.
- Mesero: tendrá como funciones el montaje y desmontaje de las mesas y de las estaciones de servicios, presenta la carta y asiste al cliente en su elección, sugiere aperitivos, toma órdenes, sirve las bebidas y alimentos, recoge vasos y copas sucios, está al tanto de la necesidad del cliente, solicita la cuenta al cajero según la mesa y la presenta al cliente, recibe pagos, los entrega en caja, entrega el recibo al cliente y lo despide, cualquier inconveniente se dirige al capitán de servicio o al administrador.
- Bartender: tiene como función conocer las bebidas que se servirán en el Lux Cruise, dispone el hielo, frutas cortadas y los objetos necesarios para la preparación de las bebidas. Recibe los pedidos, aconseja y propone bebidas a

los clientes, prepara y sirve las bebidas en la cristalería adecuada para cada una, lleva, conjunto al cajero del bar, el control de las bebidas y las botellas salientes, recibe el pago y lo entrega al cajero del bar. Protege y almacena adecuadamente las bebidas e implementos del bar, limpia los espacios del bar y la barra, así como todos los utensilios. Hace las requisiciones para el bar.

- **Cajero:** los cajeros deberán manejar las cajas registradoras, registrar los productos que han sido despachados a los clientes, en las mesas o en el bar según sea el caso, entrega un reporte de la cuenta cuando le sea solicitado, recibir los pagos, da cambios y genera facturas. Conciliar el contenido de la caja con lo facturado durante el turno de trabajo.
- **Mantenimiento:** este personal se encargará de la limpieza y arreglo de todos los ambientes del catamarán, pisos y áreas públicas. Transporta y recoge los materiales de limpieza desde y hasta el sitio destinado a tal fin, prepara los ambientes del catamarán para las actividades, dispone correctamente de los desechos derivados de la limpieza. En este cargo se encontrará el pocillero, quién se encargará de mantener la cristalería limpia y disponible para poder ser usada. Esta persona se encargará de supervisar que los baños estén limpios y con todos los utensilios necesarios; del suministro de hielo a los meseros o al bartender y tener el catamarán limpio.
- **Capitán:** el capitán es un marinero con licencia que es el máximo responsable del catamarán. Es la autoridad final para todos a bordo, incluidos los oficiales, compañeros, tripulación y pasajeros. El capitán deberá comunicarse con la autoridad portuaria cada vez que zarpe y llegue al muelle. Esta persona será responsable del transporte seguro de los pasajeros utilizando ayudas de

navegación para determinar la velocidad y la ubicación del barco, el capitán dirige el pilotaje del barco y evita los peligros. Entre otra de las actividades que debe cumplir el capitán de la nave están:

- Supervisar el mantenimiento de los motores de la nave y el mantenimiento general.
 - Asegurar el cumplimiento de todos los protocolos marítimos y las normas de seguridad.
 - Saludar y socializar con los huéspedes.
 - Mantener los certificados y la documentación del barco.
- **Marinero:** esta persona será responsable de reparar, vigilar y preparar la mayoría de los equipos de cubierta, como los equipos de manejo. Durante el atraque o la salida, el marinero maneja las líneas de amarre del catamarán. En el mar, deberá vigilar y dirigir el barco siguiendo las instrucciones del capitán. Además, estará a cargo de los botes y chalecos salvavidas, así como de las normas de seguridad y contra incendios. Deberá ser cordial con los invitados y estar dispuesto a responder cualquier pregunta y en caso de no saber dirigirlo hacia alguien que pueda ayudarlo.

7.4. Reclutamiento y Selección

El reclutamiento y selección se llevará a cabo antes de la apertura, con la finalidad que los empleados estén seguros y entrenados para dar un servicio en alta mar. Se seleccionará a residentes de Manta para contratar, ya que no será necesario transportarlos muy lejos de sus casas. Se requiere de personas altamente capacitadas a fin de prestar un servicio excepcional; no solo por ser un servicio de lujo, sino para servir como ejemplo de buen servicio en el país.

Será responsable la empresa de brindar esta capacitación cada 6 meses a los empleados, así como su monitoreo con el fin de que se cumpla lo ofrecido y verificar que realmente está funcionando la constante preparación de los trabajadores.

Es necesario tener en cuenta ciertos puntos claves a la hora de seleccionar al personal como:

- Para el caso del administrador general, será necesario que tenga una licenciatura en administración de servicios hospitalarios, administración de alimentos y bebidas o un curso vocacional en el sector de bares. Los cursos útiles consisten en contabilidad, manejo seguro de alimentos, manejo y capacitación en servicio.
- Para el subadministrador será necesario experiencia como asistente en servicios hospitalarios o algún puesto similar. Familiaridad con los principios financieros y de servicio al cliente. Buenas habilidades matemáticas como analizar informes, hojas de cálculo y estadísticas de ventas y sobre todo liderazgo.
- Para el reclutamiento de los meseros, se requerirá de personas con experiencia de servicio al cliente, que denoten una personalidad cálida, atenta y buena presencia. Comprometidos con la entrega de altos niveles de servicio al cliente y capacidad para trabajar bajo presión.

Cabe resaltar que no todos los meseros pertenecerán a la nómina de la empresa, pues habrá otros que serán aportados por el servicio de catering, quien los proveerá de acuerdo con las necesidades del evento o tour.

- Para la selección del bartender se tomará en cuenta su currículum y experiencia laboral demostrada como *barman*. El conocimiento de una segunda lengua es un plus, así como una actitud positiva y excelentes habilidades comunicativas.

Solo se tendrá un barman dentro de la nómina, para el turno de las noches, mientras que para el resto de los turnos igual se dispondrá de personal aportado por el catering.

- Para la elección de cajeros, ellos deberán tener experiencia en cargos similares y un buen conocimiento del funcionamiento de las cajas registradoras, así como también el Data Fast para procesar pagos con tarjetas, conocimientos básicos de PC, buenas habilidades en lógica matemáticas, fuertes habilidades de comunicación y gestión del tiempo. Además, contar con disponibilidad para turnos de noche y fines de semana.
- Para el cargo de mantenimiento no será necesario que el aspirante cuente con algún título académico, sin embargo, será necesario que pueda trabajar bajo presión y con agilidad en las actividades a realizar. Para este cargo, de igual manera, solo se tendrá un pocillero en nómina para el turno de las noches, mientras que para el resto del día el catering a tercerizar se encargará de proveer el personal necesario para que se encargue de estas actividades.
- Para el cargo de capitán, será necesario que cumpla con una educación superior en una academia de marina, debe contar su licencia vigente y una experiencia de por lo menos 4 años.
- Para el caso del marinero, no será necesario un nivel de educación superior, sin embargo, es obligatorio tener el certificado como marinero capaz y el conocimiento de todas las partes de los barcos y la capacidad de atar nudos comunes. Para esto se pedirá una experiencia de mínimo 1 año.

7.4.1. Nómina Salarial.

Se va a contratar a cinco personas en total, nueve personas tendrán un contrato eventual y el resto se lo va a tercerizar. Por estas cinco personas se va a pagar un total mensual de \$3,816.41, este costo ya incluye los costos adicionales patronales como aporte al IESS del 12,15%, vacaciones, seguros de vida y alimentación. Y aportes obligatorios como aporte personal al IESS del 9.45%, horas extras, jornada nocturna, décimo tercero, décimo cuarto y fondos de reserva. Los datos tienen incluidos los feriados y sus pagos adicionales.

Es importante mencionar que aparte de la nómina a cargo de Lux Cruise, se tercerizará el catering, el cual incluirá el personal necesario y la vajilla para cubrir el personal faltante. En la **Tabla 45**, se puede observar con más detalle la información sobre la nómina.

Tabla 45. Nómina

PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL AÑO 2019

N°	DEPTO	CARGO	INGRESO REAL MENSUAL									COSTO ADICIONAL PATRONAL						
			IESS APORTE PERSONAL 9.45%	SALARIO NETO	SALARIO BASE	JORNADA NOCTURNA 25% 1.25	HORAS EXTRAS 100% \$ 2.00	SUBTOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA 8.33%	TOTAL INGRESOS	IESS APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	SEGURO DE VIDA	ALIMENTACIÓN	TOTAL	COSTO POR EMPLEADO
ADMINISTRATIVOS																		
1	Administración	Administrador General	\$ 63.12	\$ 604.80	\$ 600.00	\$ 31.25	\$ 36.67	\$ 667.92	\$ 55.66	\$ 32.83	\$ 55.64	\$ 812.05	\$ 81.15	\$ 27.83	\$ 15.99	\$ 55.00	\$ 179.97	\$ 992.02
2	Contabilidad	Cajero 1	\$ 41.94	\$ 401.84	\$ 398.65	\$ 20.76	\$ 24.36	\$ 443.77	\$ 36.98	\$ 32.83	\$ 36.97	\$ 550.56	\$ 53.92	\$ 18.49	\$ 15.99	\$ 55.00	\$ 143.40	\$ 693.96

3	Contabilidad	Cajero 2	\$ 41.94	\$ 401.84	\$ 398.65	\$ 20.76	\$ 24.36	\$ 443.77	\$ 36.98	\$ 32.83	\$ 36.97	\$ 550.56	\$ 53.92	\$ 18.49	\$ 15.99	\$ 55.00	\$ 143.40	\$ 693.96
4	Tripulación	Capitán	\$ 44.96	\$ 430.83	\$ 427.41	\$ 22.26	\$ 26.12	\$ 475.79	\$ 39.65	\$ 32.83	\$ 39.63	\$ 587.91	\$ 57.81	\$ 19.82	\$ 15.99	\$ 55.00	\$ 148.62	\$ 736.53
5	Tripulación	Marinero	\$ 42.36	\$ 405.92	\$ 402.70	\$ 20.97	\$ 24.61	\$ 448.28	\$ 37.36	\$ 32.83	\$ 37.34	\$ 555.82	\$ 54.47	\$ 18.68	\$ 15.99	\$ 55.00	\$ 144.13	\$ 699.95
TOTAL ROL			\$ 234.32	\$ 2,245.22	\$ 2,227.41	\$ 116.01	\$ 136.12	\$ 2,479.54	\$ 206.63	\$ 164.17	\$ 206.55	\$ 3,056.88	\$ 301.26	\$ 103.31	\$ 79.95	\$ 275.00	\$ 759.53	\$ 3,816.41

Elaboración propia

También se incluirán contratos eventuales de personal para los turnos de la discoteca, ver **Tabla 46**, con los cuales se mantendrá una relación laboral por máximo seis meses apegándose siempre a la ley tanto en el sueldo de los trabajadores como en los beneficios que les corresponderían por ley. Se va a realizar contratos eventuales para nueve personas, dando un total mensual de \$2,639.57, este valor incluye para cada persona seguro de vida, alimentación, un porcentaje de las vacaciones (ya que no cumple un año en la empresa), los aportes al IESS y el décimo tercero y cuarto, que se darán dependiendo de la época en la que sea el contrato. El valor de las vacaciones se calculó dividiendo el sueldo que recibe el trabajador al mes por veinticuatro; se divide para veinticuatro ya que se solo se recibe quince días de vacaciones, no treinta.

Tabla 46. Nómina Contratos Eventuales

CONTRATOS EVENTUALES
PRESUPUESTO MENSUAL DE PERSONAL AÑO 2019

N°	DEPTO	CARGO	IESS APORTE PERSONAL 9.45%	SALARIO NETO	INGRESO REAL MENSUAL					COSTO ADICIONAL PATRONAL					COSTO POR EMPLEADO
					SALARIO BASE	SUBTOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO \$172.38	TOTAL INGRESOS	IESS APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	SEGURO DE VIDA	ALIMENTACIÓN	TOTAL	
ADMINISTRATIVOS															
1	Administración	Subadministrador	\$ 24.81	\$ 237.69	\$ 262.50	\$ 262.50	\$ 21.88	\$ 14.37	\$ 298.74	\$ 31.89	\$ 10.94	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 90.33	\$ 389.07
2	Contabilidad	Cajero 1	\$ 16.48	\$ 157.93	\$ 174.41	\$ 174.41	\$ 14.53	\$ 14.37	\$ 203.31	\$ 21.19	\$ 7.27	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 75.96	\$ 279.27

3	Contabilidad	Cajero 2	\$ 16.48	\$ 157.93	\$ 174.41	\$ 174.41	\$ 14.53	\$ 14.37	\$ 203.31	\$ 21.19	\$ 7.27	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 75.96	\$ 279.27
4	Servicio	Capitán de servicio	\$ 16.47	\$ 157.77	\$ 174.24	\$ 174.24	\$ 14.52	\$ 14.37	\$ 203.13	\$ 21.17	\$ 7.26	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 75.93	\$ 279.06
5	Servicio	Mesero	\$ 16.45	\$ 157.61	\$ 174.06	\$ 174.06	\$ 14.51	\$ 14.37	\$ 202.93	\$ 21.15	\$ 7.25	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 75.90	\$ 278.83
6	Servicio	Bartender 1	\$ 16.45	\$ 157.61	\$ 174.06	\$ 174.06	\$ 14.51	\$ 14.37	\$ 202.93	\$ 21.15	\$ 7.25	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 75.90	\$ 278.83
7	Limpieza	Steward / Pocillero	\$ 16.45	\$ 157.61	\$ 174.06	\$ 174.06	\$ 14.51	\$ 14.37	\$ 202.93	\$ 21.15	\$ 7.25	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 75.90	\$ 278.83
8	Tripulación	Capitán	\$ 17.67	\$ 169.32	\$ 186.99	\$ 186.99	\$ 15.58	\$ 14.37	\$ 216.94	\$ 22.72	\$ 7.79	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 78.01	\$ 294.95
9	Tripulación	Marinero	\$ 16.65	\$ 159.53	\$ 176.18	\$ 176.18	\$ 14.68	\$ 14.37	\$ 205.23	\$ 21.41	\$ 7.34	\$ 10.00	\$ 37.50	\$ 76.25	\$ 281.47
TOTAL ROL			\$ 157.90	\$ 1,513.01	\$ 1,670.91	\$ 1,670.91	\$ 139.24	\$ 129.29	\$ 1,939.44	\$ 203.02	\$ 69.62	\$ 90.00	\$ 337.50	\$ 700.14	\$ 2,639.57

Elaboración propia

Por último, se circunscribirán contratos civiles, mas no laborales en cuanto a los servicios profesionales que se requerirán solo por casos específicos, como por ejemplo a un contador quien se encargará de los trámites tributarios que se requieran para mantener la empresa al día con todas sus obligaciones y que verifique que toda la parte financiera cuadre en los balances. Por otro lado, se requerirá los servicios profesionales de un abogado para trámites legales de ser necesarios, como la elaboración de contratos y todo lo demás que tenga que ver con el correcto funcionamiento de la empresa en la parte reglamentaria. Al ser servicios profesionales, se requerirá factura por parte de estos cargos para que se cumpla la obligación civil.

8. PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

Para concretar el proyecto, se necesita saber los costos y presupuestos para cada área del proyecto, con esos costos se podrá analizar la factibilidad del proyecto.

8.1. Construcción

Se necesita una remodelación del catamarán ya que su estado actual es para uso personal, mas no público; además, su decoración es antigua. Se necesitará un desmontaje de mobiliario existente que tendrá un valor total de \$18.102,50, esto no solo sacará los muebles que no se necesitan, pero se los rehusará para adecuarlos al ambiente buscado. El cambio de pisos, puertas, sanitarios y pinturas tendrá un valor total de \$2.891,86. Por último, el desalojo de los materiales restantes y la limpieza general del producto final costará \$1.188,59, esto dejará el catamarán listo para su apertura al público. La suma de los tres valores mencionados

recientemente más el 12% del IVA, que representa un \$2.661,93, da un valor total de construcción de \$24.844,70. Se puede apreciar estos valores en la **Tabla 47**.

Tabla 47. Construcción

No	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Remodelación Catamarán - LUX CRUISE					
1	Desmontaje de mobiliario y adecuaciones varias reutilizando mobiliario existente.	M ²	325	\$ 55.70	\$ 18,102.50
2	Obra Civil: cambios de pisos, mampostería, puertas, piezas sanitarias y pintura.	M ²	186.56	\$ 15.50	\$ 2,891.68
3	Desalojo y limpieza final de obra.	M ²	1	\$ 1,188.59	\$ 1,188.59
Subtotal					\$ 22,182.77
IVA 12%					\$ 2,661.93
Total					\$ 24,844.70

Elaboracion propia

8.2. Diseño

Para el diseño del catamarán, se pagará costos de planos arquitectónicos y remodelaciones de inmuebles. Entre estos costos se contemplarán los accesorios y artefactos necesarios para crear el ambiente deseado. Los costos para el diseño se separan en dos partes. Una es los planos arquitectónicos que da un valor de \$125,50 y otra es todo lo que incluye el diseño del catamarán que da un valor de \$1.202,50. Estos valores mencionados más el IVA del 12%, que representa \$159.36, da un precio total de \$1,487.36. Ver **Tabla 48**.

Tabla 48. Diseño

Nº	Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Remodelación Catamarán - LUX CRUISE					
1	Diseño de catamarán	M ²	325	\$ 3.70	\$ 1,202.50
2	Planos impresos y digitales	Unidad	1	\$ 125.50	\$ 125.50
Subtotal					\$ 1,328.00
IVA 12%					\$ 159.36
Total					\$ 1,487.36

Elaboración propia

8.3. Pre-opening

Se pueden ver los costos necesarios antes de abrir el catamarán y poder obtener utilidades. En estos costos se incluyen costos por reclutamiento y entrenamiento del personal por un valor de \$800, por la calidad de servicio que se espera entregar, es necesario que el personal esté altamente capacitado para dar un servicio de lujo. Otro valor es de suministros y limpieza extra necesaria antes de poder abrir, estas actividades tendrán un valor de \$300. Al concentrarse en un mercadeo digital, es indispensable poner en funcionamiento una página web que cumpla con el concepto del catamarán, esto tendrá un valor de \$1300. Es indispensable proveer un monto para el capital de trabajo (ver Anexo 8), con eso se crea una reserva que cubrirá los costos fijos los primeros tres meses de apertura en caso de poca acogida. Es fundamental poder cubrir los valores mencionados ya que se necesita de esas actividades para el completo funcionamiento del catamarán. Ver **Tabla 49**.

Tabla 49. Pre-opening

LUX CRUISE	
<i>Pre - opening</i>	
Actividad	Costo
Entrenamiento y reclutamiento del personal	\$ 800.00
Suministros y limpieza	\$ 300.00
Desarrollo de web y redes sociales	\$ 1,300.00
Costos operativos iniciales	\$101,442.59
Total	\$103,842.59

Elaboración propia

8.4. Reparto de particiones

La inversión recibida es de cuatro socios capitalistas que crearán una compañía limitada. La inversión final es de \$755,950.92, se espera tener el retorno de la inversión en máximo siete años. Al ser una inversión alta, a largo plazo y que alberga varios servicios, se expande el tiempo de retorno. La utilidad anual que aporte la compañía se le va a restar una reserva estatutaria y una reserva legal. La primera sirve para proyectos futuros, estos pueden ser nuevas construcciones o remodelaciones. La reserva legal es para todos los problemas legales que puedan ocurrir y para cubrir cualquier gasto extra durante el año.

Ambas reservas son una especie de alcancía que se usa en momentos específicos y de necesidad. El resto de la utilidad neta se divide en cuatro partes iguales, ya que cada socio será dueño del 25% de la empresa, y se paga a los dueños.

Para el escenario negativo, la menor cantidad que se le repartirá a un socio es de \$18,458.32, la mayor cantidad será de \$27,744.72 en los siete años analizados. Ver **Tabla 50**.

Tabla 50. Reparto de particiones – Escenario Negativo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
= Utilidad Neta	\$ 87,232.14	\$ 94,719.62	\$ 102,148.00	\$ 109,510.03	\$ 116,798.01	\$ 124,003.79	\$ 131,118.71
Reserva Estatutaria 8%	\$ 6,978.57	\$ 7,577.57	\$ 8,171.84	\$ 8,760.80	\$ 9,343.84	\$ 9,920.30	\$ 10,489.50
Saldo	\$ 80,253.57	\$ 87,142.05	\$ 93,976.16	\$ 100,749.23	\$ 107,454.17	\$ 114,083.49	\$ 120,629.22
Reserva Legal 8%	\$ 6,420.29	\$ 6,971.36	\$ 7,518.09	\$ 8,059.94	\$ 8,596.33	\$ 9,126.68	\$ 9,650.34
Saldo	\$ 73,833.28	\$ 80,170.69	\$ 86,458.07	\$ 92,689.29	\$ 98,857.84	\$ 104,956.81	\$ 110,978.88
Reparto de particiones por socio	\$ 18,458.32	\$ 20,042.67	\$ 21,614.52	\$ 23,172.32	\$ 24,714.46	\$ 26,239.20	\$ 27,744.72

Elaboración propia

Para un escenario normal, la menor cantidad que se le va a repartir a un socio será de \$42,107.15, y la mayor cantidad será de \$53,268.90.

Para más información ver **Tabla 51**.

Tabla 51. Reparto de particiones – Escenario Normal

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
= Utilidad Neta	\$ 198,994.11	\$ 207,912.15	\$ 216,789.39	\$ 225,618.83	\$ 234,393.01	\$ 243,104.00	\$ 251,743.41
Reserva Estatutaria 8%	\$ 15,919.53	\$ 16,632.97	\$ 17,343.15	\$ 18,049.51	\$ 18,751.44	\$ 19,448.32	\$ 20,139.47
Saldo	\$ 183,074.58	\$ 191,279.18	\$ 199,446.24	\$ 207,569.33	\$ 215,641.57	\$ 223,655.68	\$ 231,603.93
Reserva Legal 8%	\$ 14,645.97	\$ 15,302.33	\$ 15,955.70	\$ 16,605.55	\$ 17,251.33	\$ 17,892.45	\$ 18,528.31
Saldo	\$ 168,428.61	\$ 175,976.84	\$ 183,490.54	\$ 190,963.78	\$ 198,390.24	\$ 205,763.22	\$ 213,075.62
Reparto de particiones por socio	\$ 42,107.15	\$ 43,994.21	\$ 45,872.64	\$ 47,740.94	\$ 49,597.56	\$ 51,440.81	\$ 53,268.90

Elaboración propia

En un escenario positivo, la menor cantidad de reparto por socio será de \$60,680.47, y la mayor será de \$73,315.08. Ver **Tabla 52**.

Tabla 52. Reparto de particiones – Escenario Positivo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
= Utilidad Neta	\$ 286,769.70	\$ 296,811.27	\$ 306,826.42	\$ 316,808.33	\$ 326,749.73	\$ 336,642.89	\$ 346,479.60
Reserva Estatutaria 8%	\$ 22,941.58	\$ 23,744.90	\$ 24,546.11	\$ 25,344.67	\$ 26,139.98	\$ 26,931.43	\$ 27,718.37
Saldo	\$ 263,828.12	\$ 273,066.36	\$ 282,280.31	\$ 291,463.67	\$ 300,609.75	\$ 309,711.46	\$ 318,761.23
Reserva Legal 8%	\$ 21,106.25	\$ 21,845.31	\$ 22,582.42	\$ 23,317.09	\$ 24,048.78	\$ 24,776.92	\$ 25,500.90
Saldo	\$ 242,721.87	\$ 251,221.05	\$ 259,697.88	\$ 268,146.57	\$ 276,560.97	\$ 284,934.54	\$ 293,260.33
Reparto de particiones por socio	\$ 60,680.47	\$ 62,805.26	\$ 64,924.47	\$ 67,036.64	\$ 69,140.24	\$ 71,233.64	\$ 73,315.08

Elaboración propia

8.5. Costos vs. Precios

En las siguientes tablas se muestran los costos de adquirir el producto o servicio y en cuánto se lo está vendiendo. Así mismo, se muestran las diferencias tanto monetarias como porcentuales del costo y el precio de venta. Los precios analizados no incluyen IVA.

En la **Tabla 53**, se puede apreciar la diferencia, tanto porcentual como monetaria de los costos y precios de venta de las bebidas alcohólicas por unidad. Los precios de venta son elegidos de acuerdo con la competencia, para entrar efectivamente al mercado.

Tabla 53. Costos vs. Precios - Bebidas

Producto	Costo de Venta	Precio de venta	Diferencia	Diferencia Porcentual
Pilsener	\$ 1.08	\$ 2.50	\$ 1.43	232.6
Pilsener Light	\$ 1.08	\$ 2.50	\$ 1.43	232.6
Club	\$ 1.24	\$ 3.50	\$ 2.26	281.9
Stella Artois	\$ 2.33	\$ 5.00	\$ 2.67	214.4
Corona	\$ 2.55	\$ 5.00	\$ 2.45	196.1
Heineken	\$ 1.85	\$ 5.00	\$ 3.15	270.3
Johnnie Walker - Red Label	\$ 17.76	\$ 45.00	\$ 27.24	253.4
Johnnie Walker - Black Label	\$ 49.90	\$ 95.00	\$ 45.10	190.4
Buchanan´s	\$ 55.00	\$ 105.00	\$ 50.00	190.9
Chivas Regal 12 A.	\$ 49.32	\$ 70.00	\$ 20.68	141.9
Grey Goose	\$ 43.99	\$ 85.00	\$ 41.01	193.2
Sky Vodka	\$ 14.52	\$ 30.00	\$ 15.48	206.6
Absolut Vodka	\$ 26.11	\$ 45.00	\$ 18.89	172.3
Patrón Silver	\$ 113.19	\$ 165.00	\$ 51.81	145.8
Don Julio	\$ 60.00	\$ 115.00	\$ 55.00	191.7
José Cuervo	\$ 49.50	\$ 99.00	\$ 49.50	200.0
Aguardiente Antioqueño	\$ 17.07	\$ 39.00	\$ 21.93	228.5
Jack Daniel´s	\$ 75.26	\$ 90.00	\$ 14.74	119.6
Agua sin gas	\$ 0.34	\$ 0.80	\$ 0.46	235.9
Agua tónica botella	\$ 2.56	\$ 6.00	\$ 3.44	234.4
Agua mineral	\$ 0.99	\$ 4.00	\$ 3.01	404.0
Gaseosas	\$ 0.22	\$ 1.20	\$ 0.98	547.5
Jugo de naranja	\$ 0.91	\$ 3.00	\$ 2.10	331.5
Sea Breeze	\$ 1.37	\$ 6.50	\$ 5.13	473.5
Moscow Mule	\$ 1.35	\$ 6.50	\$ 5.15	482.1
Saltamontes	\$ 1.43	\$ 7.00	\$ 5.57	490.7
Margarita	\$ 2.36	\$ 6.00	\$ 3.64	253.9

Elaboración propia

La **Tabla 54** muestra las diferencias de los costos y los precios de venta de los licores. La diferencia con la **Tabla 53** es que estos precios son individuales. Se usan precios altos para no ser afectados por posibles tasas de inflación y para que las personas prefieran comprar la botella entera.

Tabla 54. Costos vs. Precios – Bebidas en Vaso o Shot

Producto	Costo de venta vaso	Precio de venta vaso	Precio de venta vaso con Impuestos	Diferencia	Diferencia Porcentual
Johnnie Walker - Red Label	\$ 1.18	\$ 6.50	\$ 7.28	\$ 5.32	549.0
Johnnie Walker - Black Label	\$ 3.33	\$ 8.50	\$ 9.52	\$ 5.17	255.5
Buchanan´s	\$ 3.67	\$ 9.00	\$ 10.08	\$ 5.33	245.5
Chivas Regal 12 A.	\$ 3.29	\$ 8.00	\$ 8.96	\$ 4.71	243.3
Grey Goose	\$ 8.80	\$ 10.00	\$ 11.20	\$ 1.20	113.7
Sky Vodka	\$ 1.45	\$ 6.50	\$ 7.28	\$ 5.05	447.7
Absolut Vodka	\$ 2.61	\$ 7.00	\$ 7.84	\$ 4.39	268.1
Patrón Silver	\$ 3.14	\$ 7.00	\$ 7.84	\$ 3.86	222.6
Don Julio	\$ 1.67	\$ 6.00	\$ 6.72	\$ 4.33	360.0
José Cuervo	\$ 1.38	\$ 5.00	\$ 5.60	\$ 3.63	363.6
Aguardiente Antioqueño	\$ 0.47	\$ 3.00	\$ 3.36	\$ 2.53	632.7
Jack Daniel´s	\$ 5.02	\$ 8.00	\$ 8.96	\$ 2.98	159.4

Elaboración propia

En la **Tabla 55** se muestran las diferencias de los costos y los precios en los paquetes que ofrece la discoteca, así como en el valor de la entrada. Cabe resaltar que la botella de whiskey será la marca Johnnie Walker - Red Label.

Tabla 55. Costos vs. Precios – Paquetes Discoteca

Paquetes	Costo de venta	Precio de venta	Precio de venta Paquete	Precio de venta Paquete Con Impuesto	Diferencia	Diferencia Porcentual
Entrada	\$8.11	\$22.00	\$22.00	\$24.64	\$13.89	271.4
Entrada + <i>bucket</i> de cervezas nacionales	\$12.63	\$33.33	\$28.00	\$31.36	\$15.37	221.7
Entrada + 4 cocteles a su elección	\$14.62	\$48.00	\$43.00	\$48.16	\$28.38	294.2
Entrada + 1 botella de whiskey	\$25.87	\$67.00	\$62.00	\$69.44	\$36.13	239.7

Elaboración propia

La **Tabla 56** muestra las diferencias porcentuales y monetarias de los costos y los precios de venta de los paquetes que se ofrecen en los tours. Se sacó el precio de venta adecuándose a la competencia y al tipo de servicio que se está ofreciendo

Tabla 56. Costos vs. Precios – Paquetes Tour

Paquete	Costo	Precio de venta	Con Impuesto	Diferencia	Diferencia Porcentual
Solo Tour	\$9.64	\$19.00	\$21.28	\$9.36	197.0
Piqueos limitados, 3 bebidas alcohólicas y aguas y gaseosas ilimitadas	\$15.00	\$25.00	\$28.00	\$10.00	166.6
Piqueos limitados, bebidas alcohólicas y aguas y gaseosas ilimitadas	\$27.00	\$34.00	\$38.08	\$7.00	125.9

Elaboración propia

La **Tabla 57** muestra los costos y precios de venta con sus diferencias de valores. Se escogieron los precios de venta de acuerdo con la competencia existente y que exista un margen de rentabilidad aun cuando haya baja rotación.

Tabla 57. Costos vs. Precios – Paquetes Evento

Costos vs. Precios por persona					
Paquete	Costo	Precio de venta	Precio de venta con impuesto	Diferencia	Diferencia porcentual
Meseros y Limpieza	\$12.13	\$22.00	\$24.64	\$9.87	181.3
Meseros, DJ, Bebidas, Catering y Limpieza	\$20.92	\$29.00	\$32.48	\$8.08	138.6
Meseros, DJ, Bebidas, Catering, Decoración y Limpieza	\$25.75	\$35.00	\$39.20	\$9.25	135.9

Elaboración propia

8.6. Cristalería y utensilios

En la siguiente tabla, **Tabla 58**, se muestran los diferentes vasos copas y utensilios que se necesitará para el funcionamiento del catamarán, de acuerdo con su capacidad. En total se tendrán 270 vasos y copas, y 50 unidades entre utensilios y vajilla. Todo lo mencionado, da un costo final de \$1,172.54. Cualquier cobro extra por reposición saldrá de los fondos guardados en la reserva estatutaria.

Tabla 58. Cristalería y Utensilios

LUX CRUISE		
Utensilios y Cristalería		
Nombre	Cantidad	Costo
Coctelera	2	\$ 74.68
Cuchara de bar	2	\$ 3.80
<i>Jigger</i>	2	\$ 10.02
Jarras	10	\$ 35.30
Platos pequeños	10	\$ 28.10
Cuchillo	2	\$ 6.48
Cubeta	10	\$ 166.90
Mantel pulidor	4	\$ 9.95
Tabla	1	\$ 3.25
Vaso <i>HighBall</i> 12 onzas	30	\$ 21.25
<i>Moscow Mule Mug</i>	30	\$ 540.00
Copa <i>Cocktail</i> 9 onzas	30	\$ 41.40
Copa margarita de 7 oz.	30	\$ 100.20
Vasos de <i>shot</i>	30	\$ 9.30
Ceniceros	4	\$ 2.24
Vaso largo 10 oz.	30	\$ 30.60
Vaso whiskey corto 10.25 oz.	30	\$ 22.50
Vaso medidor	3	\$ 3.57
Copas Espumante	30	\$ 34.50
Copa cerveza alta Catalina 14.25 oz.	30	\$ 28.50
	Total	\$1,172.54

Elaboración propia

8.7. Inversión total

En este proyecto, la inversión total es alta con un total de \$755,950.92. De este valor mencionado el costo del catamarán y su adquisición es de \$601,500, lo que representa un 79.57% del total. En la **Tabla 59** se pueden observar los costos de inversión necesarios. La tabla muestra algunos de los costos previamente analizados.

Tabla 59. Inversión Total

LUX CRUISE	
INVERSIÓN	
Producto	Valor
Catamarán	\$ 600,000.00
Costos de adquisición	\$ 1,500.00
Sumadora Casio Dr-120tm	\$ 234.00
Extintores	\$ 3,000.00
Gabinete para extintores	\$ 180.00
Carteles	\$ 40.00
Congelador	\$ 1,153.80
Diseños planos arquitectónicos	\$ 1,487.36
Remodelación	\$ 24,844.70
Cristalería	\$ 1,172.54
Licuadora	\$ 239.22
Cable de extensión	\$ 61.48
Cámara de seguridad	\$ 215.54
Permisos municipales y notaría	\$ 700.00
Emisión de credencial portuaria	\$ 15,308.00
<i>Pre-opening</i>	\$ 103,842.59
Parlantes	\$ 899.95
Hielera	\$ 155.00
Dispensador de jabón	\$ 73.50
Basurero pequeño	\$ 85.00
Basurero industrial	\$ 85.00
Basurero cenicero	\$ 114.24
Casilleros	\$ 35.00
Laptop	\$ 500.00
Botiquín de Primeros Auxilios	\$ 24.00
Total	\$ 755,950.92

Elaboración propia

8.8. Punto de equilibrio

La **Tabla 60** muestra el punto de equilibrio al que necesita llegar cada servicio para sobrevivir. La discoteca con unos costos fijos de \$24,125.31, un precio de venta unitario de \$22 y un costo variable unitario de \$8.11, necesita unas ventas de \$1.736.29 para llegar a su punto de equilibrio. El segmento de tour con costos fijos de \$23,745.94, precio de venta unitario de \$26 y un costo variable unitario de \$9.64, necesita unas ventas de \$1.444.36 para llegar a su punto de equilibrio. El servicio de evento con costos fijos de \$2,511.23, precio de venta unitario de \$28.67 y un costo variable unitario de \$12.13, necesita unas ventas de \$151.87 para llegar a su punto de equilibrio.

Tabla 60. Punto de Equilibrio

LUX CRUISE - PUNTO DE EQUILIBRIO					
Servicio	Costos Fijos	Precio de venta unitario	Costo variable unitario	Pv - Cv	Punto de equilibrio
Discoteca	\$ 24,125.31	\$ 22.00	\$ 8.11	\$ 13.89	\$ 1,736.29
Tour	\$ 23,745.94	\$ 26.00	\$ 9.56	\$ 16.44	\$ 1,444.36
Evento	\$ 2,511.23	\$ 28.67	\$ 12.13	\$ 16.54	\$ 151.87

Elaboración propia

8.9. Rentabilidad

Según los datos del estado de pérdidas y ganancias, que se han podido realizar basándose en las encuestas y en la competencia, los resultados financieros obtenidos son positivos, pero no en todos los escenarios realizados, pues en el negativo se presenta un VAN negativo. A pesar de tener una inversión mínima en materia prima, el costo más elevado que influye notablemente en el proyecto es el del activo principal que es el catamarán, lo cual elevó por encima de lo normal el costo de inversión de este proyecto de entretenimiento.

A continuación, se presentará el análisis de un escenario negativo, uno normal y uno positivo, que respaldan las decisiones financieras tomadas. El normal muestra las estadísticas que actualmente están sucediendo en la ciudad de Manta.

En el escenario negativo, ver **Tabla 61**, con cheque promedio de \$61.01 en discoteca, \$26 en tour y \$28.67 en evento se obtiene unas ventas totales el primero año de \$907,190.82. Se obtiene un TIR positivo con un 6% y un VAN negativo con \$192.914.08; con estos datos si se acepta el proyecto ya que para una inversión con esa cantidad, se debería analizar más de los siete años que se tienen presentes en este estudio. El *payback* descontado, dice que se recuperará la inversión en once años, cero meses y veintinueve días (ver Anexo 16).

Tabla 61. Rentabilidad – Escenario Negativo

Servicio		Cheque promedio	Tipo de servicio	Rotación/Ocupación
Capacidad:	69	\$ 61.01	Discoteca	77.75%
		\$ 26.00	Tour	62.25%
		\$ 28.67	Evento	44.92%
Ventas	Discoteca	Tour	Evento	Total
	\$ 392,764.08	\$ 482,442.48	\$ 31,984.26	\$ 907,190.82

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ventas	\$ 907,190.82	\$ 918,802.86	\$ 930,563.54	\$ 942,474.75	\$ 954,538.4 3	\$ 966,756.5 2	\$ 979,131.0 0
+ Total Ingresos departamentales	\$ 907,190.82	\$ 918,802.86	\$ 930,563.54	\$ 942,474.75	\$ 954,538.4 3	\$ 966,756.5 2	\$ 979,131.0 0
Costos y Gastos Discoteca	\$ 289,503.69	\$ 288,577.28	\$ 287,653.83	\$ 286,733.34	\$ 285,815.7 9	\$ 284,901.1 8	\$ 283,989.5 0
Costos y Gastos Tour	\$ 284,951.25	\$ 284,039.41	\$ 283,130.48	\$ 282,224.47	\$ 281,321.3 5	\$ 280,421.1 2	\$ 279,523.7 7
Costos y Gastos Evento	\$ 30,134.78	\$ 30,038.35	\$ 29,942.22	\$ 29,846.41	\$ 29,750.90	\$ 29,655.70	\$ 29,560.80
- Total Costos y Gastos departamentales	\$ 604,589.72	\$ 602,655.03	\$ 600,726.54	\$ 598,804.21	\$ 596,888.0 4	\$ 594,978.0 0	\$ 593,074.0 7
= utilidad Departamental	\$ 302,601.10	\$ 316,147.83	\$ 329,837.00	\$ 343,670.54	\$ 357,650.3 9	\$ 371,778.5 2	\$ 386,056.9 3

Administración	\$ 16,573.08	\$ 16,947.63	\$ 17,330.65	\$ 17,722.32	\$ 18,122.85	\$ 18,532.42	\$ 18,951.26
Legal	\$ 6,000.00	\$ 6,135.60	\$ 6,274.26	\$ 6,416.06	\$ 6,561.07	\$ 6,709.35	\$ 6,860.98
Contabilidad	\$ 1,200.00	\$ 1,227.12	\$ 1,254.85	\$ 1,283.21	\$ 1,312.21	\$ 1,341.87	\$ 1,372.20

= utilidad antes de impuestos	\$ 102,626.04	\$ 111,434.85	\$ 120,174.12	\$ 128,835.33	\$ 137,409.43	\$ 145,886.81	\$ 154,257.31
(15% Empleados)	\$ 15,393.91	\$ 16,715.23	\$ 18,026.12	\$ 19,325.30	\$ 20,611.41	\$ 21,883.02	\$ 23,138.60
Saldo	\$ 87,232.14	\$ 94,719.62	\$ 102,148.00	\$ 109,510.03	\$ 116,798.01	\$ 124,003.79	\$ 131,118.71
(0% Impuesto a la renta)	\$ -						
= Utilidad Neta	\$ 87,232.14	\$ 94,719.62	\$ 102,148.00	\$ 109,510.03	\$ 116,798.01	\$ 124,003.79	\$ 131,118.71
Reserva Estatutaria 8%	\$ 6,978.57	\$ 7,577.57	\$ 8,171.84	\$ 8,760.80	\$ 9,343.84	\$ 9,920.30	\$ 10,489.50
Saldo	\$ 80,253.57	\$ 87,142.05	\$ 93,976.16	\$ 100,749.23	\$ 107,454.17	\$ 114,083.49	\$ 120,629.22
Reserva Legal 8%	\$ 6,420.29	\$ 6,971.36	\$ 7,518.09	\$ 8,059.94	\$ 8,596.33	\$ 9,126.68	\$ 9,650.34
Saldo	\$ 73,833.28	\$ 80,170.69	\$ 86,458.07	\$ 92,689.29	\$ 98,857.84	\$ 104,956.81	\$ 110,978.88
Reparto de particiones por socio	\$ 18,458.32	\$ 20,042.67	\$ 21,614.52	\$ 23,172.32	\$ 24,714.46	\$ 26,239.20	\$ 27,744.72

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos

= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 132,626.04	\$ 141,434.85	\$ 150,174.12	\$ 158,835.33	\$ 167,409.4 3	\$ 175,886.8 1	\$ 184,257.3 1
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 132,626.04	\$ 141,434.85	\$ 150,174.12	\$ 158,835.33	\$ 167,409.4 3	\$ 175,886.8 1	\$ 184,257.3 1
- Impuestos de la operación	\$ 15,393.91	\$ 16,715.23	\$ 18,026.12	\$ 19,325.30	\$ 20,611.41	\$ 21,883.02	\$ 23,138.60
= Flujo operativo después de impuestos	\$ 117,232.14	\$ 124,719.62	\$ 132,148.00	\$ 139,510.03	\$ 146,798.0 1	\$ 154,003.7 9	\$ 161,118.7 1
Flujo de Caja Total	\$ 117,232.14	\$ 124,719.62	\$ 132,148.00	\$ 139,510.03	\$ 146,798.0 1	\$ 154,003.7 9	\$ 161,118.7 1

Cálculo de impuestos para el flujo operativo							
(EBITDA)	\$ 132,626.04	\$ 141,434.85	\$ 150,174.12	\$ 158,835.33	\$ 167,409.4 3	\$ 175,886.8 1	\$ 184,257.3 1
- Depreciación	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
= utilidad antes de impuestos	\$ 102,626.04	\$ 111,434.85	\$ 120,174.12	\$ 128,835.33	\$ 137,409.4 3	\$ 145,886.8 1	\$ 154,257.3 1
- 15% trabajadores	\$ 15,393.91	\$ 16,715.23	\$ 18,026.12	\$ 19,325.30	\$ 20,611.41	\$ 21,883.02	\$ 23,138.60

saldo	\$ 87,232.14	\$ 94,719.62	\$ 102,148.00	\$ 109,510.03	\$ 116,798.0 1	\$ 124,003.7 9	\$ 131,118.7 1
- 0 % impuesto renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Paso 3	
Inversión	\$ 755,950.9 2

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
\$ (755,950.92)	\$ 117,232.14	\$ 124,719.62	\$ 132,148.00	\$ 139,510.03	\$ 146,798.0 1	\$ 154,003.7 9	\$ 161,118.7 1

Costo de Capital	15%
------------------	-----

VP	\$563,036.85
Inversión Inicial	\$(755,950.92)
VAN	(\$192,914.08)

TIR	6%
-----	----

DISCOUNTED PAYBACK

11.08

Elaboración propia

En este escenario, se recomienda la propuesta de conseguir un préstamo del banco. Se analizó un escenario, (ver Anexo 9), en el cual un 50% de la inversión sea capital propio y el resto se apalancará con el banco. Según el Banco Central del Ecuador, hasta marzo del 2019 para un Productivo Empresarial las tasas anuales van a tener un mínimo de 9.92% y un máximo de 10.21% (Banco Central del Ecuador, 2019). Se utilizó un promedio de ambos, teniendo una tasa de 10%. Según la tabla de amortización, (ver Anexo 10), se pagará un total de impuestos de \$221,421.37, dando un préstamo total de \$599,396.83. Se incrementó la inversión en un 79%. El *Loan-To-Value* es del 50%, con una tasa de interés del 10%, esto da una tasa de interés mensual del 0.83%. En diez años se tendrá 120 periodos con un pago por cada uno de \$4,994.97, (ver Anexo 11).

Para el escenario con préstamo bancario se analizó, al igual que los otros escenarios, a siete años. Esto dio un TIR de 11%, un 5% de diferencia entre un préstamo bancario y usar únicamente capital propio. Dio un VAN negativo de \$44,797.05. Si se calcula en porcentaje, la diferencia con la inversión del escenario negativo da un negativo 25.5% y la del préstamo bancario da un negativo 5.93%. El *payback* descontado, (ver Anexo 16), dio un periodo de recuperación de siete años, diez meses y veinticuatro días. La diferencia de recuperación de los dos escenarios

es de 3.18, lo que quiere decir, tres años, dos meses y cinco días. Para el escenario negativo, se consideraría buscar un préstamo bancario para no invertir todo el capital propio en un modelo de negocios riesgoso.

En un escenario normal, ver **Tabla 62**, con cheque promedio de \$61.01 en discoteca, \$26 en tour y \$28.67 en evento se obtiene unas ventas totales el primero año de \$1,038,675.49. Los datos evidenciados mejoran, pues el TIR está en 26% lo cual es un buen indicador y el VAN esta positivo con un valor de \$286,927.31, lo cual lo convierte en un buen escenario y un proyecto factible. Según el *payback* descontado, se recuperará la inversión en cuatro años, seis meses y siete días (ver Anexo 16).

Tabla 62. Rentabilidad – Escenario Normal

Servicio				
Capacidad:	69	Cheque promedio	Tipo de servicio	Rotación/Ocupación
		\$ 61.01	Discoteca	84.00%
		\$ 26.00	Tour	73.92%
		\$ 28.67	Evento	58.25%
Ventas	Discoteca	Tour	Evento	Total
	\$ 424,336.75	\$ 572,860.08	\$ 41,478.66	\$ 1,038,675.49

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Ventas	\$ 1,038,675.49	\$ 1,051,970.54	\$ 1,065,435.76	\$ 1,079,073.34	\$ 1,092,885.4 8	\$ 1,106,874.4 1	\$ 1,121,042.4 0
+ Total Ingresos departamentales	\$ 1,038,675.49	\$ 1,051,970.54	\$ 1,065,435.76	\$ 1,079,073.34	\$ 1,092,885.4 8	\$ 1,106,874.4 1	\$ 1,121,042.4 0
Costos y Gastos Discoteca	\$ 289,503.69	\$ 288,577.28	\$ 287,653.83	\$ 286,733.34	\$ 285,815.79	\$ 284,901.18	\$ 283,989.50
Costos y Gastos Tour	\$ 284,951.25	\$ 284,039.41	\$ 283,130.48	\$ 282,224.47	\$ 281,321.35	\$ 280,421.12	\$ 279,523.77
Costos y Gastos Evento	\$ 30,134.78	\$ 30,038.35	\$ 29,942.22	\$ 29,846.41	\$ 29,750.90	\$ 29,655.70	\$ 29,560.80
- Total Costos y Gastos departamentales	\$ 604,589.72	\$ 602,655.03	\$ 600,726.54	\$ 598,804.21	\$ 596,888.04	\$ 594,978.00	\$ 593,074.07
= utilidad Departamental	\$ 434,085.77	\$ 449,315.50	\$ 464,709.22	\$ 480,269.13	\$ 495,997.44	\$ 511,896.41	\$ 527,968.34

Administración	\$ 16,573.08	\$ 16,947.63	\$ 17,330.65	\$ 17,722.32	\$ 18,122.85	\$ 18,532.42	\$ 18,951.26
Legal	\$ 6,000.00	\$ 6,135.60	\$ 6,274.26	\$ 6,416.06	\$ 6,561.07	\$ 6,709.35	\$ 6,860.98
Contabilidad	\$ 1,200.00	\$ 1,227.12	\$ 1,254.85	\$ 1,283.21	\$ 1,312.21	\$ 1,341.87	\$ 1,372.20
Recursos Humanos	\$ 4,800.00	\$ 4,908.48	\$ 5,019.41	\$ 5,132.85	\$ 5,248.85	\$ 5,367.48	\$ 5,488.78
Mercadeo	\$ 1,440.00	\$ 1,472.54	\$ 1,505.82	\$ 1,539.86	\$ 1,574.66	\$ 1,610.24	\$ 1,646.63

Seguridad	\$ 26,328.69	\$ 26,923.72	\$ 27,532.20	\$ 28,154.42	\$ 28,790.71	\$ 29,441.38	\$ 30,106.76
Mantenimiento	\$ 5,483.52	\$ 5,607.45	\$ 5,734.18	\$ 5,863.77	\$ 5,996.29	\$ 6,131.81	\$ 6,270.38
Combustible	\$ 61,864.32	\$ 65,204.99	\$ 68,726.06	\$ 72,437.27	\$ 76,348.88	\$ 80,471.72	\$ 84,817.20
- Total Gastos No Distribuidos	\$ 123,689.61	\$ 128,427.54	\$ 133,377.44	\$ 138,549.77	\$ 143,955.52	\$ 149,606.27	\$ 155,514.18
= utilidad después de gastos operativos no distribuidos	\$ 310,396.16	\$ 320,887.97	\$ 331,331.79	\$ 341,719.36	\$ 352,041.92	\$ 362,290.14	\$ 372,454.15

Seguros a la propiedad	\$ 12,000.00						
Impuesto predial	\$ -						
Derechos de puerto	\$ 34,285.44						
Depreciación	\$ 30,000.00						
- Total Cargos Fijos	\$ 76,285.44						
= utilidad antes de impuestos	\$ 234,110.72	\$ 244,602.53	\$ 255,046.35	\$ 265,433.92	\$ 275,756.48	\$ 286,004.70	\$ 296,168.71
(15% Empleados)	\$ 35,116.61	\$ 36,690.38	\$ 38,256.95	\$ 39,815.09	\$ 41,363.47	\$ 42,900.71	\$ 44,425.31
Saldo	\$ 198,994.11	\$ 207,912.15	\$ 216,789.39	\$ 225,618.83	\$ 234,393.01	\$ 243,104.00	\$ 251,743.41

(0% Impuesto a la renta)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Neta	\$ 198,994.11	\$ 207,912.15	\$ 216,789.39	\$ 225,618.83	\$ 234,393.01	\$ 243,104.00	\$ 251,743.41
Reserva Estatutaria 8%	\$ 15,919.53	\$ 16,632.97	\$ 17,343.15	\$ 18,049.51	\$ 18,751.44	\$ 19,448.32	\$ 20,139.47
Saldo	\$ 183,074.58	\$ 191,279.18	\$ 199,446.24	\$ 207,569.33	\$ 215,641.57	\$ 223,655.68	\$ 231,603.93
Reserva Legal 8%	\$ 14,645.97	\$ 15,302.33	\$ 15,955.70	\$ 16,605.55	\$ 17,251.33	\$ 17,892.45	\$ 18,528.31
Saldo	\$ 168,428.61	\$ 175,976.84	\$ 183,490.54	\$ 190,963.78	\$ 198,390.24	\$ 205,763.22	\$ 213,075.62
Reparto de particiones por socio	\$ 42,107.15	\$ 43,994.21	\$ 45,872.64	\$ 47,740.94	\$ 49,597.56	\$ 51,440.81	\$ 53,268.90

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos							
= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 264,110.72	\$ 274,602.53	\$ 285,046.35	\$ 295,433.92	\$ 305,756.48	\$ 316,004.70	\$ 326,168.71
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 264,110.72	\$ 274,602.53	\$ 285,046.35	\$ 295,433.92	\$ 305,756.48	\$ 316,004.70	\$ 326,168.71
- Impuestos de la operación	\$ 35,116.61	\$ 36,690.38	\$ 38,256.95	\$ 39,815.09	\$ 41,363.47	\$ 42,900.71	\$ 44,425.31

= Flujo operativo después de impuestos	\$ 228,994.11	\$ 237,912.15	\$ 246,789.39	\$ 255,618.83	\$ 264,393.01	\$ 273,104.00	\$ 281,743.41
Flujo de Caja Total	\$ 228,994.11	\$ 237,912.15	\$ 246,789.39	\$ 255,618.83	\$ 264,393.01	\$ 273,104.00	\$ 281,743.41

Cálculo de impuestos para el flujo operativo							
(EBITDA)	\$ 264,110.72	\$ 274,602.53	\$ 285,046.35	\$ 295,433.92	\$ 305,756.48	\$ 316,004.70	\$ 326,168.71
- Depreciación	\$ 30,000.00						
= utilidad antes de impuestos	\$ 234,110.72	\$ 244,602.53	\$ 255,046.35	\$ 265,433.92	\$ 275,756.48	\$ 286,004.70	\$ 296,168.71
- 15% trabajadores	\$ 35,116.61	\$ 36,690.38	\$ 38,256.95	\$ 39,815.09	\$ 41,363.47	\$ 42,900.71	\$ 44,425.31
saldo	\$ 198,994.11	\$ 207,912.15	\$ 216,789.39	\$ 225,618.83	\$ 234,393.01	\$ 243,104.00	\$ 251,743.41
- 0 % impuesto renta	\$ -						

Paso 3

Inversión	\$ 755,950.92
-----------	------------------

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

\$(755,950.92)	\$ 228,994.11	\$ 237,912.15	\$ 246,789.39	\$ 255,618.83	\$ 264,393.01	\$ 273,104.00	\$ 281,743.41
----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Costo de Capital	15%
------------------	-----

VP	\$1,042,878.24
Inversión Inicial	\$(755,950.92)
VAN	\$286,927.31

TIR	26%
DISCOUNTED PAYBACK	4.52

Elaboración propia

Por último, está el escenario positivo, ver **Tabla 63**, con cheque promedio de \$61.01 en discoteca, \$26 en tour y \$28.67 en evento se obtiene unas ventas totales el primero año de \$1,141,940.89; es el más factible en comparación con los otros escenarios. El TIR es de 40% y el VAN positivo con un valor de \$663,785.02, la rentabilidad es mucho más elevada y lo convierte en un gran proyecto a plasmar. Según el *payback* descontado, se recuperará la inversión en tres años, cero meses y veintidós días (ver Anexo 16).

Tabla 63. Rentabilidad – Escenario Positivo

Servicio		Cheque promedio	Tipo de servicio	Rotación/Ocupación
Capacidad:	69	\$ 61.01	Discoteca	92.33%
		\$ 26.00	Tour	80.50%
		\$ 28.67	Evento	72.50%
Ventas	Discoteca	Tour	Evento	Total
	\$ 466,433.65	\$ 623,881.44	\$ 51,625.80	\$ 1,141,940.89

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ventas	\$ 1,141,940.89	\$ 1,156,557.74	\$ 1,171,361.67	\$ 1,186,355.10	\$ 1,201,540.45	\$ 1,216,920.17	\$ 1,232,496.75
+ Total Ingresos departamentales	\$ 1,141,940.89	\$ 1,156,557.74	\$ 1,171,361.67	\$ 1,186,355.10	\$ 1,201,540.45	\$ 1,216,920.17	\$ 1,232,496.75
Costos y Gastos Discoteca	\$ 289,503.69	\$ 288,577.28	\$ 287,653.83	\$ 286,733.34	\$ 285,815.79	\$ 284,901.18	\$ 283,989.50
Costos y Gastos Tour	\$ 284,951.25	\$ 284,039.41	\$ 283,130.48	\$ 282,224.47	\$ 281,321.35	\$ 280,421.12	\$ 279,523.77
Costos y Gastos Evento	\$ 30,134.78	\$ 30,038.35	\$ 29,942.22	\$ 29,846.41	\$ 29,750.90	\$ 29,655.70	\$ 29,560.80

- Total Costos y Gastos departamentales	\$ 604,589.72	\$ 602,655.03	\$ 600,726.54	\$ 598,804.21	\$ 596,888.04	\$ 594,978.00	\$ 593,074.07
= utilidad Departamental	\$ 537,351.17	\$ 553,902.70	\$ 570,635.14	\$ 587,550.89	\$ 604,652.41	\$ 621,942.17	\$ 639,422.68

Administración	\$ 16,573.08	\$ 16,947.63	\$ 17,330.65	\$ 17,722.32	\$ 18,122.85	\$ 18,532.42	\$ 18,951.26
Legal	\$ 6,000.00	\$ 6,135.60	\$ 6,274.26	\$ 6,416.06	\$ 6,561.07	\$ 6,709.35	\$ 6,860.98
Contabilidad	\$ 1,200.00	\$ 1,227.12	\$ 1,254.85	\$ 1,283.21	\$ 1,312.21	\$ 1,341.87	\$ 1,372.20
Recursos Humanos	\$ 4,800.00	\$ 4,908.48	\$ 5,019.41	\$ 5,132.85	\$ 5,248.85	\$ 5,367.48	\$ 5,488.78
Mercadeo	\$ 1,440.00	\$ 1,472.54	\$ 1,505.82	\$ 1,539.86	\$ 1,574.66	\$ 1,610.24	\$ 1,646.63
Seguridad	\$ 26,328.69	\$ 26,923.72	\$ 27,532.20	\$ 28,154.42	\$ 28,790.71	\$ 29,441.38	\$ 30,106.76
Mantenimiento	\$ 5,483.52	\$ 5,607.45	\$ 5,734.18	\$ 5,863.77	\$ 5,996.29	\$ 6,131.81	\$ 6,270.38
Combustible	\$ 61,864.32	\$ 65,204.99	\$ 68,726.06	\$ 72,437.27	\$ 76,348.88	\$ 80,471.72	\$ 84,817.20
- Total Gastos No Distribuidos	\$ 123,689.61	\$ 128,427.54	\$ 133,377.44	\$ 138,549.77	\$ 143,955.52	\$ 149,606.27	\$ 155,514.18
= utilidad después de gastos operativos no distribuidos	\$ 413,661.56	\$ 425,475.16	\$ 437,257.70	\$ 449,001.13	\$ 460,696.89	\$ 472,335.90	\$ 483,908.49

Seguros a la propiedad	\$ 12,000.00						
Impuesto predial	\$ -						
Derechos de puerto	\$ 34,285.44						
Depreciación	\$ 30,000.00						
- Total Cargos Fijos	\$ 76,285.44						
= utilidad antes de impuestos	\$ 337,376.12	\$ 349,189.72	\$ 360,972.26	\$ 372,715.69	\$ 384,411.45	\$ 396,050.46	\$ 407,623.05
(15% Empleados)	\$ 50,606.42	\$ 52,378.46	\$ 54,145.84	\$ 55,907.35	\$ 57,661.72	\$ 59,407.57	\$ 61,143.46
Saldo	\$ 286,769.70	\$ 296,811.27	\$ 306,826.42	\$ 316,808.33	\$ 326,749.73	\$ 336,642.89	\$ 346,479.60
(0% Impuesto a la renta)	\$ -						
= Utilidad Neta	\$ 286,769.70	\$ 296,811.27	\$ 306,826.42	\$ 316,808.33	\$ 326,749.73	\$ 336,642.89	\$ 346,479.60
Reserva Estatutaria 8%	\$ 22,941.58	\$ 23,744.90	\$ 24,546.11	\$ 25,344.67	\$ 26,139.98	\$ 26,931.43	\$ 27,718.37
Saldo	\$ 263,828.12	\$ 273,066.36	\$ 282,280.31	\$ 291,463.67	\$ 300,609.75	\$ 309,711.46	\$ 318,761.23
Reserva Legal 8%	\$ 21,106.25	\$ 21,845.31	\$ 22,582.42	\$ 23,317.09	\$ 24,048.78	\$ 24,776.92	\$ 25,500.90
Saldo	\$ 242,721.87	\$ 251,221.05	\$ 259,697.88	\$ 268,146.57	\$ 276,560.97	\$ 284,934.54	\$ 293,260.33

Reparto de particiones por socio	\$ 60,680.47	\$ 62,805.26	\$ 64,924.47	\$ 67,036.64	\$ 69,140.24	\$ 71,233.64	\$ 73,315.08
---	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos							
= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 367,376.12	\$ 379,189.72	\$ 390,972.26	\$ 402,715.69	\$ 414,411.45	\$ 426,050.46	\$ 437,623.05
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 367,376.12	\$ 379,189.72	\$ 390,972.26	\$ 402,715.69	\$ 414,411.45	\$ 426,050.46	\$ 437,623.05
- Impuestos de la operación	\$ 50,606.42	\$ 52,378.46	\$ 54,145.84	\$ 55,907.35	\$ 57,661.72	\$ 59,407.57	\$ 61,143.46
= Flujo operativo después de impuestos	\$ 316,769.70	\$ 326,811.27	\$ 336,826.42	\$ 346,808.33	\$ 356,749.73	\$ 366,642.89	\$ 376,479.60
Flujo de Caja Total	\$ 316,769.70	\$ 326,811.27	\$ 336,826.42	\$ 346,808.33	\$ 356,749.73	\$ 366,642.89	\$ 376,479.60

Cálculo de impuestos para el flujo operativo							
(EBITDA)	\$ 367,376.12	\$ 379,189.72	\$ 390,972.26	\$ 402,715.69	\$ 414,411.45	\$ 426,050.46	\$ 437,623.05
- Depreciación	\$ 30,000.00						
= utilidad antes de impuestos	\$ 337,376.12	\$ 349,189.72	\$ 360,972.26	\$ 372,715.69	\$ 384,411.45	\$ 396,050.46	\$ 407,623.05
- 15% trabajadores	\$ 50,606.42	\$ 52,378.46	\$ 54,145.84	\$ 55,907.35	\$ 57,661.72	\$ 59,407.57	\$ 61,143.46
saldo	\$ 286,769.70	\$ 296,811.27	\$ 306,826.42	\$ 316,808.33	\$ 326,749.73	\$ 336,642.89	\$ 346,479.60

- 0 % impuesto renta	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-	-	-

Paso 3

Inversión	\$ 755,950.92
-----------	------------------

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
\$(755,950.92)	\$ 316,769.70	\$ 326,811.27	\$ 336,826.42	\$ 346,808.33	\$ 356,749.73	\$ 366,642.89	\$ 376,479.60

Costo de Capital	15%
VP	\$1,419,735.94
Inversión Inicial	\$(755,950.92)
VAN	\$663,785.02

TIR	40%
DISCOUNTED PAYBACK	3.06

Elaboración propia

Para sacar las ventas totales anuales en cada escenario, se analizaron los porcentajes de ocupación mensualmente que tendría cada servicio ofrecido para sacar un promedio. Los porcentajes dependían de la estacionalidad, temporada, feriados y época de cruceros. Los porcentajes promedio para discoteca fueron de 77.8% en un escenario negativo, 84% en un escenario normal y 92.3% en un escenario positivo. Los porcentajes promedio para tour fueron de 62.3% en un escenario negativo, 73.9% en un escenario normal y 80.5% en un escenario positivo. Los porcentajes promedio para eventos fueron de 44.9% en un escenario negativo, 58.3% en un escenario normal y 72.5% en un escenario positivo (ver Anexos 12, 13 y 14).

Se sacaron datos del proyecto (ver Anexo 15), donde se estimaron los crecimientos o disminuciones de los costos y gastos anuales del proyecto. Estos valores se proyectaron por los datos obtenidos de años anteriores. Se estima que las tarifas suban un 1.28% anual ya que es un negocio que está entre los mayores sustentos económicos de la ciudad y el país entero donde se establecerá el catamarán; este crecimiento es necesario para sobrevivir con un mercado turístico según el INEC. Se estima una disminución del 0.32% en costos y gastos departamentales ya que es el valor anual que los índices de precios al consumidor dan, son los precios básicos para crear una empresa. Se espera un incremento de 0.56% de inflación por un promedio de años anteriores que se aproximó. Calculando la inflación salarial de los últimos 5 años, se espera una el próximo año de 1.70%. Los dos últimos datos mencionados dan un total de 2.26% de inflación en gastos no distribuidos. En el combustible, por el cambio de precios del petróleo, se espera un incremento del 5.4%.

El seguro de la propiedad se estimó un 2% del valor de la compra, por lo que se va a pagar anualmente \$12,000. Para la depreciación, según las leyes ecuatorianas se depreciará el catamarán en un 5% del valor anualmente, es decir se va a pagar \$30,000 cada año. Al ser un

proyecto turístico en la ciudad de Manta no se va a pagar el impuesto a la renta ni impuesto predial.

Para sacar el costo de capital, se analizó el costo económico de capital del Ecuador en un año, que fue de 16.18% y la del siguiente año, que fue de 14.25%. Al hacer un promedio de ambas, da una tasa de costo de capital de 15%. Este porcentaje se usó en el cálculo del VAN del proyecto en los diferentes escenarios.

Para sacar el *payback* descontado (ver Anexo 16), se necesitó obtener el valor presente, los flujos de cada año y la tasa que se va a utilizar, en este caso el costo de capital.

Para sacar el valor presente se usó la siguiente fórmula:

$$VP = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

Donde:

- VF = valor futuro
- i = tasa
- n = período

Para sacar el *payback* se utilizó la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Payback} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

- a = año inmediato anterior al que se recupera la inversión.
- b = inversión inicial.

- c = flujo acumulado del año inmediato anterior al que se recupera la inversión.
- d = valor presente del flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Con esta fórmula se puede sacar de una manera más específica el tiempo esperado de recuperación de la inversión en años, meses y días.

9. CONCLUSIÓN

Lux Cruise es una idea totalmente nueva en la ciudad de Manta, muy novedosa referente a la industria del entretenimiento, pues se sale de lo normal en cuanto a recreación y espectáculos en alta mar se refiere. Cabe destacar que el fin del proyecto no es disputar por precios con el resto de la competencia, sino más bien ofrecer una novedosa experiencia al cliente acompañado de un buen servicio por parte del personal. La mejor herramienta de gestión es dar a los clientes descuentos, comodidad y atención pues los clientes satisfechos pueden volverse leales y generar más ganancias en los negocios.

Con esto se concluye que, de acuerdo con los tres escenarios realizados, el proyecto resulta factible. En todos los escenarios, a excepción del negativo, se obtuvo un valor actual neto positivo. Al ser una inversión monetaria alta, los siete años en los que se analizó el proyecto no son suficientes para obtener un valor actual neto positivo. El TIR en todos los escenarios dio mayor a un 5% con lo que se concluye viable este plan tan prometedor dentro de la ciudad de Manta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- El Ghachaoui , S. B. (2014). *Desarrollo del Plan de Mantenimiento de un Velero Gib Sea 43 Dufour*. Barcelona: UPC.
- Arteaga, G. (2018). La zona rosa se reanima. *Revista de Manabí (RM)*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de <https://revistademanabi.com/2018/06/29/la-zona-rosa-se-reanima-en-la-avenida-flavio-reyes-de-manta/>
- Autoridad portuaria de Manta. (2018). *Estadísticas portuarias*. Recuperado el 16 de febrero de 2019, de Puerto de Manta: <http://www.puertodemanta.gob.ec/estadisticas-portuarias/>
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 8 de febrero de 2019, de www.bce.fin.ec: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- Banco Central del Ecuador. (Abril de 2019). *BCE*. Recuperado el 12 de Abril de 2019, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Estadísticas Macroeconómicas*. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de contenido.bce.fin.ec: <https://bit.ly/2N2TSol>
- Becerra, J., Becerra, M., & Quijije, P. (2018). Algunas consideraciones en torno a la restauración turística post terremoto de la ciudad de Manta, Manabí, Ecuador. *Revista Electronica de Cooperación-Universidad-Sociedad*, 3(2). Recuperado el 2 de febrero de 2019, de <https://bit.ly/2QVlHQr>

Braunstein, L. (2015). *The Evolving Preferences of Millennials*. Recuperado el 15 de enero de 2019, de urbanland.uli.org: <https://urbanland.uli.org/economy-markets-trends/evolving-housing-preferences-millennials/>

CEPAL. (2019). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. Santiago: Organización de las Naciones Unidas.

Ecuador, Asamblea Nacional. (2016). *Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la Reconstrucción y Reactivación de las Zonas Afectadas por el Terremoto del 16 de abril del 2016*. Quito: Suplemento Registro Oficial 759.

Ecuador, Asamblea Nacional. (2018). *Ley para fomento productivo, atracción inversiones generación empleo*. Quito: Registro Oficial suplemento 309 de fecha 21 agosto 2018.

Ecuador, Ministerio de Turismo. (2017). *El Turismo dinamizó en 285.5 millones de dólares la economía el 2016*. Recuperado el 7 de enero de 2019, de Ministerio de turismo.gob.ec: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>

Ecuador, Presidencia de la República. (2018). *Informe Sobre el Diálogo Nacional*. Quito.

Ecuador, Sistema Nacional de Información. (2019). *Información para la planificación y ordenamiento territorial*. Recuperado el 07 de febrero de 2019, de sni.gob.ec: <http://sni.gob.ec/descargapdyot>

EFE. (2 de octubre de 2018). El barril de crudo podría llegar a USD 100 antes que termine el 2018. *El Comercio*.

Expansión / Datos macro. (2017). *Ecuador: El PIB ascendió un 2,4%*. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de Datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/pib/ecuador>

Google. (2019). *Mapas*. Recuperado el 10 de enero de 2019, de Google Maps: <https://www.google.com/maps/@-0.9410687,-80.7318792,791m/data=!3m1!1e3>

Gougeon Brothers, Inc. (2006). *Restauración y reparación de embarcaciones de madera*. Michigan: Pinmar.

INEC. (2017). *Anuario de Estadísticas Vitales: Matrimonios Y Divorcios*. Recuperado el 16 de febrero de 2019, de anda.inec.gob.ec: <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/651/download/11420>

INEC. (2018). *Boletín técnico IPC*. Quito: Ecuador en cifras.

Infobae América. (27 de junio de 2016). Generación clubber: cómo son los 'millennials' que viven de fiesta. *El Comercio*, pág. 11.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resultados Censo 2010. Fascículo provincial Manabí*. Quito: INEC.

Keat, P., & Young, P. (2014). *Economía de la empresa*. México: Pearson .

Landau, C. (2019). *Malcolm Tennant Power Catamaran*. Recuperado el 24 de enero de 2019, de The Multihull Company: <https://multihullcompany.com/boat-details/?catid=6602632>

Llusá, G. (2009). *Diccionario Náutico y las voces de la mar*. EEUU: Lulu.

Manabí, Gobierno Provincial. (2016). *Manabí Gobierno Provincial*. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/manta>

Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Diagnóstico Estratégico*. Madrid : Díaz de Santos.

Ministerio del Trabajo. (2018). *Incremento del Salario Básico Unificado 2019*. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de [trabajo.gob.ec](http://www.trabajo.gob.ec): <http://www.trabajo.gob.ec/incremento-del-salario-basico-unificado-2019/>

Olivella, J. (2013). *Teoría del buque. Flotabilidad y estabilidad*. Barcelona: Ediciones UPC.

Pickers, S. (2015). *¿Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Recuperado el 16 de febrero de 2019, de <https://bit.ly/2wwu010>

Quevedo Tobar, M. (1996). *PUCE*. Recuperado el 28 de Febrero de 2019, de https://www.puce.edu.ec/economia/docs/disertaciones/1996/1996_quevedo_tobar_maria_del_carmen.pdf

Redacción El Telegrafo. (2016). La riqueza económica de Manabí se centra en la agricultura, la pesca y el turismo. *El Telegrafo*. Recuperado el 30 de Enero de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/la-riqueza-economica-de-manabi-se-centra-en-la-agricultura-la-pesca-y-el-turismo>

Registro Mercantil. (2019). *Constituciones*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://registromercantil.gob.ec>: <http://registromercantil.gob.ec/tr%C3%A1mites-frecuentes-rm/89-inscripciones/385-constituciones.html>

SMSECUADOR. (2018). *Crear una empresa en Ecuador*. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de smsecuador.ec: <https://smsecuador.ec/crear-una-empresa-en-ecuador/>

ANEXOS

Anexo 1. Fotos del catamarán



Proa catamarán



Interior del catamarán



Cubierta del catamarán



Popa del catamarán

Anexo 2. Modelo de Encuesta N° 1

Catamarán Show & Disco

*Obligatorio

¿Qué días prefieres salir a una discoteca? *

- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

¿Con qué frecuencia vas a una discoteca? *

- 3 veces al mes
- Máximo 4 veces al mes
- 5 o más veces al mes
- 1 vez al mes

¿Cuánto dinero promedio gastas en una noche de diversión? *

- \$30 - \$40
- \$40 - \$50
- \$50 - \$60
- \$60+

¿Qué bebidas consumes más en un club? *

- Bebidas soft
- Whiskey
- Vodka
- Cocteles
- Cervezas
- Otros

¿Te interesaría una discoteca en alta mar? *

- Si
- No

¿Estarías dispuesto a pagar un poco más por una discoteca más exclusiva con shows en vivo en un catamarán? *

- Si
- No

Anexo 3. Modelo de Encuesta N° 2

Turismo en Alta Mar

*Obligatorio

¿Te gustaría participar de tours en un catamarán? *

- Sí
- No

Durante este tour mencionado, ¿te gustaría recibir piqueos? *

- Sí
- No

¿Qué tipos de paquetes te atraerían más? *

- Bebidas ilimitadas
- Piqueos ilimitados
- Tarifas especiales para locales
- Tiempo libre para conocer el destino
- Otro

¿En qué horarios preferirías tomar este tour? *

- Desayuno
- Brunch
- Almuerzo
- Cena

¿Qué tipo de bebidas te interesaría? *

- Bebidas Soft
- Vinos y espumantes
- Cerveza
- Bebidas fuertes (Whiskey, tequila, vodka, ginebra)
- Otros

¿Cuánto gastarías por un tour en alta mar con comida y bebida? *

- \$25 - \$34
- \$35 - \$44
- \$45 - \$54
- \$55+

Anexo 4. Modelo de Encuesta N° 3

Eventos en Alta Mar

*Obligatorio

¿Te gustaría tener tu evento a bordo de un catamarán? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿En qué horario preferirías comenzar tu evento? *

- Mañana
- Mediodía
- Tarde
- Noche

¿Qué tipo de paquetes te interesaría más? *

- Paquete básico: Espacio con servicio y limpieza
- Paquete medio: Espacio, servicio, bebidas, catering, música y limpieza
- Paquete completo: Espacio, servicio, bebidas, catering, música, decoración y limpieza

¿Cuánto estás dispuesto a pagar por persona en un paquete básico? *

- \$19
- \$22
- \$25

¿Cuánto estás dispuesto a pagar por persona en un paquete medio? *

- \$26
- \$29
- \$32

¿Cuánto estás dispuesto a pagar por persona en un paquete completo? *

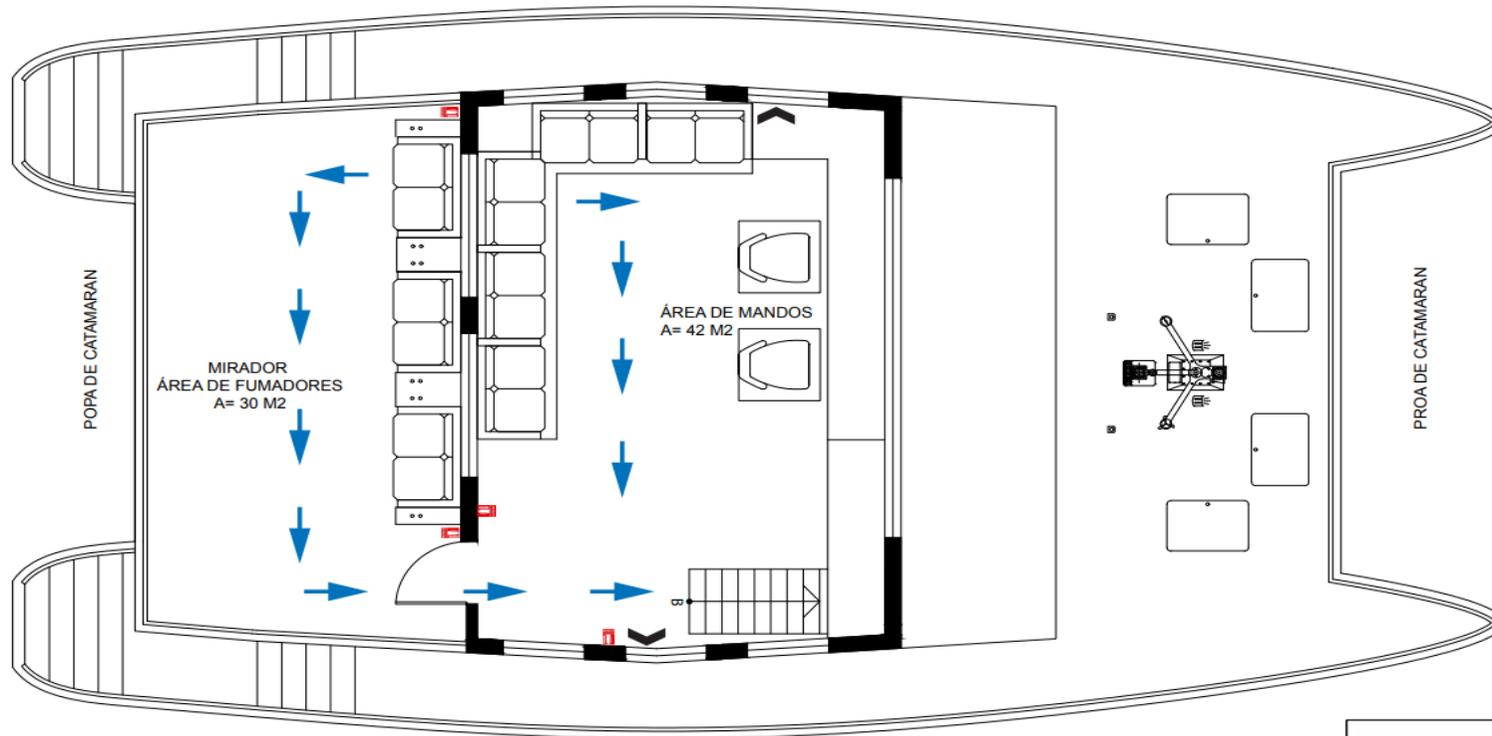
- \$32
- \$35
- \$38

Anexo 5. Costo de Bebidas

Costo de bebidas mensual	Mes	Cantidad
	Enero	\$ 35,773.25
	Febrero	\$ 36,069.69
	Marzo	\$ 37,479.21
	Abril	\$ 36,069.69
	Mayo	\$ 35,147.97
	Junio	\$ 35,147.97
	Julio	\$ 36,069.69
	Agosto	\$ 41,852.65
	Septiembre	\$ 35,773.25
	Octubre	\$ 36,069.69
	Noviembre	\$ 37,479.21
	Diciembre	\$ 41,852.65
	Total	\$ 444,784.95
	Total para cada servicio anual	\$ 222,392.48
	Total para cada servicio Mensual	\$ 18,532.71

Elaboración Propia

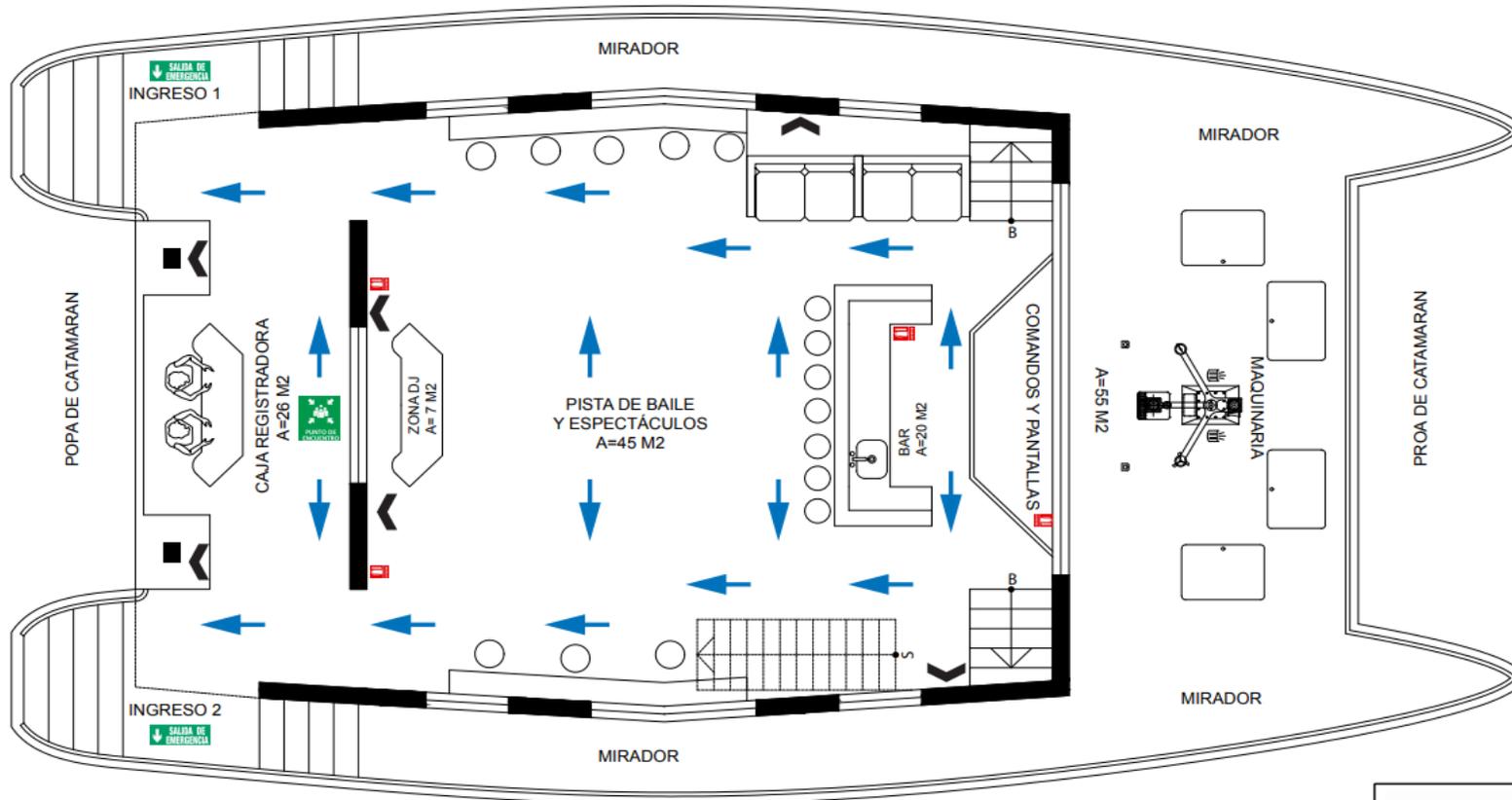
Anexo 6. Planos del Catamarán



SIMBOLOGIA SEGURIDAD

-  EXTINTOR
-  LAMPARA EMERGENCIA
-  RECORRIDO DE EVACUACIÓN
-  SALIDA DE EMERGENCIA
-  PUNTO DE ENCUENTRO

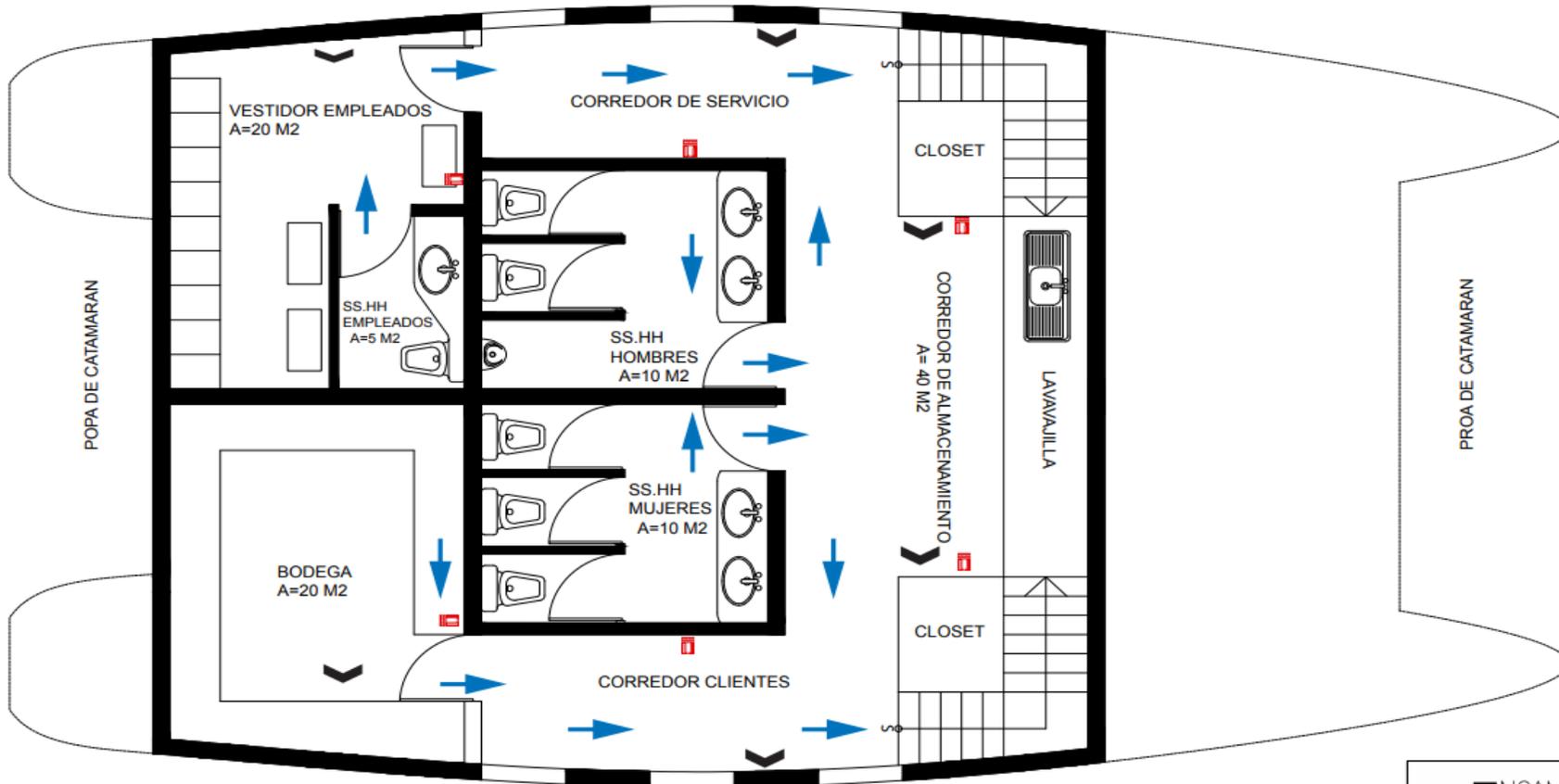
NSAMBL studio	
DISEÑO: ARQUITECTURA - CONSTRUCCION - DIRECCION DE PROYECTOS	
REMODELACIÓN CATAMARAN LUX - CRUISE	
DISEÑADO POR: ARQ. STEFÍ ARIAS	
PLANTA ALTA (N+ 3.00)	
ÁREA TOTAL PLANTA ALTA: 72 M2	
ENERO 2019	S-01



SIMBOLOGIA SEGURIDAD

-  EXTINTOR
-  LAMPARA EMERGENCIA
-  RECORRIDO DE EVACUACIÓN
-  SALIDA DE EMERGENCIA
-  PUNTO DE ENCUENTRO

NSAMBLE <small>studio</small>	
<small>OFICINA: ARQUITECTURA, INTERIORISMO, DISEÑO DE PROYECTOS</small>	
REMEDIACIÓN CATAMARAN LUX - CRUISE	
DISEÑADO POR: ARQ. STEFÍ ARIAS	
PLANTA BAJA (N± 0.00)	
ÁREA TOTAL PLANTA BAJA: 153 M2	
ENERO 2019	S-02



SIMBOLOGIA SEGURIDAD

-  EXTINTOR
-  LAMPARA EMERGENCIA
-  RECORRIDO DE EVACUACIÓN
-  SALIDA DE EMERGENCIA
-  PUNTO DE ENCUENTRO

	
REMODELACIÓN CATAMARAN LUX - CRUISE	
DISEÑADO POR: ARQ. STEFI ARIAS	
SUBSUELO (N- 3.00) ÁREA TOTAL SUBSUELO: 100 M2	
ENERO 2019	 S-03

Anexo 7. Recetas Estándar

<i>Sea Breeze</i>						
Cristalería	# Pax	Herramientas Necesarias				
Vaso <i>HighBall</i> 12 onzas	1	Cuchara de Bar				<i>Jigger</i>
Unidad	Cantidad	Ingredientes	Costo Unitario	Contenido	Valor por unidad	Costo Total
Militros	45	Vodka Neutro	\$ 13.75	1000	\$ 0.013750	\$ 0.62
Militros	90	Jugo de Toronja	\$ 5.00	1000	\$ 0.005000	\$ 0.45
Militros	60	Jugo de Arándano	\$ 2.50	1000	\$ 0.002500	\$ 0.15
Militros	15	Jugo de Limón	\$ 1.33	1000	\$ 0.001330	\$ 0.02
Militros	30	Jarbe de Goma	\$ 0.48	500	\$ 0.000960	\$ 0.03
Kilogramos	0.06	Limón	\$ 1.31	1	\$ 1.31	\$ 0.08
Kilogramos	0.08	Hielo	\$ 1.00	3	\$ 0.333333	\$ 0.03
					Costo Total	\$ 1.37

<i>Moscow Mule</i>						
Cristalería	# Pax	Herramientas Necesarias				
<i>Moscow Mule Mug</i>	1	Cuchara de Bar				<i>Jigger</i>
Unidad	Cantidad	Ingredientes	Costo Unitario	Contenido	Valor por unidad	Costo Total
Mililitros	45	Vodka Neutro	\$ 13.75	750	\$ 0.018333	\$ 0.83
Mililitros	60	Jarabe de Jengibre	\$ 1.23	184	\$ 0.006685	\$ 0.40
Mililitros	30	Agua Mineral	\$ 2.72	6000	\$ 0.000453	\$ 0.01
Kilogramos	0.06	Limón	\$ 1.31	1	\$ 1.310000	\$ 0.08
Kilogramos	0.09	Hielo	\$ 1.00	3	\$ 0.333333	\$ 0.03
					Costo Total	\$ 1.35

<i>Saltamontes</i>						
Cristalería	# Pax	Herramientas Necesarias				
<i>Copa Cocktail 9 onzas</i>	1	Licuadora				<i>Jigger</i>
Unidad	Cantidad	Ingredientes	Costo Unitario	Contenido	Valor por unidad	Costo Total
Mililitros	120	<i>Milky Mix</i>	\$ 11.50	2191	\$ 0.005249	\$0.63
Mililitros	60	Licor de Menta	\$ 9.73	750	\$ 0.012973	\$0.78
Kilogramos	0.055	Hielo	\$ 1.00	3	\$ 0.333333	\$0.02
					Costo Total	\$1.43

Margarita						
Cristalería	# Pax	Herramientas Necesarias				
Copa margarita de 7 oz.	1	Cuchara de Bar	Coctelera			<i>Jigger</i>
Unidad	Cantidad	Ingredientes	Costo Unitario	Contenido	Valor por unidad	Costo Total
Militros	88.8	Tequila	\$ 14.47	750	\$ 0.019293	\$ 1.71
Militros	29.6	Zumo de Limón	\$ 1.21	200	\$ 0.006050	\$ 0.18
Militros	29.6	<i>Triple Sec</i>	\$ 7.64	700	\$ 0.010914	\$ 0.32
Kilogramos	0.05	Sal Fina de Mesa	\$ 0.56	2	\$ 0.280000	\$ 0.01
Kilogramos	0.06	Limón	\$ 1.31	1	\$ 1.310000	\$ 0.08
Kilogramos	0.055	Hielo	\$ 1.00	3	\$ 0.333333	\$ 0.06
					Costo Total	\$ 2.36

Whiskey On The Rocks						
Cristalería	# Pax	Herramientas Necesarias				
Vaso whiskey corto 10.25 oz.	1	Cuchara de Bar				
Unidad	Cantidad	Ingredientes	Costo Unitario	Contenido	Valor por unidad	Costo Total

Mililitros	50	Whiskey	\$ 591.84	750	\$ 0.789120	\$ 39.46
Kilogramos	0.09	Hielo	\$ 1.00	3	\$ 0.333333	\$ 0.03
					Costo Total	\$ 39.49

Elaboración propia

Anexo 8. Capital de trabajo

LUX CRUISE				
Capital de trabajo				
Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Nómina	\$ 6,455.98	\$ 6,455.98	\$ 6,455.98	\$ 19,367.95
Derecho de puerto	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 8,571.36
Combustible	\$ 5,155.36	\$ 5,155.36	\$ 5,155.36	\$ 15,466.08
Bebidas	\$ 18,532.71	\$ 18,532.71	\$ 18,532.71	\$ 55,598.12
Costo de admisión	\$ 210.00	\$ 210.00	\$ 210.00	\$ 630.00
Otros gastos	\$ 603.03	\$ 603.03	\$ 603.03	\$ 1,809.08
			Total	\$ 101,442.59

Elaboración propia

Anexo 9. Valoración del proyecto - Préstamo Bancario

Servicio				
Capacidad:	69	Cheque promedio	Tipo de servicio	Rotación/Ocupación
		\$ 61.01	Discoteca	77.75%
		\$ 26.00	Tour	62.25%
		\$ 28.67	Evento	44.92%
Ventas	Discoteca	Tour	Evento	Total
	\$ 392,764.08	\$ 482,442.48	\$ 31,984.26	\$ 907,190.82

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ventas	\$ 907,190.82	\$ 918,802.86	\$ 930,563.54	\$ 942,474.75	\$ 954,538.43	\$ 966,756.52	\$ 979,131.00
+ Total Ingresos departamentales	\$ 907,190.82	\$ 918,802.86	\$ 930,563.54	\$ 942,474.75	\$ 954,538.43	\$ 966,756.52	\$ 979,131.00
Costos y Gastos Discoteca	\$ 289,503.69	\$ 288,577.28	\$ 287,653.83	\$ 286,733.34	\$ 285,815.79	\$ 284,901.18	\$ 283,989.50
Costos y Gastos Tour	\$ 284,951.25	\$ 284,039.41	\$ 283,130.48	\$ 282,224.47	\$ 281,321.35	\$ 280,421.12	\$ 279,523.77

Costos y Gastos Evento	\$ 30,134.78	\$ 30,038.35	\$ 29,942.22	\$ 29,846.41	\$ 29,750.90	\$ 29,655.70	\$ 29,560.80
- Total Costos y Gastos departamentales	\$ 604,589.72	\$ 602,655.03	\$ 600,726.54	\$ 598,804.21	\$ 596,888.04	\$ 594,978.00	\$ 593,074.07
= utilidad Departamental	\$ 302,601.10	\$ 316,147.83	\$ 329,837.00	\$ 343,670.54	\$ 357,650.39	\$ 371,778.52	\$ 386,056.93

Administración	\$ 16,573.08	\$ 16,947.63	\$ 17,330.65	\$ 17,722.32	\$ 18,122.85	\$ 18,532.42	\$ 18,951.26
Legal	\$ 6,000.00	\$ 6,135.60	\$ 6,274.26	\$ 6,416.06	\$ 6,561.07	\$ 6,709.35	\$ 6,860.98
Contabilidad	\$ 1,200.00	\$ 1,227.12	\$ 1,254.85	\$ 1,283.21	\$ 1,312.21	\$ 1,341.87	\$ 1,372.20
Recursos Humanos	\$ 4,800.00	\$ 4,908.48	\$ 5,019.41	\$ 5,132.85	\$ 5,248.85	\$ 5,367.48	\$ 5,488.78
Mercadeo	\$ 1,440.00	\$ 1,472.54	\$ 1,505.82	\$ 1,539.86	\$ 1,574.66	\$ 1,610.24	\$ 1,646.63
Seguridad	\$ 26,328.69	\$ 26,923.72	\$ 27,532.20	\$ 28,154.42	\$ 28,790.71	\$ 29,441.38	\$ 30,106.76
Mantenimiento	\$ 5,483.52	\$ 5,607.45	\$ 5,734.18	\$ 5,863.77	\$ 5,996.29	\$ 6,131.81	\$ 6,270.38
Combustible	\$ 61,864.32	\$ 65,204.99	\$ 68,726.06	\$ 72,437.27	\$ 76,348.88	\$ 80,471.72	\$ 84,817.20
- Total Gastos No Distribuidos	\$ 123,689.61	\$ 128,427.54	\$ 133,377.44	\$ 138,549.77	\$ 143,955.52	\$ 149,606.27	\$ 155,514.18

= utilidad después de gastos operativos no distribuidos	\$ 178,911.48	\$ 187,720.29	\$ 196,459.56	\$ 205,120.77	\$ 213,694.87	\$ 222,172.25	\$ 230,542.75
--	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Seguros a la propiedad	\$ 12,000.00						
Impuesto predial	\$ -						
Derechos de puerto	\$ 34,285.44						
Gastos Financieros	\$ 36,753.97	\$ 34,326.13	\$ 31,644.05	\$ 28,681.13	\$ 25,407.95	\$ 21,792.03	\$ 17,797.47
Depreciación	\$ 30,000.00						
Amortización	\$ 1,500.00						
- Total Cargos Fijos	\$ 114,539.41	\$ 112,111.57	\$ 109,429.49	\$ 106,466.57	\$ 103,193.39	\$ 99,577.47	\$ 95,582.91
= utilidad antes de impuestos	\$ 64,372.07	\$ 75,608.72	\$ 87,030.07	\$ 98,654.20	\$ 110,501.48	\$ 122,594.78	\$ 134,959.84
(15% Empleados)	\$ 9,655.81	\$ 11,341.31	\$ 13,054.51	\$ 14,798.13	\$ 16,575.22	\$ 18,389.22	\$ 20,243.98
Saldo	\$ 54,716.26	\$ 64,267.41	\$ 73,975.56	\$ 83,856.07	\$ 93,926.25	\$ 104,205.57	\$ 114,715.87

(0% Impuesto a la renta)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Neta	\$ 54,716.26	\$ 64,267.41	\$ 73,975.56	\$ 83,856.07	\$ 93,926.25	\$ 104,205.57	\$ 114,715.87
Reserva Estatutaria 8%	\$ 4,377.30	\$ 5,141.39	\$ 5,918.04	\$ 6,708.49	\$ 7,514.10	\$ 8,336.45	\$ 9,177.27
Saldo	\$ 50,338.96	\$ 59,126.02	\$ 68,057.51	\$ 77,147.59	\$ 86,412.15	\$ 95,869.12	\$ 105,538.60
Reserva Legal 8%	\$ 4,027.12	\$ 4,730.08	\$ 5,444.60	\$ 6,171.81	\$ 6,912.97	\$ 7,669.53	\$ 8,443.09
Saldo	\$ 46,311.84	\$ 54,395.94	\$ 62,612.91	\$ 70,975.78	\$ 79,499.18	\$ 88,199.59	\$ 97,095.51
Reparto de particiones por socio	\$ 11,577.96	\$ 13,598.98	\$ 15,653.23	\$ 17,743.94	\$ 19,874.80	\$ 22,049.90	\$ 24,273.88

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos							
= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 132,626.04	\$ 141,434.85	\$ 150,174.12	\$ 158,835.33	\$ 167,409.43	\$ 175,886.81	\$ 184,257.31
- Intereses	\$ 36,753.97	\$ 34,326.13	\$ 31,644.05	\$ 28,681.13	\$ 25,407.95	\$ 21,792.03	\$ 17,797.47
- Pago de Principal (Capital)	\$ 23,185.71	\$ 25,613.56	\$ 28,295.63	\$ 31,258.55	\$ 34,531.73	\$ 38,147.66	\$ 42,142.21

= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 72,686.36	\$ 81,495.16	\$ 90,234.44	\$ 98,895.65	\$ 107,469.74	\$ 115,947.13	\$ 124,317.63
- Impuestos de la operación	\$ 9,655.81	\$ 11,341.31	\$ 13,054.51	\$ 14,798.13	\$ 16,575.22	\$ 18,389.22	\$ 20,243.98
= Flujo operativo después de impuestos	\$ 63,030.55	\$ 70,153.86	\$ 77,179.93	\$ 84,097.52	\$ 90,894.52	\$ 97,557.91	\$ 104,073.65
Flujo de Caja Total	\$ 63,030.55	\$ 70,153.86	\$ 77,179.93	\$ 84,097.52	\$ 90,894.52	\$ 97,557.91	\$ 104,073.65

Cálculo de impuestos para el flujo operativo							
(EBITDA)	\$ 132,626.04	\$ 141,434.85	\$ 150,174.12	\$ 158,835.33	\$ 167,409.43	\$ 175,886.81	\$ 184,257.31
- Intereses sobre la deuda	\$ 36,753.97	\$ 34,326.13	\$ 31,644.05	\$ 28,681.13	\$ 25,407.95	\$ 21,792.03	\$ 17,797.47
- Depreciación	\$ 30,000.00						
- Costos Financieros Amortizados	\$ 1,500.00						
= utilidad antes de impuestos	\$ 64,372.07	\$ 75,608.72	\$ 87,030.07	\$ 98,654.20	\$ 110,501.48	\$ 122,594.78	\$ 134,959.84
- 15% trabajadores	\$ 9,655.81	\$ 11,341.31	\$ 13,054.51	\$ 14,798.13	\$ 16,575.22	\$ 18,389.22	\$ 20,243.98
saldo	\$ 54,716.26	\$ 64,267.41	\$ 73,975.56	\$ 83,856.07	\$ 93,926.25	\$ 104,205.57	\$ 114,715.87

- 0 % impuesto renta	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-	-	-

Paso 3

Inversión	\$ 755,950.92
- Préstamo	\$ (377,975.46)
Inversión Total	\$ 377,975.46

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
\$ (377,975.46)	\$ 63,030.55	\$ 70,153.86	\$ 77,179.93	\$ 84,097.52	\$ 90,894.52	\$ 97,557.91	\$ 104,073.65

Costo de Capital	15%
------------------	-----

VP	\$333,178.41
Inversión Inicial	\$ (377,975.46)
VAN	(\$44,797.05)

TIR	11%
-----	------------

DISCOUNTED PAYBACK	7.90
-------------------------------	-------------

Elaboración propia

Anexo 10. Tabla de Amortización

LUX CRUISE		
Inversión Total	Capital propio	Financiamiento
\$(755,950.92)	\$(377,975.46)	\$(377,975.46)

Financiamiento				
Loan-to-Value (LTV)	50%	Tasa de interés mensual	50.0%	
Tasa de interés	10.00%	0.83%		
Plazo (# años)	10	Años con pagos mensuales	120	Total periodos
Costos de Financiamiento	\$15,000			

PAGO	\$4,994.97
-------------	-------------------

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO FINAL
1	\$ 377,975.46	\$4,994.97	\$1,845.18	\$ 3,149.80	\$ 376,130.28
2	\$ 376,130.28	\$4,994.97	\$1,860.55	\$ 3,134.42	\$ 374,269.73
3	\$ 374,269.73	\$4,994.97	\$1,876.06	\$ 3,118.91	\$ 372,393.67
4	\$ 372,393.67	\$4,994.97	\$1,891.69	\$ 3,103.28	\$ 370,501.98
5	\$ 370,501.98	\$4,994.97	\$1,907.46	\$ 3,087.52	\$ 368,594.52
6	\$ 368,594.52	\$4,994.97	\$1,923.35	\$ 3,071.62	\$ 366,671.17
7	\$ 366,671.17	\$4,994.97	\$1,939.38	\$ 3,055.59	\$ 364,731.79
8	\$ 364,731.79	\$4,994.97	\$1,955.54	\$ 3,039.43	\$ 362,776.24
9	\$ 362,776.24	\$4,994.97	\$1,971.84	\$ 3,023.14	\$ 360,804.41

SUMA INTERÉS	SUMA DE CAPITAL
--------------	-----------------

10	\$ 360,804.41	\$4,994.97	\$1,988.27	\$ 3,006.70	\$ 358,816.14
11	\$ 358,816.14	\$4,994.97	\$2,004.84	\$ 2,990.13	\$ 356,811.30
12	\$ 356,811.30	\$4,994.97	\$2,021.55	\$ 2,973.43	\$ 354,789.75
13	\$ 354,789.75	\$4,994.97	\$2,038.39	\$ 2,956.58	\$ 352,751.36
14	\$ 352,751.36	\$4,994.97	\$2,055.38	\$ 2,939.59	\$ 350,695.98
15	\$ 350,695.98	\$4,994.97	\$2,072.51	\$ 2,922.47	\$ 348,623.47
16	\$ 348,623.47	\$4,994.97	\$2,089.78	\$ 2,905.20	\$ 346,533.69
17	\$ 346,533.69	\$4,994.97	\$2,107.19	\$ 2,887.78	\$ 344,426.50
18	\$ 344,426.50	\$4,994.97	\$2,124.75	\$ 2,870.22	\$ 342,301.75

\$ 36,753.97	\$23,185.71	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

19	\$ 342,301.75	\$4,994.97	\$2,142.46	\$ 2,852.51	\$ 340,159.29
20	\$ 340,159.29	\$4,994.97	\$2,160.31	\$ 2,834.66	\$ 337,998.98
21	\$ 337,998.98	\$4,994.97	\$2,178.32	\$ 2,816.66	\$ 335,820.66
22	\$ 335,820.66	\$4,994.97	\$2,196.47	\$ 2,798.51	\$ 333,624.19
23	\$ 333,624.19	\$4,994.97	\$2,214.77	\$ 2,780.20	\$ 331,409.42
24	\$ 331,409.42	\$4,994.97	\$2,233.23	\$ 2,761.75	\$ 329,176.19
25	\$ 329,176.19	\$4,994.97	\$2,251.84	\$ 2,743.13	\$ 326,924.35
26	\$ 326,924.35	\$4,994.97	\$2,270.60	\$ 2,724.37	\$ 324,653.75
27	\$ 324,653.75	\$4,994.97	\$2,289.53	\$ 2,705.45	\$ 322,364.23

\$ 34,326.13	\$25,613.56	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

28	\$ 322,364.23	\$4,994.97	\$2,308.61	\$ 2,686.37	\$ 320,055.62
29	\$ 320,055.62	\$4,994.97	\$2,327.84	\$ 2,667.13	\$ 317,727.78
30	\$ 317,727.78	\$4,994.97	\$2,347.24	\$ 2,647.73	\$ 315,380.53
31	\$ 315,380.53	\$4,994.97	\$2,366.80	\$ 2,628.17	\$ 313,013.73
32	\$ 313,013.73	\$4,994.97	\$2,386.53	\$ 2,608.45	\$ 310,627.21
33	\$ 310,627.21	\$4,994.97	\$2,406.41	\$ 2,588.56	\$ 308,220.79
34	\$ 308,220.79	\$4,994.97	\$2,426.47	\$ 2,568.51	\$ 305,794.33
35	\$ 305,794.33	\$4,994.97	\$2,446.69	\$ 2,548.29	\$ 303,347.64
36	\$ 303,347.64	\$4,994.97	\$2,467.08	\$ 2,527.90	\$ 300,880.56

\$ 31,644.05	\$28,295.63	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

37	\$ 300,880.56	\$4,994.97	\$2,487.64	\$ 2,507.34	\$ 298,392.9 3
38	\$ 298,392.93	\$4,994.97	\$2,508.37	\$ 2,486.61	\$ 295,884.5 6
39	\$ 295,884.56	\$4,994.97	\$2,529.27	\$ 2,465.70	\$ 293,355.2 9
40	\$ 293,355.29	\$4,994.97	\$2,550.35	\$ 2,444.63	\$ 290,804.9 5
41	\$ 290,804.95	\$4,994.97	\$2,571.60	\$ 2,423.37	\$ 288,233.3 5
42	\$ 288,233.35	\$4,994.97	\$2,593.03	\$ 2,401.94	\$ 285,640.3 2
43	\$ 285,640.32	\$4,994.97	\$2,614.64	\$ 2,380.34	\$ 283,025.6 8
44	\$ 283,025.68	\$4,994.97	\$2,636.43	\$ 2,358.55	\$ 280,389.2 5
45	\$ 280,389.25	\$4,994.97	\$2,658.40	\$ 2,336.58	\$ 277,730.8 6

46	\$ 277,730.86	\$4,994.97	\$2,680.55	\$ 2,314.42	\$ 275,050.31
47	\$ 275,050.31	\$4,994.97	\$2,702.89	\$ 2,292.09	\$ 272,347.42
48	\$ 272,347.42	\$4,994.97	\$2,725.41	\$ 2,269.56	\$ 269,622.01
49	\$ 269,622.01	\$4,994.97	\$2,748.12	\$ 2,246.85	\$ 266,873.88
50	\$ 266,873.88	\$4,994.97	\$2,771.02	\$ 2,223.95	\$ 264,102.86
51	\$ 264,102.86	\$4,994.97	\$2,794.12	\$ 2,200.86	\$ 261,308.74
52	\$ 261,308.74	\$4,994.97	\$2,817.40	\$ 2,177.57	\$ 258,491.34
53	\$ 258,491.34	\$4,994.97	\$2,840.88	\$ 2,154.09	\$ 255,650.46
54	\$ 255,650.46	\$4,994.97	\$2,864.55	\$ 2,130.42	\$ 252,785.91

\$ 28,681.13	\$31,258.55	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

55	\$ 252,785.91	\$4,994.97	\$2,888.42	\$ 2,106.55	\$ 249,897.4 9
56	\$ 249,897.49	\$4,994.97	\$2,912.49	\$ 2,082.48	\$ 246,984.9 9
57	\$ 246,984.99	\$4,994.97	\$2,936.77	\$ 2,058.21	\$ 244,048.2 3
58	\$ 244,048.23	\$4,994.97	\$2,961.24	\$ 2,033.74	\$ 241,086.9 9
59	\$ 241,086.99	\$4,994.97	\$2,985.92	\$ 2,009.06	\$ 238,101.0 7
60	\$ 238,101.07	\$4,994.97	\$3,010.80	\$ 1,984.18	\$ 235,090.2 7
61	\$ 235,090.27	\$4,994.97	\$3,035.89	\$ 1,959.09	\$ 232,054.3 9
62	\$ 232,054.39	\$4,994.97	\$3,061.19	\$ 1,933.79	\$ 228,993.2 0
63	\$ 228,993.20	\$4,994.97	\$3,086.70	\$ 1,908.28	\$ 225,906.5 0

\$ 25,407.95	\$34,531.73	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

64	\$ 225,906.50	\$4,994.97	\$3,112.42	\$ 1,882.55	\$ 222,794.08
65	\$ 222,794.08	\$4,994.97	\$3,138.36	\$ 1,856.62	\$ 219,655.73
66	\$ 219,655.73	\$4,994.97	\$3,164.51	\$ 1,830.46	\$ 216,491.22
67	\$ 216,491.22	\$4,994.97	\$3,190.88	\$ 1,804.09	\$ 213,300.34
68	\$ 213,300.34	\$4,994.97	\$3,217.47	\$ 1,777.50	\$ 210,082.87
69	\$ 210,082.87	\$4,994.97	\$3,244.28	\$ 1,750.69	\$ 206,838.58
70	\$ 206,838.58	\$4,994.97	\$3,271.32	\$ 1,723.65	\$ 203,567.27
71	\$ 203,567.27	\$4,994.97	\$3,298.58	\$ 1,696.39	\$ 200,268.69
72	\$ 200,268.69	\$4,994.97	\$3,326.07	\$ 1,668.91	\$ 196,942.62

\$ 21,792.03	\$38,147.66	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

73	\$ 196,942.62	\$4,994.97	\$3,353.79	\$ 1,641.19	\$ 193,588.8 3
74	\$ 193,588.83	\$4,994.97	\$3,381.73	\$ 1,613.24	\$ 190,207.1 0
75	\$ 190,207.10	\$4,994.97	\$3,409.91	\$ 1,585.06	\$ 186,797.1 9
76	\$ 186,797.19	\$4,994.97	\$3,438.33	\$ 1,556.64	\$ 183,358.8 5
77	\$ 183,358.85	\$4,994.97	\$3,466.98	\$ 1,527.99	\$ 179,891.8 7
78	\$ 179,891.87	\$4,994.97	\$3,495.87	\$ 1,499.10	\$ 176,396.0 0
79	\$ 176,396.00	\$4,994.97	\$3,525.01	\$ 1,469.97	\$ 172,870.9 9
80	\$ 172,870.99	\$4,994.97	\$3,554.38	\$ 1,440.59	\$ 169,316.6 1
81	\$ 169,316.61	\$4,994.97	\$3,584.00	\$ 1,410.97	\$ 165,732.6 1

82	\$ 165,732.61	\$4,994.97	\$3,613.87	\$ 1,381.11	\$ 162,118.74
83	\$ 162,118.74	\$4,994.97	\$3,643.98	\$ 1,350.99	\$ 158,474.75
84	\$ 158,474.75	\$4,994.97	\$3,674.35	\$ 1,320.62	\$ 154,800.40
85	\$ 154,800.40	\$4,994.97	\$3,704.97	\$ 1,290.00	\$ 151,095.43
86	\$ 151,095.43	\$4,994.97	\$3,735.84	\$ 1,259.13	\$ 147,359.59
87	\$ 147,359.59	\$4,994.97	\$3,766.98	\$ 1,228.00	\$ 143,592.61
88	\$ 143,592.61	\$4,994.97	\$3,798.37	\$ 1,196.61	\$ 139,794.24
89	\$ 139,794.24	\$4,994.97	\$3,830.02	\$ 1,164.95	\$ 135,964.22
90	\$ 135,964.22	\$4,994.97	\$3,861.94	\$ 1,133.04	\$ 132,102.28

\$ 17,797.47	\$42,142.21	\$ 59,939.68
-----------------	-------------	-----------------

91	\$ 132,102.28	\$4,994.97	\$3,894.12	\$ 1,100.85	\$ 128,208.16
92	\$ 128,208.16	\$4,994.97	\$3,926.57	\$ 1,068.40	\$ 124,281.59
93	\$ 124,281.59	\$4,994.97	\$3,959.29	\$ 1,035.68	\$ 120,322.30
94	\$ 120,322.30	\$4,994.97	\$3,992.29	\$ 1,002.69	\$ 116,330.01
95	\$ 116,330.01	\$4,994.97	\$4,025.56	\$ 969.42	\$ 112,304.45
96	\$ 112,304.45	\$4,994.97	\$4,059.10	\$ 935.87	\$ 108,245.35
97	\$ 108,245.35	\$4,994.97	\$4,092.93	\$ 902.04	\$ 104,152.42
98	\$ 104,152.42	\$4,994.97	\$4,127.04	\$ 867.94	\$ 100,025.38
99	\$ 100,025.38	\$4,994.97	\$4,161.43	\$ 833.54	\$ 95,863.95
100	\$ 95,863.95	\$4,994.97	\$4,196.11	\$ 798.87	\$ 91,667.85

\$ 13,384.63	\$4,059.10	\$ 17,443.73
-----------------	------------	-----------------

101	\$ 91,667.85	\$4,994.97	\$4,231.07	\$ 763.90	\$ 87,436.77
102	\$ 87,436.77	\$4,994.97	\$4,266.33	\$ 728.64	\$ 83,170.44
103	\$ 83,170.44	\$4,994.97	\$4,301.89	\$ 693.09	\$ 78,868.55
104	\$ 78,868.55	\$4,994.97	\$4,337.74	\$ 657.24	\$ 74,530.81
105	\$ 74,530.81	\$4,994.97	\$4,373.88	\$ 621.09	\$ 70,156.93
106	\$ 70,156.93	\$4,994.97	\$4,410.33	\$ 584.64	\$ 65,746.60
107	\$ 65,746.60	\$4,994.97	\$4,447.09	\$ 547.89	\$ 61,299.51
108	\$ 61,299.51	\$4,994.97	\$4,484.14	\$ 510.83	\$ 56,815.37
109	\$ 56,815.37	\$4,994.97	\$4,521.51	\$ 473.46	\$ 52,293.86
110	\$ 52,293.86	\$4,994.97	\$4,559.19	\$ 435.78	\$ 47,734.67
111	\$ 47,734.67	\$4,994.97	\$4,597.18	\$ 397.79	\$ 43,137.48
112	\$ 43,137.48	\$4,994.97	\$4,635.49	\$ 359.48	\$ 38,501.99
113	\$ 38,501.99	\$4,994.97	\$4,674.12	\$ 320.85	\$ 33,827.86
114	\$ 33,827.86	\$4,994.97	\$4,713.07	\$ 281.90	\$ 29,114.79

\$ 8,509.70	\$51,429.98	\$ 59,939.68
----------------	-------------	-----------------

115	\$ 29,114.79	\$4,994.97	\$4,752.35	\$ 242.62	\$ 24,362.44
116	\$ 24,362.44	\$4,994.97	\$4,791.95	\$ 203.02	\$ 19,570.48
117	\$ 19,570.48	\$4,994.97	\$4,831.89	\$ 163.09	\$ 14,738.60
118	\$ 14,738.60	\$4,994.97	\$4,872.15	\$ 122.82	\$ 9,866.45
119	\$ 9,866.45	\$4,994.97	\$4,912.75	\$ 82.22	\$ 4,953.69
120	\$ 4,953.69	\$4,994.97	\$4,953.69	\$ 41.28	\$ (0.00)
Total		\$599,396.83		\$221,421.37	

\$ 3,124.31	\$56,815.37	\$ 59,939.68
----------------	-------------	-----------------

Elaboración propia

Anexo 11. Datos Préstamo Bancario

Lux Cruise		
Supuestos de Inversión		
Datos - Préstamo Bancario		
Servicio		
Capacidad:	69	
Cheque promedio		
	\$ 61.01	Discoteca
	\$ 26.00	Tour
	\$ 28.67	Evento

		Se espera que las tarifas se incrementen 1.28% al año
Costos y Gastos Departamentales		
Costos y Gastos Discoteca	\$ 289,503.69	El primer año; Se espera una disminución de 0.32% cada año
Costos y Gastos Tour	\$ 284,951.25	El primer año; Se espera una disminución de 0.32% cada año
Costos y Gastos Evento	\$ 30,134.78	El primer año; Se espera una disminución de 0.32% cada año
Gastos No Distribuidos		
Administración	\$ 16,573	Se espera un incremento de 0.56% cada año por la inflación. Se espera un incremento de la tasa en nómina por un 1.70%; un promedio del crecimiento de los últimos cinco años.
Legal	\$ 6,000	
Contabilidad	\$ 1,200	
Recursos Humanos	\$ 4,800	
Mercadeo	\$ 1,440	
Seguridad	\$ 26,329	
Mantenimiento	\$ 5,484	
Combustible	\$ 61,864.32	Se espera un incremento de 5.4% cada año por la inflación.
Cargos Fijos		
Seguros a la propiedad	\$ 12,000.00	2% del precio de compra anual
Impuesto predial	0%	
Derecho de puerto	\$ 2,857.12	Mensual
Depreciación	\$ 30,000	5% del valor anualmente
Amortización	\$ 1,500	Costos de Financiamiento a 10 años
Impuestos		

Repartición trabajadores	15%	De la utilidad antes de impuestos
Impuesto renta	0%	De la utilidad antes de impuestos - repartición trabajadores
Inversión	\$ 755,951	
Financiamiento		
Loan-to-Value (LTV)	50%	
Tasa de interés	10%	
Plazo	10	años con pagos mensuales
Costos de Financiamiento	\$15,000	
Inflación	0.56%	
Inflación Salarial	1.70%	
Tasa de Impuestos	0%	
Costo de Capital	15%	

Elaboración Propia

Anexo 12. Valoración del proyecto mensual – Escenario Negativo

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Promedio de Ocupación / Rotación
Servicio	Discoteca												
Capacidad	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	
Cheque Promedio	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	
Rotación / Ocupación	75.0%	78.0%	85.0%	80.0%	65.0%	70.0%	80.0%	90.0%	70.0%	75.0%	77.0%	88.0%	77.8%
Ventas	\$ 31,572.68	\$ 32,835.58	\$ 35,782.37	\$ 33,677.52	\$ 27,362.99	\$ 29,467.83	\$ 33,677.52	\$ 37,887.21	\$ 29,467.83	\$ 31,572.68	\$ 32,414.61	\$ 37,045.27	

Servicio	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour
Capacidad	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	
Cheque Promedio	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	
Rotación / Ocupación	65.0%	80.0%	85.0%	77.0%	20.0%	20.0%	65.0%	75.0%	65.0%	60.0%	60.0%	75.0%	62.3%
Ventas	\$ 41,979.60	\$ 51,667.20	\$ 54,896.40	\$ 49,729.68	\$ 2,870.40	\$ 2,870.40	\$ 41,979.60	\$ 48,438.00	\$ 41,979.60	\$ 38,750.40	\$ 38,750.40	\$ 48,438.00	

- Total Cargos Fijos	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12
= utilidad antes de impuestos	\$ 8,878.81	\$ 20,007.34	\$ 26,598.70	\$ 18,911.76	\$ (24,945.68)	\$ (22,840.83)	\$ 11,161.68	\$ 21,948.45	\$ 6,773.97	\$ 5,946.31	\$ 7,084.95	\$ 21,996.61
(15% Empleados)	\$ 1,331.82	\$ 3,001.10	\$ 3,989.81	\$ 2,836.76	\$ (3,741.85)	\$ (3,426.13)	\$ 1,674.25	\$ 3,292.27	\$ 1,016.09	\$ 891.95	\$ 1,062.74	\$ 3,299.49
Saldo	\$ 7,546.99	\$ 17,006.24	\$ 22,608.90	\$ 16,074.99	\$ (21,203.83)	\$ (19,414.71)	\$ 9,487.42	\$ 18,656.18	\$ 5,757.87	\$ 5,054.36	\$ 6,022.21	\$ 18,697.12
(0% Impuesto a la renta)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Neta	\$ 7,546.99	\$ 17,006.24	\$ 22,608.90	\$ 16,074.99	\$ (21,203.83)	\$ (19,414.71)	\$ 9,487.42	\$ 18,656.18	\$ 5,757.87	\$ 5,054.36	\$ 6,022.21	\$ 18,697.12
Reserva Estatutaria 8%	\$ 603.76	\$ 1,360.50	\$ 1,808.71	\$ 1,286.00	\$ (1,696.31)	\$ (1,553.18)	\$ 758.99	\$ 1,492.49	\$ 460.63	\$ 404.35	\$ 481.78	\$ 1,495.77
Saldo	\$ 6,943.23	\$ 15,645.74	\$ 20,800.18	\$ 14,788.99	\$ (19,507.52)	\$ (17,861.53)	\$ 8,728.43	\$ 17,163.68	\$ 5,297.24	\$ 4,650.01	\$ 5,540.43	\$ 17,201.35
Reserva Legal 8%	\$ 555.46	\$ 1,251.66	\$ 1,664.01	\$ 1,183.12	\$ (1,560.60)	\$ (1,428.92)	\$ 698.27	\$ 1,373.09	\$ 423.78	\$ 372.00	\$ 443.23	\$ 1,376.11

Saldo	\$ 6,387. 77	\$ 14,394.0 8	\$ 19,136 .17	\$ 13,605 .87	\$ (17,946 .92)	\$ (16,432 .61)	\$ 8,030. 16	\$ 15,790 .59	\$ 4,873.4 6	\$ 4,278. 01	\$ 5,097.2 0	\$ 15,825. 24
Reparto de particiones por socio	\$ 1,596. 94	\$ 3,598.52	\$ 4,784. 04	\$ 3,401. 47	\$ (4,486. 73)	\$ (4,108. 15)	\$ 2,007. 54	\$ 3,947. 65	\$ 1,218.3 7	\$ 1,069. 50	\$ 1,274.3 0	\$ 3,956.3 1

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos												
= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciacio nes y amortizaci ones (EBITDA)	\$ 11,378 .81	\$ 22,507.3 4	\$ 29,098 .70	\$ 21,411 .76	\$ (22,445 .68)	\$ (20,340 .83)	\$ 13,661 .68	\$ 24,448 .45	\$ 9,273.9 7	\$ 8,446. 31	\$ 9,584.9 5	\$ 24,496. 61
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 11,378 .81	\$ 22,507.3 4	\$ 29,098 .70	\$ 21,411 .76	\$ (22,445 .68)	\$ (20,340 .83)	\$ 13,661 .68	\$ 24,448 .45	\$ 9,273.9 7	\$ 8,446. 31	\$ 9,584.9 5	\$ 24,496. 61
- Impuestos de la operación	\$ 1,331. 82	\$ 3,001.10	\$ 3,989. 81	\$ 2,836. 76	\$ (3,741. 85)	\$ (3,426. 13)	\$ 1,674. 25	\$ 3,292. 27	\$ 1,016.0 9	\$ 891.95	\$ 1,062.7 4	\$ 3,299.4 9
= Flujo operativo después de impuestos	\$ 10,046 .99	\$ 19,506.2 4	\$ 25,108 .90	\$ 18,574 .99	\$ (18,703 .83)	\$ (16,914 .71)	\$ 11,987 .42	\$ 21,156 .18	\$ 8,257.8 7	\$ 7,554. 36	\$ 8,522.2 1	\$ 21,197. 12

Flujo de Caja Total	\$ 10,046 .99	\$ 19,506.2 4	\$ 25,108 .90	\$ 18,574 .99	\$ (18,703 .83)	\$ (16,914 .71)	\$ 11,987 .42	\$ 21,156 .18	\$ 8,257.8 7	\$ 7,554. 36	\$ 8,522.2 1	\$ 21,197. 12
----------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

Cálculo de impuestos para el flujo operativo												
(EBITDA)	\$ 11,378 .81	\$ 22,507.3 4	\$ 29,098 .70	\$ 21,411 .76	\$ (22,445 .68)	\$ (20,340 .83)	\$ 13,661 .68	\$ 24,448 .45	\$ 9,273.9 7	\$ 8,446. 31	\$ 9,584.9 5	\$ 24,496. 61
- Depreciación	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.00	\$ 2,500. 00	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500. 00	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500.0 0
= utilidad antes de impuestos	\$ 8,878. 81	\$ 20,007.3 4	\$ 26,598 .70	\$ 18,911 .76	\$ (24,945 .68)	\$ (22,840 .83)	\$ 11,161 .68	\$ 21,948 .45	\$ 6,773.9 7	\$ 5,946. 31	\$ 7,084.9 5	\$ 21,996. 61
- 15% trabajadores	\$ 1,331. 82	\$ 3,001.10	\$ 3,989. 81	\$ 2,836. 76	\$ (3,741. 85)	\$ (3,426. 13)	\$ 1,674. 25	\$ 3,292. 27	\$ 1,016.0 9	\$ 891.95	\$ 1,062.7 4	\$ 3,299.4 9
saldo	\$ 7,546. 99	\$ 17,006.2 4	\$ 22,608 .90	\$ 16,074 .99	\$ (21,203 .83)	\$ (19,414 .71)	\$ 9,487. 42	\$ 18,656 .18	\$ 5,757.8 7	\$ 5,054. 36	\$ 6,022.2 1	\$ 18,697. 12
- 0 % impuesto renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Paso 3

Inversión	\$ 755,95 0.92
------------------	----------------------

Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
\$ (755,950.92)	\$ 10,046.99	\$ 19,506.24	\$ 25,108.90	\$ 18,574.99	\$ (18,703.83)	\$ (16,914.71)	\$ 11,987.42	\$ 21,156.18	\$ 8,257.87	\$ 7,554.36	\$ 8,522.21	\$ 21,197.12

Costo de Capital	15%
VP	\$55,434.96
Inversión Inicial	\$ (755,950.92)
VAN	(\$700,515.96)
TIR	-20%

Elaboración Propia

Anexo 13. Valoración del proyecto mensual – Escenario Normal

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Promedio de Ocupación / Rotación
Servicio	Discoteca												
Capacidad	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	
Cheque Promedio	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	
Rotación / Ocupación	79.0%	85.0%	88.0%	80.0%	70.0%	77.0%	90.0%	95.0%	80.0%	83.0%	88.0%	93.0%	84.0%
Ventas	\$ 33,256.55	\$ 35,782.37	\$ 37,045.27	\$ 33,677.52	\$ 29,467.83	\$ 32,414.61	\$ 37,887.21	\$ 39,992.06	\$ 33,677.52	\$ 34,940.43	\$ 37,045.27	\$ 39,150.12	

	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour
Servicio	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour
Capacidad	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	
Cheque Promedio	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	
Rotación / Ocupación	70.0%	85.0%	89.0%	85.0%	35.0%	30.0%	79.0%	89.0%	70.0%	80.0%	85.0%	90.0%	73.9%
Ventas	\$ 45,208.80	\$ 54,896.40	\$ 57,479.76	\$ 54,896.40	\$ 5,023.20	\$ 4,305.60	\$ 51,021.36	\$ 57,479.76	\$ 45,208.80	\$ 51,667.20	\$ 54,896.40	\$ 58,125.60	

- Total Cargos Fijos	\$ 6,357. 12	\$ 6,357.12	\$ 6,357. 12	\$ 6,357. 12	\$ 6,357.1 2	\$ 6,357.1 2	\$ 6,357. 12	\$ 6,357.1 2	\$ 6,357.1 2	\$ 6,357. 12	\$ 6,357.1 2	\$ 6,357.1 2
= utilidad antes de impuestos	\$ 14,385. .29	\$ 27,073.4 2	\$ 31,335. .07	\$ 24,968. .58	\$ (17,721. .03)	\$ (15,491. .85)	\$ 25,303. .23	\$ 33,985. 15	\$ 14,806. 26	\$ 23,120. .96	\$ 28,751. 71	\$ 34,679. 15
(15% Empleados)	\$ 2,157. 79	\$ 4,061.01	\$ 4,700. 26	\$ 3,745. 29	\$ (2,658. 16)	\$ (2,323. 78)	\$ 3,795. 48	\$ 5,097.7 7	\$ 2,220.9 4	\$ 3,468. 14	\$ 4,312.7 6	\$ 5,201.8 7
Saldo	\$ 12,227. .49	\$ 23,012.4 1	\$ 26,634. .81	\$ 21,223. .29	\$ (15,062. .88)	\$ (13,168. .07)	\$ 21,507. .74	\$ 28,887. 38	\$ 12,585. 32	\$ 19,652. .82	\$ 24,438. 95	\$ 29,477. 28
(0% Impuesto a la renta)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Neta	\$ 12,227. .49	\$ 23,012.4 1	\$ 26,634. .81	\$ 21,223. .29	\$ (15,062. .88)	\$ (13,168. .07)	\$ 21,507. .74	\$ 28,887. 38	\$ 12,585. 32	\$ 19,652. .82	\$ 24,438. 95	\$ 29,477. 28
Reserva Estatutaria 8%	\$ 978.20	\$ 1,840.99	\$ 2,130. 78	\$ 1,697. 86	\$ (1,205. 03)	\$ (1,053. 45)	\$ 1,720. 62	\$ 2,310.9 9	\$ 1,006.8 3	\$ 1,572. 23	\$ 1,955.1 2	\$ 2,358.1 8
Saldo	\$ 11,249. .29	\$ 21,171.4 1	\$ 24,504. .02	\$ 19,525. .43	\$ (13,857. .85)	\$ (12,114. .63)	\$ 19,787. .12	\$ 26,576. 39	\$ 11,578. 49	\$ 18,080. .59	\$ 22,483. 84	\$ 27,119. 10
Reserva Legal 8%	\$ 899.94	\$ 1,693.71	\$ 1,960. 32	\$ 1,562. 03	\$ (1,108. 63)	\$ (969.17)	\$ 1,582. 97	\$ 2,126.1 1	\$ 926.28	\$ 1,446. 45	\$ 1,798.7 1	\$ 2,169.5 3

Saldo	\$ 10,349 .35	\$ 19,477.7 0	\$ 22,543 .70	\$ 17,963 .39	\$ (12,749 .22)	\$ (11,145 .46)	\$ 18,204 .15	\$ 24,450. 28	\$ 10,652. 21	\$ 16,634 .15	\$ 20,685. 13	\$ 24,949. 57
Reparto de particiones por socio	\$ 2,587. 34	\$ 4,869.43	\$ 5,635. 93	\$ 4,490. 85	\$ (3,187. 31)	\$ (2,786. 36)	\$ 4,551. 04	\$ 6,112.5 7	\$ 2,663.0 5	\$ 4,158. 54	\$ 5,171.2 8	\$ 6,237.3 9

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos												
= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciacio nes y amortizaci ones (EBITDA)	\$ 16,885 .29	\$ 29,573.4 2	\$ 33,835 .07	\$ 27,468 .58	\$ (15,221 .03)	\$ (12,991 .85)	\$ 27,803 .23	\$ 36,485. 15	\$ 17,306. 26	\$ 25,620 .96	\$ 31,251. 71	\$ 37,179. 15
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 16,885 .29	\$ 29,573.4 2	\$ 33,835 .07	\$ 27,468 .58	\$ (15,221 .03)	\$ (12,991 .85)	\$ 27,803 .23	\$ 36,485. 15	\$ 17,306. 26	\$ 25,620 .96	\$ 31,251. 71	\$ 37,179. 15
- Impuestos de la operación	\$ 2,157. 79	\$ 4,061.01	\$ 4,700. 26	\$ 3,745. 29	\$ (2,658. 16)	\$ (2,323. 78)	\$ 3,795. 48	\$ 5,097.7 7	\$ 2,220.9 4	\$ 3,468. 14	\$ 4,312.7 6	\$ 5,201.8 7
= Flujo operativo después de impuestos	\$ 14,727 .49	\$ 25,512.4 1	\$ 29,134 .81	\$ 23,723 .29	\$ (12,562 .88)	\$ (10,668 .07)	\$ 24,007 .74	\$ 31,387. 38	\$ 15,085. 32	\$ 22,152 .82	\$ 26,938. 95	\$ 31,977. 28

Flujo de Caja Total	\$ 14,727 .49	\$ 25,512.4 1	\$ 29,134 .81	\$ 23,723 .29	\$ (12,562 .88)	\$ (10,668 .07)	\$ 24,007 .74	\$ 31,387. 38	\$ 15,085. 32	\$ 22,152 .82	\$ 26,938. 95	\$ 31,977. 28
----------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Cálculo de impuestos para el flujo operativo												
(EBITDA)	\$ 16,885 .29	\$ 29,573.4 2	\$ 33,835 .07	\$ 27,468 .58	\$ (15,221 .03)	\$ (12,991 .85)	\$ 27,803 .23	\$ 36,485. 15	\$ 17,306. 26	\$ 25,620 .96	\$ 31,251. 71	\$ 37,179. 15
- Depreciación	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.00	\$ 2,500. 00	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500. 00	\$ 2,500.0 0	\$ 2,500.0 0
= utilidad antes de impuestos	\$ 14,385 .29	\$ 27,073.4 2	\$ 31,335 .07	\$ 24,968 .58	\$ (17,721 .03)	\$ (15,491 .85)	\$ 25,303 .23	\$ 33,985. 15	\$ 14,806. 26	\$ 23,120 .96	\$ 28,751. 71	\$ 34,679. 15
- 15% trabajadores	\$ 2,157. 79	\$ 4,061.01	\$ 4,700. 26	\$ 3,745. 29	\$ (2,658. 16)	\$ (2,323. 78)	\$ 3,795. 48	\$ 5,097.7 7	\$ 2,220.9 4	\$ 3,468. 14	\$ 4,312.7 6	\$ 5,201.8 7
saldo	\$ 12,227 .49	\$ 23,012.4 1	\$ 26,634 .81	\$ 21,223 .29	\$ (15,062 .88)	\$ (13,168 .07)	\$ 21,507 .74	\$ 28,887. 38	\$ 12,585. 32	\$ 19,652 .82	\$ 24,438. 95	\$ 29,477. 28
- 0 % impuesto renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Paso 3

Inversión	\$ 755,95 0.92
------------------	----------------------

Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
\$ (755,950.92)	\$ 14,727.49	\$ 25,512.41	\$ 29,134.81	\$ 23,723.29	\$ (12,562.88)	\$ (10,668.07)	\$ 24,007.74	\$ 31,387.38	\$ 15,085.32	\$ 22,152.82	\$ 26,938.95	\$ 31,977.28

Costo de Capital	15%
VP	\$94,777.11
Inversión Inicial	\$ (755,950.92)
VAN	(\$661,173.82)
TIR	-14%

Elaboración propia

Anexo 14. Valoración del proyecto mensual – Escenario Positivo

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Promedio de Ocupación / Rotación
Servicio	Discoteca												
Capacidad	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	
Cheque Promedio	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	\$ 61.01	
Rotación / Ocupación	82.0%	90.0%	100.0%	95.0%	80.0%	90.0%	100.0%	100.0%	90.0%	90.0%	93.0%	98.0%	92.3%
Ventas	\$ 34,519.46	\$ 37,887.21	\$ 42,096.90	\$ 39,992.06	\$ 33,677.52	\$ 37,887.21	\$ 42,096.90	\$ 42,096.90	\$ 37,887.21	\$ 37,887.21	\$ 39,150.12	\$ 41,254.96	

	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour
Servicio	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour	Tour
Capacidad	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	
Cheque Promedio	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	
Rotación / Ocupación	75.0%	90.0%	95.0%	90.0%	40.0%	38.0%	90.0%	100.0%	75.0%	80.0%	95.0%	98.0%	80.5%
Ventas	\$ 48,438.00	\$ 58,125.60	\$ 61,354.80	\$ 58,125.60	\$ 5,740.80	\$ 5,453.76	\$ 58,125.60	\$ 64,584.00	\$ 48,438.00	\$ 51,667.20	\$ 61,354.80	\$ 63,292.32	

Derechos de puerto	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12	\$ 2,857.12
Depreciación	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
- Total Cargos Fijos	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12	\$ 6,357.12				
= utilidad antes de impuestos	\$ 19,767.49	\$ 33,119.55	\$ 41,151.84	\$ 35,224.39	\$ (8,343.24)	\$ (4,420.59)	\$ 37,329.24	\$ 44,084.34	\$ 23,135.25	\$ 26,957.85	\$ 38,205.05	\$ 42,840.82
(15% Empleados)	\$ 2,965.12	\$ 4,967.93	\$ 6,172.78	\$ 5,283.66	\$ (1,251.49)	\$ (663.09)	\$ 5,599.39	\$ 6,612.65	\$ 3,470.29	\$ 4,043.68	\$ 5,730.76	\$ 6,426.12
Saldo	\$ 16,802.37	\$ 28,151.61	\$ 34,979.06	\$ 29,940.73	\$ (7,091.76)	\$ (3,757.51)	\$ 31,729.85	\$ 37,471.69	\$ 19,664.96	\$ 22,914.17	\$ 32,474.29	\$ 36,414.69
(0% Impuesto a la renta)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Neta	\$ 16,802.37	\$ 28,151.61	\$ 34,979.06	\$ 29,940.73	\$ (7,091.76)	\$ (3,757.51)	\$ 31,729.85	\$ 37,471.69	\$ 19,664.96	\$ 22,914.17	\$ 32,474.29	\$ 36,414.69
Reserva Estatutaria 8%	\$ 1,344.19	\$ 2,252.13	\$ 2,798.32	\$ 2,395.26	\$ (567.34)	\$ (300.60)	\$ 2,538.39	\$ 2,997.73	\$ 1,573.20	\$ 1,833.13	\$ 2,597.94	\$ 2,913.18

Saldo	\$ 15,45 8.18	\$ 25,899.4 8	\$ 32,180. 74	\$ 27,545. 47	\$ (6,524. 42)	\$ (3,456. 90)	\$ 29,191. 46	\$ 34,473. 95	\$ 18,091. 76	\$ 21,08 1.04	\$ 29,876. 35	\$ 33,501. 52
Reserva Legal 8%	\$ 1,236. 65	\$ 2,071.96	\$ 2,574.4 6	\$ 2,203.6 4	\$ (521.9 5)	\$ (276.5 5)	\$ 2,335.3 2	\$ 2,757.9 2	\$ 1,447.3 4	\$ 1,686. 48	\$ 2,390.1 1	\$ 2,680.1 2
Saldo	\$ 14,22 1.53	\$ 23,827.5 3	\$ 29,606. 28	\$ 25,341. 84	\$ (6,002. 46)	\$ (3,180. 35)	\$ 26,856. 15	\$ 31,716. 03	\$ 16,644. 42	\$ 19,39 4.55	\$ 27,486. 24	\$ 30,821. 40
Reparto de particiones por socio	\$ 3,555. 38	\$ 5,956.88	\$ 7,401.5 7	\$ 6,335.4 6	\$ (1,500. 62)	\$ (795.0 9)	\$ 6,714.0 4	\$ 7,929.0 1	\$ 4,161.1 1	\$ 4,848. 64	\$ 6,871.5 6	\$ 7,705.3 5

1) Flujo de caja Operativo después de impuestos

= utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA)	\$ 22,26 7.49	\$ 35,619.5 5	\$ 43,651. 84	\$ 37,724. 39	\$ (5,843. 24)	\$ (1,920. 59)	\$ 39,829. 24	\$ 46,584. 34	\$ 25,635. 25	\$ 29,45 7.85	\$ 40,705. 05	\$ 45,340. 82
= Flujo de caja antes de impuestos	\$ 22,26 7.49	\$ 35,619.5 5	\$ 43,651. 84	\$ 37,724. 39	\$ (5,843. 24)	\$ (1,920. 59)	\$ 39,829. 24	\$ 46,584. 34	\$ 25,635. 25	\$ 29,45 7.85	\$ 40,705. 05	\$ 45,340. 82

- Impuestos de la operación	\$ 2,965.12	\$ 4,967.93	\$ 6,172.78	\$ 5,283.66	\$ (1,251.49)	\$ (663.09)	\$ 5,599.39	\$ 6,612.65	\$ 3,470.29	\$ 4,043.68	\$ 5,730.76	\$ 6,426.12
= Flujo operativo después de impuestos	\$ 19,302.37	\$ 30,651.61	\$ 37,479.06	\$ 32,440.73	\$ (4,591.76)	\$ (1,257.51)	\$ 34,229.85	\$ 39,971.69	\$ 22,164.96	\$ 25,414.17	\$ 34,974.29	\$ 38,914.69
Flujo de Caja Total	\$ 19,302.37	\$ 30,651.61	\$ 37,479.06	\$ 32,440.73	\$ (4,591.76)	\$ (1,257.51)	\$ 34,229.85	\$ 39,971.69	\$ 22,164.96	\$ 25,414.17	\$ 34,974.29	\$ 38,914.69

Cálculo de impuestos para el flujo operativo												
(EBITDA)	\$ 22,267.49	\$ 35,619.55	\$ 43,651.84	\$ 37,724.39	\$ (5,843.24)	\$ (1,920.59)	\$ 39,829.24	\$ 46,584.34	\$ 25,635.25	\$ 29,457.85	\$ 40,705.05	\$ 45,340.82
- Depreciación	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
= utilidad antes de impuestos	\$ 19,767.49	\$ 33,119.55	\$ 41,151.84	\$ 35,224.39	\$ (8,343.24)	\$ (4,420.59)	\$ 37,329.24	\$ 44,084.34	\$ 23,135.25	\$ 26,957.85	\$ 38,205.05	\$ 42,840.82
- 15% trabajadores	\$ 2,965.12	\$ 4,967.93	\$ 6,172.78	\$ 5,283.66	\$ (1,251.49)	\$ (663.09)	\$ 5,599.39	\$ 6,612.65	\$ 3,470.29	\$ 4,043.68	\$ 5,730.76	\$ 6,426.12
saldo	\$ 16,802.37	\$ 28,151.61	\$ 34,979.06	\$ 29,940.73	\$ (7,091.76)	\$ (3,757.51)	\$ 31,729.85	\$ 37,471.69	\$ 19,664.96	\$ 22,914.17	\$ 32,474.29	\$ 36,414.69

- 0 % impuesto renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Paso 3												Inversión	\$ 755,950.92
--------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------	---------------

Mes 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
\$ (755,950.92)	\$ 19,302.37	\$ 30,651.61	\$ 37,479.06	\$ 32,440.73	\$ (4,591.76)	\$ (1,257.51)	\$ 34,229.85	\$ 39,971.69	\$ 22,164.96	\$ 25,414.17	\$ 34,974.29	\$ 38,914.69

Costo de Capital	15%
VP	\$133,634.97
Inversión Inicial	\$ (755,950.92)
VAN	(\$622,315.95)

TIR

-11%

Elaboración propia

Anexo 15. Datos

Lux Cruise		
Supuestos de Inversión		
Servicio		
Capacidad: 69		
Cheque promedio	\$ 61.01	Discoteca
	\$ 26.00	Tour
	\$ 28.67	Evento
		Se espera que las tarifas se incrementen 1.28% al año
Costos y Gastos Departamentales		
Costos y Gastos Discoteca	\$ 289,503.69	El primer año; Se espera una disminución de 0.32% cada año
Costos y Gastos Tour	\$ 284,951.25	El primer año; Se espera una disminución de 0.32% cada año
Costos y Gastos Evento	\$ 30,134.78	El primer año; Se espera una disminución de 0.32% cada año
Gastos No Distribuidos		
Administración	\$ 16,573	Se espera un incremento de 0.56% cada año por la inflación. Se espera un incremento de la tasa en nómina por
Legal	\$ 6,000	
Contabilidad	\$ 1,200	

Recursos Humanos	\$ 4,800	un 1.70%; un promedio del crecimiento de los últimos cinco años. Se espera un incremento de 5.4% cada año por la inflación.
Mercadeo	\$ 1,440	
Seguridad	\$ 26,329	
Mantenimiento	\$ 5,484	
Combustible	\$ 61,864.32	
Cargos Fijos		
Seguros a la propiedad	\$ 12,000.00	2% del precio de compra anual
Impuesto predial	0%	
Derecho de puerto	\$ 2,857.12	Mensual
Depreciación	\$ 30,000	5% del valor anualmente
Impuestos		
Repartición trabajadores	15%	De la utilidad antes de impuestos
Impuesto renta	0%	De la utilidad antes de impuestos - repartición trabajadores
Inversión	\$ 755,951	
Inflación	0.56%	
Inflación Salarial	1.70%	
Tasa de Impuestos	0%	
Costo de Capital	15%	

Elaboración propia

Anexo 16. Payback Descontado

Inversión inicial	\$ 755,950.92
Costo de capital	15%

LUX CRUISE - ESCENARIO NEGATIVO			
Periodo	Flujos	Valor Presente	Flujos Acumulados
0	\$ 755,950.92	\$ -	\$ -
1	\$ 117,232.14	\$ 101,941	\$ 101,940.99
2	\$ 124,719.62	\$ 94,306	\$ 196,246.94
3	\$ 132,148.00	\$ 86,889	\$ 283,136.40
4	\$ 139,510.03	\$ 79,765	\$ 362,901.71
5	\$ 146,798.01	\$ 72,985	\$ 435,886.27
6	\$ 154,003.79	\$ 66,580	\$ 502,466.35
7	\$ 161,118.71	\$ 60,570	\$ 563,036.85
8	\$ 168,133.62	\$ 54,963	\$ 618,000.03
9	\$ 175,038.80	\$ 49,757	\$ 667,756.98

Payback	11.08
----------------	-------

Tiempo estimado		
	11.00	Años
0.96	0	Meses
0.96	29	Días

10	\$	181,823.98	\$ 44,944	\$	712,701.08
11	\$	188,478.25	\$ 40,512	\$	753,213.21
12	\$	194,990.10	\$ 36,445	\$	789,658.25

LUX CRUISE - ESCENARIO NORMAL			
Periodo	Flujos	Valor Presente	Flujos Acumulados
0	\$ 755,950.92	\$ -	\$ -
1	\$ 228,994.11	\$ 199,125	\$ 199,125.31
2	\$ 237,912.15	\$ 179,896	\$ 379,021.08
3	\$ 246,789.39	\$ 162,268	\$ 541,289.11
4	\$ 255,618.83	\$ 146,151	\$ 687,440.01
5	\$ 264,393.01	\$ 131,450	\$ 818,890.06
6	\$ 273,104.00	\$ 118,070	\$ 936,960.45
7	\$ 281,743.41	\$ 105,918	\$ 1,042,878.24

Payback	4.52
----------------	------

Tiempo estimado		
	4	Años
6.24	6	Meses
0.24	7	Días

LUX CRUISE - ESCENARIO POSITIVO			
Periodo	Flujos	Valor Presente	Flujos Acumulados
0	\$ 755,950.92	\$ -	\$ -
1	\$ 316,769.70	\$ 275,452	\$ 275,451.91
2	\$ 326,811.27	\$ 247,116	\$ 522,568.18
3	\$ 336,826.42	\$ 221,469	\$ 744,037.02
4	\$ 346,808.33	\$ 198,289	\$ 942,325.81
5	\$ 356,749.73	\$ 177,368	\$ 1,119,693.48
6	\$ 366,642.89	\$ 158,510	\$ 1,278,203.32
7	\$ 376,479.60	\$ 141,533	\$ 1,419,735.94

Payback	3.06
----------------	------

Tiempo estimado		
	3	Años
0.72	0	Meses
0.72	22	Días

LUX CRUISE - ESCENARIO NEGATIVO BANCO			
Periodo	Flujos	Valor Presente	Flujos Acumulados
0	\$ 377,975.46	\$ -	\$ -
1	\$ 63,030.55	\$ 54,809	\$ 54,809.17
2	\$ 70,153.86	\$ 53,046	\$ 107,855.57

Payback	7.90
----------------	------

Tiempo estimado		
	7	Años
10.80	10	Meses

3	\$	77,179.93	\$ 50,747	\$	158,602.62
4	\$	84,097.52	\$ 48,083	\$	206,685.65
5	\$	90,894.52	\$ 45,191	\$	251,876.29
6	\$	97,557.91	\$ 42,177	\$	294,053.27
7	\$	104,073.65	\$ 39,125	\$	333,178.41
8	\$	152,922.58	\$ 49,991	\$	383,169.07
9	\$	116,600.58	\$ 33,145	\$	416,314.24
10	\$	122,577.94	\$ 30,299	\$	446,613.63

Elaboración propia

0.80	24	Días
------	----	------