

## **8. ACTIVIDADES CLAVE**

### **A. Actividades y Procesos Clave para Generar la Propuesta de Valor**

La propuesta de valor de BackPack RHOA se centra en ofrecer una línea innovadora de prendas funcionales que permiten a los viajeros maximizar su capacidad de almacenamiento personal sin incurrir en los elevados costes de equipaje impuestos por muchas aerolíneas, especialmente las de bajo coste. Estas tarifas adicionales, derivadas de las políticas estrictas sobre peso y dimensiones del equipaje, suponen un problema económico y práctico para los pasajeros, quienes deben limitar significativamente sus pertenencias o pagar cargos que pueden incrementar de forma notable el coste total del viaje. En respuesta a esta necesidad, BackPack RHOA ha desarrollado tres modelos de prendas funcionales capaces de integrar espacios de almacenamiento discretos y ergonómicos, transformándose así en una alternativa legal, práctica y cómoda frente al equipaje convencional.

Para producir esta propuesta de valor, es necesario llevar a cabo una serie de actividades y procesos clave que aseguren la calidad del producto y la satisfacción del cliente. En primer lugar, se realiza un trabajo exhaustivo de diseño, investigación y desarrollo, donde se analizan las políticas vigentes de equipaje de las principales aerolíneas para garantizar que las prendas cumplan con sus normativas. Este proceso incluye el estudio de materiales ligeros, resistentes y transpirables, la elaboración de diseños técnicos de los diferentes modelos y la creación de prototipos que posteriormente son sometidos a pruebas de resistencia, ergonomía, capacidad de carga y comodidad. Esta fase es fundamental para asegurar que los modelos finales respondan de manera efectiva a las necesidades del viajero contemporáneo.

En segundo lugar, la producción y confección de las prendas constituyen otra parte esencial del proyecto. Para ello, se seleccionan materiales textiles especializados, cremalleras reforzadas, paneles plegables y tejidos técnicos que garantizan funcionalidad y durabilidad. La confección se realiza mediante talleres o fabricantes capacitados, y cada prenda pasa por un proceso de control de calidad en el que se revisa la resistencia de las costuras, la correcta integración de los compartimentos y la comodidad general de uso. Este control garantiza que cada

modelo cumpla con los estándares establecidos por la marca y satisfaga las expectativas del cliente.

Paralelamente, las actividades de marketing, comunicación y estrategia digital desempeñan un papel fundamental en la difusión y posicionamiento de BackPack en el mercado. Estas tareas incluyen el diseño, mantenimiento y actualización de la página web oficial, así como la creación de contenidos publicitarios para redes sociales y plataformas especializadas en viajes. Se desarrolla una identidad visual coherente, acompañada de campañas de marketing digital que permiten presentar los beneficios de la línea BackPack a un público amplio, como turistas, estudiantes internacionales, profesionales que viajan con frecuencia y personas interesadas en soluciones prácticas para sus desplazamientos. Asimismo, la atención al cliente mediante canales digitales asegura un acompañamiento adecuado desde el momento de la consulta hasta la postventa.

Finalmente, la gestión comercial, logística y operativa completa el conjunto de actividades clave. Esta área abarca la coordinación con proveedores de materiales, la negociación de precios competitivos, la gestión del inventario de prendas y la organización de los envíos de pedidos tanto a nivel nacional como internacional. La logística garantiza que los productos lleguen en tiempo y forma al cliente, mientras que la atención postventa permite recoger sugerencias y valorar la experiencia de uso para realizar futuras mejoras. La relación con proveedores y clientes es fundamental para mantener un flujo operativo constante y un servicio profesional.

## **B. Priorización de las Actividades y Procesos Clave**

Para garantizar el correcto desarrollo de la propuesta de valor de BackPack RHOA, es necesario establecer un orden de prioridad entre las distintas actividades y procesos clave. La secuencia y relevancia de estas tareas determinan la eficiencia del proyecto y aseguran que las prendas resultantes cumplan con las expectativas del mercado y los estándares de calidad. La primera prioridad corresponde a las actividades de diseño, investigación y desarrollo del producto, ya que constituyen la base sobre la cual se construye toda la propuesta de valor. Antes de iniciar cualquier proceso operativo, es imprescindible realizar un análisis detallado de las políticas de

equipaje de las aerolíneas, seleccionar los materiales adecuados, definir los patrones y estructuras de cada prenda y crear prototipos fiables. Esta fase inicial es crítica porque determina la funcionalidad, ergonomía y legalidad de los modelos BackPack, asegurando que realmente respondan al problema que enfrentan los viajeros.

Una vez asegurada la viabilidad técnica y funcional de los diseños, la segunda prioridad se centra en las actividades de producción, confección y control de calidad. El trabajo de fabricación de las prendas debe realizarse sobre la base de los prototipos previamente validados, garantizando que cada artículo cumpla con los estándares de resistencia, capacidad y comodidad establecidos. Esta etapa exige una correcta selección de talleres, proveedores y materiales, así como un sistema de control de calidad riguroso que detecte posibles fallos y permite mejorar la eficiencia del producto final. Sin la correcta ejecución de esta fase, la propuesta de valor perdería solidez, ya que la funcionalidad de las prendas depende directamente de la calidad de su fabricación.

La tercera prioridad está relacionada con las actividades de marketing, comunicación y estrategia digital, que son fundamentales para dar a conocer los productos y transmitir al mercado los beneficios diferenciales de la línea BackPack. Una vez que la empresa dispone de productos funcionales y de calidad, resulta imprescindible desarrollar una identidad corporativa sólida, gestionar la página web, elaborar campañas publicitarias y mantener una presencia activa en redes sociales y plataformas de viaje. Estas acciones permiten atraer a los segmentos de clientes objetivo, generar interés y posicionar la marca frente a la competencia. Además, la comunicación adecuada contribuye a explicar el valor innovador del producto y a despertar la confianza del consumidor.

Finalmente, la cuarta prioridad corresponde a las actividades de gestión comercial, logística y atención al cliente, que aseguran la entrega eficiente del producto y la construcción de relaciones duraderas con los compradores. Esta fase adquiere especial importancia una vez que los productos están en circulación y el flujo de ventas comienza a consolidarse. La gestión con proveedores, el control del inventario, la preparación de pedidos y la atención postventa permiten que la experiencia del cliente sea completa, satisfactoria y coherente con los valores de la

marca. Además, la retroalimentación obtenida del cliente en esta etapa contribuye a mejorar futuras versiones de los modelos BackPack y orientar decisiones estratégicas de la empresa.

El orden de prioridad entre las actividades clave se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, la investigación, el diseño y el desarrollo, que constituyen la base técnica del producto; en segundo lugar, la producción y el control de calidad, responsables de su materialización; en tercer lugar, el marketing y la comunicación, encargados de su posicionamiento estratégico en el mercado; y finalmente, la gestión logística y la atención al cliente, que permiten consolidar la experiencia de compra y sostener la relación con los usuarios. Este orden lógico asegura que BackPack RHOA avance de manera coherente, sólida y eficiente hacia la consecución de sus objetivos.