

## CONTEXTO SECTORIAL

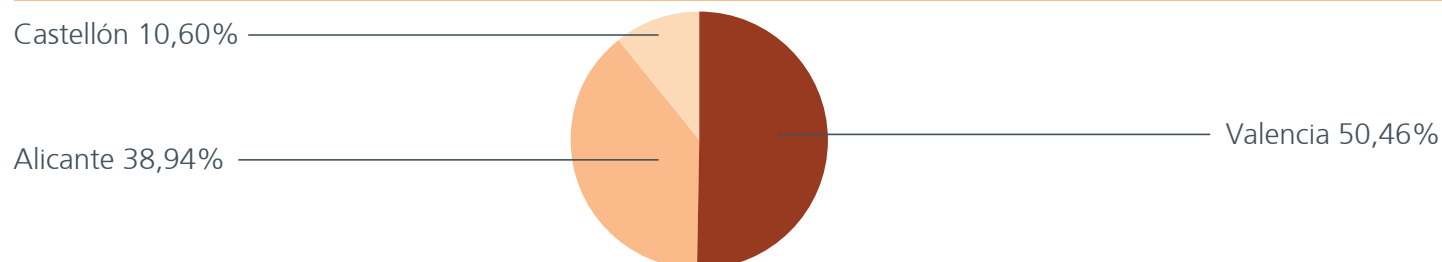
Los perros y gatos conforman el 49% del panorama animal en España y se perfilan como los principales destinatarios de los servicios veterinarios.

La venta de alimentos alcanza una cifra de negocio de aproximadamente 1.356 millones de euros en 2020.

El gasto medio anual por mascota difiere de unas especies a otras y varía según su tamaño. El gasto medio anual se sitúa en los 1.200 euros.

Las actividades de control y cuidados médicos dispensados a los animales domésticos y de compañía han seguido una trayectoria favorable durante el período analizado, registrando un crecimiento del 29,1% entre 2011 y 2021.

### DISTRIBUCIÓN DE LAS CLÍNICAS VETERINARIAS POR PROVINCIAS, COMUNITAT VALENCIANA. 2022 (%)



## DAFO

### AMENAZAS

- Elevado número de clínicas.
- Competencia de otros canales en alimentación y accesorios.
- Competencia de otros formatos comerciales especializados en mascotas.
- Competencia en la prestación de determinados servicios de peluquería.

### OPORTUNIDADES

- Revalorización del papel de la mascota como animal de compañía.
- Incremento del número de mascotas.
- Capacidad de crecimiento por diferenciación y especialización de servicios y de segmentos de pacientes.
- Obligaciones legales por parte de los propietarios

### PUNTOS FUERTES

- Abundancia de personal titular cualificado.
- Reciente reconocimiento de la titulación de auxiliar veterinario.
- Atención personalizada.
- Productos y técnicas cada vez más avanzados.
- Posibilidad de subcontratar ciertos servicios.
- Capacidad de fidelizar a la clientela.

### PUNTOS DÉBILES

- Estacionalidad en muchos de los servicios ofertados.
- Largo periodo de amortización para algunos equipos.
- Presión del factor tecnológico.
- Necesidad de mejora continua en términos de formación profesional.
- Escasez de personal auxiliar veterinario.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

En la Comunitat Valenciana, había 1.147.581 pequeños animales identificados en 2021. Se estima que aproximadamente el 50% de los hogares españoles tiene, al menos, un animal doméstico.

El promedio de fichas activas de clientes es de 1.601, en las de pequeño tamaño llegan a 1.407, las de tamaño medio registran 1.569 y las más grandes promedian las 2.304 fichas activas.

### CLIENTES

Personas que tienen una mascota aquejada de un problema de salud o buscan prevenir enfermedades futuras.

La clientela de las clínicas veterinarias suele ser exigente en cuanto a la calidad técnico-sanitaria, el trato personal y la rapidez. El precio, aunque preocupa, no es determinante.

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

La mayor parte de las clínicas y tiendas de veterinaria se localiza en la provincia de Valencia (50,46%) y Alicante (38,94%), mientras que en Castellón se localizan el 10,6% restante.

El servicio de clínica veterinaria factura entre 90.000 y 180.000 euros (dependiendo del número de profesionales de veterinaria). Plantilla de 1-2 veterinarios y 1-2 auxiliares de clínica, y cuentan con un local que oscila los 90 m<sup>2</sup>.

La forma jurídica más común es la de Autónomo (74,16%) seguida de la de Sociedad Limitada (18,58%).

## ¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

### SERVICIOS BÁSICOS

- Servicios de prevención (vacunaciones, desparasitaciones).
- Servicios asistenciales (cirugía, hospitalización, etc).
- Servicios de control (chequeos periódicos).

### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Servicio de asesoramiento en la compra de animales, cuidados y salud, crianza, etc.
- Asistencia 24 horas.
- Servicio de peluquería canina.
- Venta de productos nutricionales y artículos especializados.

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA CLÍNICA Y TIENDA VETERINARIA TIPO

CNAE/SIC	75.00 / 07.42
IAE	945
Condición jurídica	Autónomo / Sociedad Limitada
Facturación	87.111 euros
Localización	Zonas urbanas / núcleos rurales
Personal y estructura organizativa	Veterinario / gerente y 1 auxiliar técnico veterinario
Instalaciones	Bajo de 90 m <sup>2</sup> , con tienda y sala de espera, sala de consulta y laboratorio, quirófano, sala de rayos, almacén y peluquería
Clientes	Personas de entre 25-65 años, con afinidad hacia los animales
Herramientas promocionales	Boca-oído, directorios comerciales e imagen corporativa
Valor de lo inmovilizado/Inversión	37.900 euros
Importe gastos anuales	78.333,96 euros
Resultado bruto (%)	10,07%

## RECOMENDACIONES

Estudia la competencia existente en tu zona y decide en qué área deseas ubicarte.

Analiza la demanda existente y configura una amplia gama de servicios que satisfagan a tu clientela. Establece tu target: 1. Precios bajos, sin buscar la calidad. 2. Diferenciación por alta calidad de servicios y excelencia. Precios superiores. 3. Especialización médica o quirúrgica, y servicios de emergencias 24 h + hospitalización (UCI).

Subcontrata aquellos servicios que no puedas asumir directamente.

Dispón de un horario flexible que facilite la asistencia fuera del horario laboral, plantéate abrir los fines de semana.

Un trato personal y profesional, el empleo de tecnología avanzada y la higiene del establecimiento son los aspectos que más valora tu clientela.

Tu mejor herramienta de promoción será satisfacer a tu clientela.

## ENLACES DE INTERÉS

[www.mascotia.com](http://www.mascotia.com) · [www.sobremascotas.com](http://www.sobremascotas.com) · [www.portalveterinaria.com](http://www.portalveterinaria.com) · [www.wsava.org](http://www.wsava.org) · [www.rivia.org](http://www.rivia.org) · [www.fecava.org](http://www.fecava.org)