



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

**RINCONES DE SILENCIO
ANGOLI DI SILENZIO**

Materia: Management e business planning

Alumne: Carla Capeáns, Lucía González, Ainhoa Lista

Profesor: Manuel de Nicola

Anno: 2024-2025

INDICE

1. PRESENTAZIONE DELL'IDEA IMPRENDITORIALE
2. MODELLO DI BUSINESS
3. PORTAFOGLIO DI PRODOTTI O SERVIZI
4. STRUTTURA DELL'ORGANIZZAZIONE
5. ANALISI SWOT
6. ANALISI DI MERCATO DI RIFERIMENTO
7. STRATEGIA DI MARKETING
8. PROIEZIONI ECONOMICO-FINANZIARIE
9. RISCHI E SOLUZIONE
10. CONCLUSIONE

1. PRESENTAZIONE DELL'IDEA IMPRENDITORIALE

La nostra proposta consiste nello sviluppo di un complesso turistico di cabine sostenibili e di alta qualità, situate negli ambienti naturali della Galizia. Queste cabine offriranno ai visitatori un'esperienza rurale e lussuosa offrendo servizi come jacuzzi o aria condizionata. Il tutto segnato dal desiderio di rilassarsi in coppia o in famiglia, godendosi il paesaggio galiziano e collegarsi con la natura, unendo comfort, privacy e rispetto per l'ambiente.

2. MODELLO DI BUSINESS

- Sistema di offerta: Avremo un totale di quattro cabine, per soddisfare la privacy e il riposo dell'ospite. Queste cabine saranno dotate di tutti i comfort moderni, ma integrate nell'ambiente naturale, per rispettare l'ambiente in cui vivono e non scontrarsi con la foresta in cui sono installate. Queste cabine si trovano nel sud della Galizia, a Sanxenxo.
- Struttura aziendale: questo progetto si basa su un modello di prenotazione online e su un team umano per mantenere le cabine nello stato corretto, oltre ai corrispondenti fornitori. Per aumentare le vendite faremo affidamento su una strategia di marketing digitale, focalizzata sui social network.
- Filosofia, missione e valori: Oltre a ricercare il legame con la natura, queste cabine vanno di pari passo con la sostenibilità, diventando uno spazio esclusivo, in cui l'ospite è consapevole dei valori dell'azienda. La priorità è il contributo ad un turismo ecosostenibile in tutti gli aspetti, nonché il rispetto dell'ambiente in cui si trovano, per poter utilizzare questi spazi nel tempo, senza perdere l'esclusività dell'alloggio e del turismo di riposo e tranquillità. Con questo, cerchiamo di diventare leader nell'ecoturismo a livello nazionale, e quindi promuovere la tendenza verso esso.
- Innovazione di prodotto: questo progetto di cabina naturale non vuole essere solo un alloggio. L'azienda cerca di offrire agli ospiti una serie di valori che vanno ben oltre il comfort. Innanzitutto è nata l'idea di offrire uno spazio unico, ed è per questo che volevamo che ciascuna delle cabine fosse attorno a un albero, come se lo abbracciasse. Inoltre, vengono utilizzati materiali di prima qualità, come il legno di provenienza locale. Altro fattore essenziale per creare quell'ambiente così immerso nella natura è la luce naturale. Tutti questi spazi sono progettati per ricevere quanta

più luce naturale possibile. D'altronde l'idea di trovarsi in uno spazio che evochi la pace della natura è inconcepibile se questi stessi spazi la danneggiano. Cerchiamo quindi strutture rispettose dell'ambiente.

3. PORTAFOGLIO DI PRODOTTI O SERVIZI

Il fascino delle cabine non risiede solo nell'ambiente in cui si trovano, ma anche negli interni dei 4 alloggi. Questi sono completamente progettati per offrire un'esperienza completa.

All'arrivo al rifugio gli ospiti possono lasciare la propria auto in un parcheggio completamente gratuito. Più tardi visiteranno la loro cabina. Tutti hanno caratteristiche comuni tra loro: il design aperto e gli spazi collegati.

Quando i clienti entrano dalle porte della loro cabina, la prima cosa che vedono è un ampio soggiorno da cui possono godersi la vista sul mare. Inoltre, dispongono di televisore a schermo piatto, Wi-Fi e aria condizionata per rinfrescare il caldo.

Le cabine dispongono di una cucina-sala da pranzo con tutti gli utensili e gli elettrodomestici di base, quindi gli ospiti hanno a disposizione tutto il necessario per preparare i pasti, nonostante l'ampia offerta di ristoranti nelle vicinanze.

Le camere sono spaziose, luminose e minimaliste. Nello specifico tra i 2 livelli si trovano 2 comode camere da letto. Allo stesso modo, il bagno è dotato di accappatoi e di un asciugacapelli che potrete utilizzare dopo il bagno nella vasca idromassaggio. Questa si trova sulla terrazza, dove troverete anche amache e un piccolo giardino.

A differenza di altre strutture ricettive, gli animali domestici sono accettati, così i visitatori potranno godersi la natura e la tranquillità del luogo con i propri animali domestici.

Va notato che il servizio è attento e cordiale. Così, è probabile trovare nelle cabine dettagli, come i fiori, che contribuiscono a rendere l'esperienza unica e di qualità.

Inoltre, la nostra struttura offre attività programmate per godersi la natura, che variano a seconda delle stagioni, ma spaziano da un percorso nella foresta a lezioni di surf, non incluse nel prezzo della cabina.

4. STRUTTURA DELL'ORGANIZZAZIONE

All'interno della struttura dell'azienda ci siamo ritrovati noi tre:

- Ainhoa Lista, responsabile del design della parte visiva dell'azienda, dai loghi al design dei contenuti da pubblicare sulle reti.

- Carla Capeáns, incaricata della ricerca delle imprese necessarie per la manutenzione delle cabine e dei rapporti con i media.
- Lucia González, responsabile del subappalto di queste aziende e incaricata di supervisionare che i lavori vengano eseguiti per soddisfare gli standard delle cabine.

Sebbene ci dividiamo i compiti, noi tre uniamo costantemente le nostre idee e opinioni sul funzionamento delle cabine o sulle strategie di marketing che mettiamo in atto.

Oltre alla propria struttura interna, lo sviluppo di questa attività si baserà sulla collaborazione con aziende esterne, come ad esempio i fornitori di materie prime come gli alimenti per offrire le colazioni, un'impresa di pulizie in zona, che garantisce che gli alloggi siano sempre pronti, receptionist, giardinieri e massaggiatori.

5. ANALISE SWOT

Punti di forza:

- Approccio ecologico: Le cabine ecologiche si rivolgono a un mercato in crescita per un turismo sostenibile e attento all'ambiente.
- Posizione strategica in Galicia: La Galicia è nota per le sue bellezze naturali, il clima mite, la ricca cultura e la gastronomia, che la rendono una regione attraente per i turisti nazionali e internazionali.
- Esperienza immersiva nella natura: Il design basato sulle cabine offre privacy e connessione con l'ambiente naturale, che possono differenziare il progetto dagli hotel più tradizionali.
- Basso impatto ambientale: L'uso di materiali locali e rinnovabili, insieme all'integrazione nel paesaggio, rafforza la percezione di sostenibilità.
- Mercato di nicchia: Attira viaggiatori alla ricerca di esperienze uniche e personalizzate, come coppie, piccole famiglie e appassionati di ecoturismo.
- Possibilità di attività complementari: Escursioni, trekking, yoga, gastronomia locale e laboratori ecologici possono arricchire l'offerta e aumentare i ricavi.

Punti di debolezza:

- Alti costi iniziali: La bioedilizia e l'integrazione sostenibile possono essere più costose dei metodi tradizionali.

- Dipendenza dall'ambiente: Se non gestite correttamente, le condizioni meteorologiche avverse o i problemi ambientali (incendi, erosione) possono compromettere l'attrattiva del resort.
- Limitazione della capacità: Le baite offrono spesso un numero limitato di posti, il che può limitare le entrate rispetto agli hotel più grandi.
- Competenze richieste: La progettazione, la costruzione e la gestione di un ecoresort richiedono competenze specifiche che possono essere difficili o costose da acquisire.
- Stagionalità: Il turismo in Galicia può subire fluttuazioni stagionali, con ripercussioni sull'occupazione nei mesi non di punta.

Opportunità:

- Crescita del turismo sostenibile: La domanda di esperienze autentiche e rispettose dell'ambiente continua a crescere.
- Sostegno e sovvenzioni governative: Possibilità di accedere a sovvenzioni per progetti di sostenibilità, sviluppo rurale o turismo nelle aree meno sviluppate.
- Alleanze strategiche: Collaborazioni con tour operator, agenzie di viaggio sostenibili e imprese locali per aumentare la visibilità e le prenotazioni.
- Promozione digitale e social network: Possibilità di posizionarsi come destinazione unica attraverso strategie di marketing online, evidenziando sostenibilità ed esclusività.
- Turismo internazionale post-pandemia: Aumento dell'interesse per le destinazioni tranquille e a contatto con la natura dopo l'aumento del turismo di massa.
- Attività esclusive: Incorporare esperienze uniche come degustazioni di prodotti locali, laboratori di artigianato galiziano o percorsi guidati nella natura.

Minacce:

- Aumento della concorrenza: Proliferazione di progetti simili sia in Galicia sia in altre regioni con caratteristiche naturali interessanti.
- Dipendenza dal turismo: Cambiamenti nelle preferenze di viaggio o crisi economiche possono ridurre l'afflusso di turisti.
- Impatto del cambiamento climatico: L'imprevedibilità delle condizioni meteorologiche (tempeste, siccità) potrebbe influire sull'attrattiva dell'ambiente naturale.

- Legislazione e regolamenti severi: Le normative ambientali o urbanistiche possono imporre vincoli alla progettazione o allo sviluppo di un progetto.
- Prezzi dell'energia e dei materiali: L'aumento dei costi delle risorse chiave potrebbe incidere sulla sostenibilità finanziaria del progetto.
- Pandemie o restrizioni ai viaggi: Situazioni impreviste a livello globale possono influire sul turismo, soprattutto su quello internazionale.

6. ANALISI DI MERCATO DI RIFERIMENTO

- Destinatari

Si rivolge principalmente alle giovani coppie. Poiché comprendono dotazioni per ospitare più di due persone, sono considerate anche per famiglie piccole, con 1 con due bambini di qualsiasi età (includono la richiesta gratuita di culle). Questo perché le cabine hanno lo scopo di creare un ambiente tranquillo e naturale, isolato dal mondo, quindi il numero di persone per cabina non dovrebbe essere molto elevato. Questa caratteristica è tipica dell'ecoturismo, dove l'obiettivo è realizzare un soggiorno il più naturale possibile. Fa parte anche del "turismo lento".

Ne consegue quindi che il profilo utente ricercato è quello di chi ama la tranquillità della natura e un soggiorno rilassante, chi cerca di trascorrere qualche giorno lontano dalla routine e vivere un'esperienza immersiva nella foresta. Comprende anche le persone a cui piace fare attività nella natura, come fare escursioni o andare in spiaggia.

Per gli adulti, è pensata per le persone che possono dormire nella parte superiore della cabina, poiché dispone di una scaletta per salirvi. Ciò è dovuto all'intenzione di rendere l'esperienza il più naturale possibile. In ogni caso dispongono di altre attrezzature al piano terra per le persone a mobilità ridotta. Dovranno essere amanti della natura, pertanto non potranno fumare nei locali, anche se è consentito l'accesso ad un animale domestico.

- Fattori che influenzano l'azienda

Nella ricerca della sostenibilità è difficile tenere il passo con l'innovazione rispettando i processi di riciclo o gli utilizzi di determinati materiali. In questo modo, l'obiettivo di creare un turismo ecosostenibile può essere difficile in certi periodi in cui i cambiamenti sono molto

necessari e forse il processo per realizzarli non è così rispettoso dell'ambiente come l'azienda cerca.

D'altra parte appare il fattore di crisi, poiché essendo una tipologia di turismo con un valore monetario più elevato per l'esclusività delle strutture ricettive e dei servizi, nel primo momento in cui l'economia crolla, il turismo è il primo servizio della collettività che verrà fatto a meno. E non solo in questo senso, ma la crisi può incidere anche sul momento di apportare quei cambiamenti affinché questi spazi restino sostenibili, poiché può essere molto costoso.

Infine, a causa della posizione in cui si trovano, in periodi di maltempo, come periodi con molta pioggia e vento, questi alloggi non diventano il luogo ideale dove stare. Allo stesso modo, in situazioni di temperature estremamente calde, può essere un problema se gli spazi naturali sono asciutti, a causa dell'elevato numero di incendi che si verificano in Galizia in quelle stagioni. Questi alloggi sono protetti e progettati affinché ciò non influisca, ma possa comunque rappresentare un rischio.

- Competenza

Rincones del Silencio ha numerosi concorrenti sia a livello locale che statale. Innanzitutto ha un concorrente diretto nella zona: gli "Alloggi Turistici a Marín", che sarebbero l'opzione più economica se una persona desidera soggiornare nella località.

Tuttavia, il soggiorno nelle Cabine è più un'esperienza che un soggiorno, quindi uno dei diretti concorrenti a livello di Pontevedra sarebbe O Rincón das Rías Baixas, che offre anche cabine a tema naturale in mezzo alla natura. Altri concorrenti prossimi sarebbero: La Cabaña, gli hotel Marín (Hotel Marín e Hotel Villa de Marín).

A livello autonomo, uno dei concorrenti più forti è la Cabañitas del Bosque, per il suo gran numero di possibilità di alloggio e il suo prezzo medio, più economico di quello delle nostre cabine. Inoltre ha una reputazione ormai consolidata, con 3,7mila interazioni su Google. Altre cabine concorrenti: Cabañas de Canduas, A Torre de Laxe, Nidos de Carnota o Cabañas de Fisterra, Cabañas Larea, Vila San Vento, Cabañas da Ría o Cabaña de Udras. Sono tutti popolari tra i galiziani e sono tra i migliori della Galizia.

Per quanto riguarda i prezzi, gli appartamenti turistici o le camere d'albergo sono concorrenti. Secondo la naturale esperienza di investimento si tratterebbe, oltre al resto delle baite, delle case rurali. I concorrenti sono: Samieira: Casa de Madera a Rías Baixas, dato che ha lo stesso stile rustico di quelli studiati ed è più economico, e al livello della Galizia: Casa do Castrelo,

El Abuelo de Arocs e Os Migueliños. Queste case non sono competizione per il soggiorno o l'esperienza intima, ma per l'esperienza di soggiornare in case rustiche, immerse nella natura.

7. STRATEGIA DI MARKETING

- Messaggio chiave: il nostro business cerca di trasmettere al cliente che questo modello di ricettività turistica è all'interno del mercato del turismo ecologico offrendo un'esperienza autentica e sostenibile, si rivolge a tutti coloro che cercano un distacco dalla vita urbana e un ambiente in cui rilassarsi e connettersi con la natura e l'ecologia.
- Target: per quanto riguarda il nostro target, la nostra attività si rivolge a un pubblico di età compresa tra i 18 e i 55 anni, principalmente famiglie in cerca di disconnessione, coppie romantiche e professionisti urbani che desiderano rilassarsi.
- Value proposition: La proposta di valore dovrebbe concentrarsi su alloggi che rispettano l'ambiente, utilizzando materiali ecologici e energie rinnovabili, mentre vengono offerte attività personalizzate come escursioni, osservazione delle stelle e workshop di benessere.

Canali di comunicazione

- Creazione di un sito web aziendale: La strategia di marketing dovrebbe includere una forte presenza digitale, con un sito web ottimizzato per le prenotazioni e contenuti rilevanti su ecoturismo e sostenibilità.
- Presenza sui social media: attraverso la presenza di social network come Instagram o Tiktok cercheremo di generare interazione con i clienti e di portare loro contenuti su ciò che la nostra azienda offre, li informeremo sui servizi, sulle novità dell'azienda e cercheremo una buona interazione con i consumatori dei contenuti. Si cercherà anche la collaborazioni con influencer e blogger del settore, così come alleanze con aziende locali, rafforzeranno la visibilità dell'attività.

Promozioni e azioni di fidelizzazione dei clienti

Per incentivare la fidelizzazione, si possono offrire pacchetti esclusivi come "Fuga romantica" o "Avventura in famiglia", insieme a un programma di ricompense che includa sconti e benefici per chi riferisce nuovi clienti. È essenziale comunicare le pratiche sostenibili

dell'attività, come l'uso di energie rinnovabili e la conservazione dell'ambiente, per attrarre un pubblico impegnato.

Cercheremo inoltre di incoraggiare il feedback dei clienti, invitandoli a pubblicare recensioni su siti web di raccomandazione di alloggi come Booking, Tripadvisor o Turitalia, per consentire ai feedback sui nostri servizi di raggiungere noi e i potenziali clienti interessati alla nostra attività.

- PR e promozione dal vivo: Partecipare a eventi legati all'ecoturismo può anche attirare più clienti interessati.
- Digital advertising: Investiremo in campagne pubblicitarie su Google Ads in modo che i nostri contenuti vengano mostrati ai clienti e faremo annunci mirati al nostro target e incentrati sul messaggio principale, che è quello di trasmettere il valore del turismo sostenibile.

Misurare l'impatto delle misure

Le metriche chiave per misurare il successo includono il tasso di occupazione, il traffico sul sito web, l'engagement sui social media e la percentuale di clienti ricorrenti. Con queste strategie, l'attività non solo attrarrà ecoturisti, ma si posizionerà come un punto di riferimento nel turismo sostenibile.

8. PROIEZIONI ECONOMICO-FINANZIARIE

Articolazione delle Fonti di Ricavo

- Alloggi

Ricavi principali dall'affitto delle cabañas, con prezzi variabili per tipologia e stagione. Offerte speciali per soggiorni prolungati e politiche di cancellazione che generano entrate aggiuntive.

- Ristorazione e Prodotti Locali

Servizi di ristorazione con focus su prodotti tipici locali, colazioni e un ristorante a km 0. Possibilità di vendita diretta di prodotti artigianali e gastronomici regionali.

- Servizi Esperienziali e Attività

Offerta di esperienze uniche come escursioni, workshop e noleggio di attrezzature. Inclusi eventi privati e attività tematiche per valorizzare il contesto naturale.

- Servizi Wellness

Entrate da SPA, trattamenti relax e massaggi personalizzati, con un focus sul benessere e l'utilizzo di risorse naturali locali.

- Prenotazioni Online e Upselling

Visibilità digitale tramite il sito web e portali di terze parti. Upselling di servizi aggiuntivi durante la prenotazione per aumentare il valore medio per cliente.

- Abbonamenti e Programmi di Fedeltà

Entrate ricorrenti da voucher regalo, programmi di fedeltà e pacchetti stagionali per ospiti abituali o clienti locali.

- Sostenibilità e Sovvenzioni

Ricavi da incentivi legati a energie rinnovabili e fondi pubblici per il turismo sostenibile e la valorizzazione dell'ambiente.

- Partnership e Sponsorizzazioni

Collaborazioni con produttori locali per la vendita di prodotti e sponsorizzazioni da parte di enti o aziende per promuovere il turismo nella regione.

Articolazione dei Prezzi

La definizione dei prezzi dipende da variabili come la stagionalità, la tipologia dei servizi inclusi.

1. Prezzi Base (per notte)

- Cabaña Standard: €100 (bassa stagione), €140 (media stagione), €180 (alta stagione).
- Cabaña Deluxe: €150 (bassa stagione), €200 (media stagione), €250 (alta stagione).
- Cabaña Premium: €200 (bassa stagione), €260 (media stagione), €320 (alta stagione).

2. Supplementi e Servizi Aggiuntivi

- Colazione: €10 a persona.
- Pacchetti esperienziali: €50-100 a pacchetto (es. escursioni o massaggi).
- Animali domestici: €15/notte.
- Late check-out: €30.

3. Offerte Speciali

- Sconto settimanale: -15% per soggiorni di 7 o più notti.
- Pacchetti romantici: Prezzo fisso di €300 (comprende decorazioni, cena e massaggio).

Stima del Tasso di Occupazione

Per calcolare le vendite, stimiamo il tasso di occupazione medio annuale:

- Alta stagione (3 mesi): 80%.
- Media stagione (4 mesi): 60%.
- Bassa stagione (5 mesi): 40%.

Numero di cabañas disponibili: 4.

Calcolo delle Vendite Annuali

1. Stima notti vendute per anno

Numero di notti totali disponibili:

$$4 \text{ cabañas} \times 365 \text{ giorni} = 1.460 \text{ notti.}$$

Occupazione media ponderata:

$$\begin{aligned} & (80\% \times 3 \text{ mesi} \times 4 \text{ cabañas} \times 30 \text{ giorni}) + \\ & (60\% \times 4 \text{ mesi} \times 4 \text{ cabañas} \times 30 \text{ giorni}) + \\ & (40\% \times 5 \text{ mesi} \times 4 \text{ cabañas} \times 30 \text{ giorni}) = 816 \text{ notti vendute all'anno.} \end{aligned}$$

Ricavo medio per notte

Ricavo medio stimato per notte (considerando mix di cabañas e servizi): €200/notte.

Ricavi annuali dagli alloggi

$$816 \text{ notti} \times €200 = €163.200$$

2. Ricavi Aggiuntivi da Servizi Extra

Colazioni

70% degli ospiti acquista colazione:

$$816 \times 70\% \times \text{€}10 = \text{€}5.712.$$

Pacchetti Esperienziali

20% degli ospiti acquista almeno un pacchetto esperienziale (€75 in media):

$$816 \times 20\% \times \text{€}75 = \text{€}12.240.$$

Late Check-Out e Animali Domestici

10% degli ospiti richiede late check-out (€30):

$$816 \times 10\% \times \text{€}30 = \text{€}2.448.$$

15% degli ospiti porta animali domestici (€15/notte):

$$816 \times 15\% \times \text{€}15 = \text{€}1.836.$$

3. Ricavo Totale Annuale

Alloggi: €163.200

Servizi Extra: €5.712 + €12.240 + €2.448 + €1.836 = €22.236

Totale: €185.436

Costi operativi

1. Costi di Personale

- Staff operativo: Reception, pulizia, manutenzione, giardinaggio.
 - o Reception (1 persona): €16.000-21.000 annui.
 - o Addetti alle pulizie (2 persone): €20.000-25.000 annui.
 - o Manutentore e giardiniere (1 persona): €18.000-22.000 annui.Totale stimato: €54.000-68.000.
- Personale extra per attività (es. guide, massaggiatori): su base contrattuale o freelance.
Stima annuale: €10.000-15.000.

2. Costi di Manutenzione

- Manutenzione delle cabañas: Riparazioni periodiche, sostituzione mobili, controllo impianti elettrici e idraulici.
Costo stimato: €5.000-8.000 annui.
 - Manutenzione del paesaggio: Potatura alberi, cura dei giardini, sentieri.
Costo stimato: €3.000-5.000 annui.
 - Pulizie: Materiali (detergenti, biancheria, ecc.).
Costo stimato: €6.000-8.000 annui.
3. Costi delle Utenze
- Energia elettrica: Illuminazione, riscaldamento/raffrescamento, SPA.
Costo stimato: €10.000-15.000 annui.
 - Acqua e fognature: Consumi giornalieri degli ospiti e manutenzione delle cisterne o sistemi locali.
Costo stimato: €4.000-6.000 annui.
 - Gas o altre fonti di energia: Cucine, acqua calda sanitaria.
Costo stimato: €3.000-5.000 annui.
 - Internet e telefonia: Per la struttura e gli ospiti.
Costo stimato: €2.000-3.000 annui.
4. Costi di Marketing e Prenotazioni
- Promozione online: Pubblicità sui social media, gestione del sito web, SEO.
Costo stimato: €5.000-8.000 annui.
 - Commissioni piattaforme: Booking, Airbnb, Expedia (15-20% delle vendite online).
Stima annuale: €30.000-40.000 (20% dei ricavi alloggiati attraverso piattaforme).
5. Costi Fissi e Generali
- Assicurazioni: Copertura per incendi, danni, responsabilità civile.
Costo stimato: €5.000-8.000 annui.
 - Tasse e licenze: Imposte locali, tasse sulla proprietà, licenze turistiche.
Costo stimato: €10.000-15.000 annui.
 - Arredi e rinnovo attrezzature: Investimenti periodici per mantenere l'attrattiva delle cabañas.
Costo stimato: €5.000-10.000 annui.
6. Costi Variabili
- Materiali di consumo: Saponi, shampoo, prodotti di benvenuto per gli ospiti.
Costo stimato: €2.000-3.000 annui.

- Attività esperienziali: Percentuale di costo legata alla vendita di esperienze (guide, materiali).

Costo stimato: €5.000-7.000 annui.

Stima del Totale dei Costi Operativi Annui

Categoria	Costo stimato (€)
Personale	64.000 - 83.000 €
Manutenzione	14.000 - 21.000 €
Utenze	19.000 - 29.000 €
Marketing e prenotazione	35.000 - 48.000 €
Fissi e generali	20.000 - 33.000 €
Variabili	7.000 - 10.000 €
Total stimato	159.000 - 224.000 €

9. RISCHI E SOLUZIONE

Aspetti legali e normativi

Rischio: restrizioni legali legate all'uso del suolo, alla costruzione in aree rurali o protette e alle normative ambientali in Galizia.

Soluzione:

Condurre un'analisi di fattibilità legale in consultazione con esperti locali di urbanistica e ambiente.

Ottenere permessi e licenze edilizie specifiche prima di avviare il progetto.

Garantire la conformità alle norme di sostenibilità, come l'uso di materiali ecologici e l'integrazione con l'ambiente.

Impatto ambientale

Rischio: alterazione negativa dell'ecosistema locale, che potrebbe generare l'opposizione delle comunità o dei gruppi ambientalisti.

Soluzione:

Condurre uno studio di impatto ambientale per identificare e mitigare gli effetti negativi.

Progettare le cabine in modo da ridurre al minimo l'impronta ecologica (uso di energie rinnovabili, materiali sostenibili e design integrato con il paesaggio).

Attuare programmi di conservazione e riforestazione per compensare l'impatto.

Accessibilità e logistica

Rischio: difficoltà di accesso al sito, soprattutto in aree boschive o remote, che possono rendere difficile l'arrivo di clienti e forniture.

Soluzione:

Creare strade di accesso rispettose dell'ambiente naturale.

Fornire un servizio di trasporto agli ospiti da punti chiave (come stazioni ferroviarie o aeroporti).

Collaborare con i fornitori locali per garantire una consegna efficiente di risorse e servizi.

Concorrenza sul mercato

Rischio: concorrenza con altri resort simili

Soluzione:

Differenziare il progetto attraverso esperienze uniche (ad es. bagni termali all'aperto, gastronomia locale, attività culturali o sportive).

Sviluppare un marchio forte che comunichi i valori di sostenibilità e connessione con la natura.

Implementare strategie di marketing digitale per attrarre turisti nazionali e internazionali.

Condizioni climatiche

Rischio: la Galizia è nota per il suo clima umido e piovoso, che può influire sia sulla costruzione che sull'esperienza dei clienti.

Soluzione:

Utilizzare materiali da costruzione resistenti all'umidità.

Progettare aree comuni coperte e cabine con sistemi di riscaldamento efficienti.

Offrire attività e servizi che siano attraenti anche nei giorni di pioggia (come terme, lettura, degustazione di prodotti locali).

10. CONCLUSIONE

Dall'analisi complessiva del progetto emerge che il complesso turistico di cabine sostenibili in Galizia rappresenta un'iniziativa innovativa con un elevato potenziale di successo. La combinazione tra turismo ecologico, esclusività e comfort risponde a una crescente domanda di esperienze immersive e sostenibili. Inoltre, la posizione strategica e la diversificazione dei servizi, quali esperienze locali e attività benessere, conferiscono un vantaggio competitivo.

Tuttavia, il progetto comporta anche sfide significative, come alti costi iniziali, stagionalità, concorrenza crescente e potenziali limitazioni normative. Grazie a un'attenta pianificazione economico-finanziaria, a strategie di marketing efficaci e alla collaborazione con partner locali, tali rischi possono essere mitigati.

In conclusione, il progetto è fattibile se gestito con attenzione, soprattutto considerando l'opportunità di posizionarsi come leader nel settore del turismo sostenibile. L'equilibrio tra investimenti iniziali e ritorni economici, unito a un forte impegno verso la sostenibilità, rende l'iniziativa promettente sia in termini di attrattiva per i turisti sia di impatto ambientale positivo.