

holiday inn jujuy

proyecto de inversión: hotel holiday inn jujuy

Autores: Barroso, Gisela; Decara, María Jimena; Gómez, Silvia Beatriz; Japaze Jozami, María Del Huerto; Prieto, Paula Andrea



idea de negocio

El proyecto de inversión hotelera que aquí se presenta como la construcción y puesta en funcionamiento del hotel de máxima categoría en la provincia de Jujuy, ha sido concebido y creado bajo un solo concepto, "EL PROGRESO CONSTANTE". Es por ello que esta iniciativa se propone alcanzar un crecimiento empresario genuino y sostenido con profunda inserción en todo el ámbito nacional, e internacional, pero no sólo de la empresa proyectada, sino de toda la sociedad Jujeña, quien será la verdadera receptora de los beneficios que reportará esta inversión.

Este emprendimiento hotelero, está dirigido a satisfacer un vacío actualmente existente en relación a la demanda de alojamiento a nivel local por parte del segmento turístico de mayor poder adquisitivo con la calidad y eficiencia que reclama el visitante nacional y extranjero, y que sólo puede brindar un Hotel de cinco estrellas.

La ventaja competitiva que ofrece esta iniciativa, es precisamente no contar con otro competidor local, ya que la provincia de Jujuy, pese a haber obtenido la reciente declaración de la Quebrada de Humahuaca como "Patrimonio de la Humanidad", no posee ningún Hotel de estas características, con lo cual, el turismo de mayor nivel económico, así como ejecutivos y hombres de negocios, a la hora de requerir este tipo de servicio deben alojarse en la vecina provincia de Salta.

Este ambicioso emprendimiento tiene como objetivo aprovechar al máximo el potencial de desarrollo que posee la provincia, teniendo en cuenta tanto la demanda actualmente insatisfecha de un importante sector del turismo, como la existencia de condiciones favorables dadas no sólo por el crecimiento económico positivo a nivel macroeconómico, sino a nivel local, por la creciente afluencia turística de los últimos años en la provincia, todo lo cual torna imperioso una adecuada proyección de los niveles de demanda, que impone la necesidad de una inversión con las características de este proyecto.

misión

"Holiday Inn Jujuy asumirá la importancia de ser el primer hotel de la cadena internacional de la provincia siendo la propiedad más moderna y cálida con los máximos estándares de calidad, seguridad y confort que exigen los turistas y ejecutivos en todo el mundo"

visión

"Seremos líderes en el mercado de hoteles categoría 5 estrellas en Jujuy, brindando servicios de vanguardia tecnológica y de la más alta calidad y junto a la excelencia en la atención de nuestro personal. Estaremos a un paso delante de nuestros competidores, ya que nuestros clientes siempre optarán por regresar a nuestro hotel"

valores

- Satisfacción del cliente: Existimos por y para nuestros clientes y les servimos de manera personalizada, con dedicación esmerada y con velocidad en nuestras respuestas.
- Profesionalidad: respuesta eficaz en la gestión que facilite un servicio de excelencia a nuestros clientes.
- Excelencia y profesionalismo
- Máximo confort, tecnología y seguridad

análisis foda

oportunidades 1. Tipo de cambio elevado que favorece el arribo de turistas extranjeros y nacionales. 2. Gran cantidad de potenciales clientes. 3. Fácil acceso a la información. 4. La quebrada, paso de Jama. 5. Obtener la Franquicia. 6. Plan de Desarrollo Turístico Sustentable

amenazas externas 1. Elección de Sheraton Salta Hotel o Howard Johnson 2. Trayectoria del competidor directo. 3. Deficitaria infraestructura de base que limita las posibilidades del crecimiento y desarrollo turístico. 4. Diversos atractivos naturales y culturales con importantes riesgos en su preservación. 5. Necesidad de una importante mejora en los caminos provinciales.

fortalezas internas 1. Marca: Holiday Inn 2. Localización geográfica. 3. Personal especializado 4. Una de las cadenas hoteleras más grande del mundo. 5. Único hotel de categoría 5 estrellas 6. Sistema más grande avanzado y productivo de reservación. 7. Estándar de calidad establecido. 8. Priority club rewards 9. Intercontinental Hotels Group se comprometa a enviar un % de clientes

debilidades internas 1. Necesidad de solicitar un préstamo bancario para la construcción del hotel 2. Falta de conocimiento en materia hotelera.