**Análisis y toma de decisiones.**

Caso SEA GODDES CRUISES LIMITED.

En este caso, la principal problemática es estar muy alejado de la ocupación necesaria para llegar a la rentabilidad pretendida o mínima en la actividad.

Al ser exclusivo, el precio ronda en el doble de las competencias por lo tanto estimamos que no cumpliendo el porcentaje menor de ocupación que el informado en el caso, se cubran igualmente los costos y se perciba una rentabilidad.

Por otro lado, al apuntar a un publico diferenciado, no recomendaríamos usar las mismas estrategias de marketing. Buscaríamos otras alternativas de promoción para públicos de la clase alta, ya sea en revistas de moda o en espacios de televisión.

Evidentemente las agencias no están haciendo bien su trabajo. Las personas de clase alta usan este canal para planificar sus vacaciones por lo que un incentivo como aumentar el porcentaje de comisión para las agencias seria una buena opción para despertar y motivar a que vendan esta experiencia.

Para terminar, sugeriríamos abaratar los costos brindando una experiencia exclusiva pero similar a los distintos camarotes. Haciendo acciones como reducir la cantidad de personal y deportes acuáticos ya que el publico es de mayor edad.