

## 9- ESTRUCTURA DE COSTES

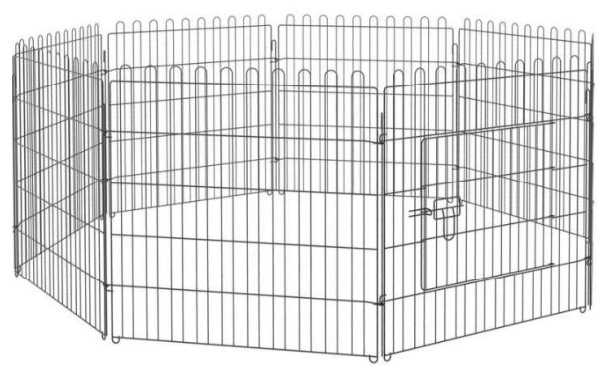
---

### Costes:

- Costes fijos: 1720€
- Alquiler del local: 800€/local
  - Energía: 60€/local
- Costes variables/mes: (aproximación)
  - Productos de limpieza y desinfectado: 40€
  - Alimentación: 150€
  - Entretenimiento para las mascotas: 20€

### Costes inversión inicial: 4410€

- Jaula colectiva: 110€
- Jaulas individuales (20 perros): 2000€
- Mobiliario + software/hardware: 1000€
- Instalación de iluminación acondicionamiento y fontanería: 1000€
- Otros: 300€



PetNshop

## 10- VALORACIÓN GLOBAL

---

### **Valoración global:**

La empresa PetNshop se centra en proporcionar un entorno seguro y estimulante para las mascotas mientras sus dueños realizan actividades diarias. Buscan no solo cuidar físicamente a las mascotas, sino también brindarles atención emocional y entretenimiento. La empresa se destaca por ofrecer compañía constante, evitando que las mascotas se queden solas en casa y proporcionando un entorno seguro y controlado.

La propuesta de valor se centra en abordar el problema de los propietarios que desean disfrutar de servicios urbanos sin dejar a sus mascotas en casa, especialmente en lugares donde las restricciones no permiten su entrada. Ofrecen dos locales con adiestradores especializados y horarios flexibles.

El segmento de mercado se dirige a propietarios de perros de diversas edades y niveles de ingresos que consideran a sus mascotas como parte de la familia. Se busca satisfacer las necesidades de propietarios ocupados, preocupados por el bienestar y la felicidad de sus perros.

Las sociedades clave incluyen colaboraciones con empresas de alimentación y cuidado de mascotas. Se destacan roles como el bienestar integral, entorno seguro, promoción de la socialización y juego, alivio de la ansiedad por separación, comodidad y conveniencia.

Las fuentes de ingresos se generan principalmente a través de tarifas y cobros a los clientes por mantener a las mascotas en el establecimiento. Se diferencia entre clientes socios que pagan una mensualidad y clientes no socios que pagan según la duración de la estancia.

Los canales de comunicación incluyen teléfono, correo electrónico, sitio web y mensajes de texto. Las vías de distribución se enfocan en alianzas con tiendas de mascotas y publicidad local.

La relación con el cliente se basa en programas de fidelización, comunicación constante, servicios personalizados, feedback y eventos especiales.

Los recursos clave, tanto tangibles como intangibles, se centran en instalaciones físicas, equipo especializado, personal cualificado, experiencia y conocimientos, atención personalizada y una red de contactos.

Las actividades clave incluyen días de socialización, charlas y talleres, celebraciones especiales, y la priorización del cuidado de las mascotas como actividad principal.

La estructura de costes abarca costes fijos como alquiler y energía, costes variables como productos de limpieza y alimentación, y costes de inversión inicial para jaulas, mobiliario, iluminación y otros elementos.

En resumen, PetNshop se presenta como un servicio integral que prioriza el bienestar y la felicidad de las mascotas, brindando libertad a los propietarios para disfrutar de sus actividades diarias.

**Valoración de la idea:**

PetNshop responde de manera efectiva a las necesidades y preocupaciones de los propietarios de mascotas, proporcionando un servicio integral que no solo cuida de manera física a las mascotas, sino que también se preocupa por su bienestar emocional y social. La empresa demuestra ser una buena idea al adaptarse a las demandas del mercado y ofrecer soluciones prácticas y convenientes para los amantes de los animales.

