

El documento base presenta dos partes principales de un modelo de negocio o proyecto. La primera parte aborda la importancia de la segmentación de mercado para definir con claridad al cliente objetivo y sus características, destacando que los clientes son esenciales para la supervivencia de cualquier empresa. Se mencionan distintos tipos de mercados y se incluye un caso práctico de ejemplo.

La segunda parte describe los componentes concretos de un negocio, aparentemente centrado en un parque o zona para perros en Vitoria-Gasteiz. Se detallan las asociaciones clave con instituciones locales, las actividades de adiestramiento y shows, los recursos de publicidad, y la propuesta de valor basada en un espacio seguro y único. Los clientes objetivo se identifican como personas con perros en la ciudad, mayores de 15 años.

Finalmente, se enumeran los costes estructurales y las fuentes de ingresos, que incluyen entradas, clases, shows y venta de consumiciones.

