

ACTIVIDADES CLAVES

Las **actividades claves** de la empresa son la investigación y desarrollo, producción y fabricación, marketing y comunicación, ventas y distribución, atención al cliente y gestión financiera.

Dando prioridad a la producción donde se contratarán a proveedores que traigan la materia prima, empleados para el manejo de la maquinaria y a comerciales para vender el producto una vez ya acabado.

Antes de comprar la materia prima para la fabricación del portabidón, es fundamental llevar a cabo un estudio de mercado para entender las necesidades y deseos de los clientes potenciales.

El **desarrollo** de un producto comienza con la investigación de mercado para comprender las necesidades del público y encontrar oportunidades comerciales. Luego, en la fase del diseño, se define el producto, sus características y se crean prototipos para probar con usuarios. En el desarrollo del prototipo, se evalúa la viabilidad del producto mediante pruebas reales y se ajusta según la retroalimentación. En la fase de pruebas y validación, se asegura la calidad del producto mediante pruebas de rendimiento y usabilidad. Finalmente, la planificación financiera determina el costo de producción, márgenes de ganancia y precio de venta, y establece un plan de financiación si es necesario.

La **producción del producto o servicio** comienza con el diseño del proceso de producción, que organiza la fabricación definiendo el flujo de trabajo, los recursos necesarios (máquinas, herramientas y personal) y un cronograma de producción. Además, la adquisición de materiales y proveedores se enfoca en asegurar la disponibilidad de componentes de calidad, investigando y seleccionando proveedores, negociando precios y condiciones de entrega, y garantizando que cumplan con los estándares de calidad establecidos.

Para crear este portabidón se deben hacer las partes básicas del portabidón, como la cubierta, el sistema para regular la temperatura, las baterías, los puertos USB y otros componentes electrónicos. El ensamblaje de los portabidones incluye todos

los elementos electrónicos y mecánicos, asegurando que cada dispositivo funcione correctamente. Asegurar que cada portabidón pase las pruebas de calidad y que se cumplan las especificaciones antes de su distribución.

La **estrategia de marketing** debe concentrarse en crear campañas para publicitar el producto y alcanzar diferentes grupos de clientes. Además, es crucial llevar a cabo publicidad en redes sociales, páginas web y medios convencionales, así como realizar promociones o rebajas. Por último, se deben formar relaciones públicas y cooperar con influencers, bloggers y creadores de contenido para así mejorar la visibilidad del producto.

Las **actividades clave en la venta y distribución** de productos son aquellas acciones esenciales para llevar los productos desde su fabricación hasta los clientes de manera eficiente y efectiva. Esto incluye gestión de inventario, es decir, se debe controlar el stock disponible, asegurando que haya suficientes productos. Al igual que gestión de canales de venta, donde se debe supervisar y gestionar los diferentes canales de venta.

La **atención al cliente** implica ofrecer soporte durante el proceso de compra y en la postventa, resolviendo dudas y problemas para asegurar una experiencia positiva. Esto ayuda a fomentar la fidelización, ya que los clientes satisfechos son más propensos a repetir compras y recomendar la marca. Para lograrlo, es fundamental brindar un servicio amable, eficiente y personalizado, con personal capacitado y proactivo.

La **gestión financiera** de la empresa implica planificar, organizar y controlar los recursos económicos para mantener su estabilidad y rentabilidad. Esto incluye elaborar presupuestos, evaluar la rentabilidad de productos y controlar los costos para optimizar el uso de los recursos. El objetivo es asegurar el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.