

Problema

A nivel ganadero, principalmente por el tipo de régimen productivo, los mayores problemas vienen del lado de la salud e índice de mortalidad.
A nivel de mercado, los problemas se presentan por la competencia llevada a cabo por los huevos producidos en un régimen de explotación intensivo. Otro problema pero con carácter temporal puede ser la situación económica en la que se encuentre el mercado.

Solución

La actividad clave es difundir de forma adecuada el producto (publicidad)
Los canales de distribución son, televisión, radio, periodicos e internet
Las relaciones con los clientes es directa y estamos en contacto continuo con ellos, tanto de forma presencial como on-line
Las fuentes de ingresos son ventas de bienes físicos

Proposición de valor única

La base de nuestra empresa es el bienestar animal

Tenemos un diseño único y personal

Se ayuda a los clientes a dar un paso más a la concienciación del cuidado por el medioambiente

Ventaja especial

Los clientes quieren un trato que les aporte confianza y fiabilidad
Se establece un trato estrecho y personal
Modelo de negocio transparente en donde el cliente conoce la trazabilidad del producto y su calidad
Se lleva a cabo fácilmente porque la política de la empresa tiene estos valores añadidos

Segmentos de clientes

Cientes concienciados con el medioambiente, sostenibilidad y bienestar animal
Clientes con un poder adquisitivo medio-alto

Métricas clave

Recursos clave: trazabilidad de todo el proceso de producción, desde la recepción de los animales a la explotación, control y certificación de la alimentación, bienestar y salud de los animales y adecuada manipulación del principal producto a obtener.

Canales

El 40% grandes superficies, 10% venta directa, 40% tiendas especializadas y asociaciones de consumidores y 10% cooperativas
El canal de comercialización actual es el que quieren los clientes
Los canales de distribución trabajan de lunes a viernes abasteciendo a grandes superficies, venta directa, tiendas especializadas y asociaciones de consumidores y cooperativas además se puede realizar compra directa a la granja de lunes a domingo
Ambos canales funcionan adecuadamente
El canal más rentable es la compra directa en granja

Estructura de costes

Los costes más importantes son alimentación
Los recursos clave más costosos la tecnología
Las actividades claves más costosas son comercialización

Flujos de ingresos

El valor que estaría dispuesto a pagar el cliente es de por media docena es 1.80 €
El valor que están pagando actualmente es de 1.75€
Los clientes están pagando principalmente en pago directo en huevo, pago a 30 días en abonos al igual que con carnes de desvieje.
La forma de pago que se está realizando actualmente es la que prefieren los clientes
Los producción ovicola con un 70% de los ingresos, y el 30% restante procede de los abonos y carnes de desvieje