

8. Actividades Clave:

a) Actividades Clave del Proyecto “Nueve en Uno” Asis Gallego

1. Diseño y desarrollo del producto

Esta es la actividad más importante en la fase inicial. Consiste en diseñar el palo de golf “9 en 1”, especialmente el **mecanismo regulable** que permite cambiar el ángulo y la función del palo según la necesidad del jugador.

Se utilizan programas de diseño asistido por ordenador como **SolidWorks** o **AutoCAD**, habituales en la industria deportiva.

En esta fase se realizan **pruebas de resistencia, ergonomía y usabilidad**, para comprobar que el palo es cómodo, seguro y preciso. Sin esta actividad, el producto no podría existir.

2. Producción y ensamblaje

Una vez validado el diseño, se pasa a fabricar las piezas del palo utilizando **acero de alta resistencia y aluminio ligero**, materiales habituales en palos profesionales.

Las piezas se producen mediante **maquinaria CNC** y se ensamblan manualmente para asegurar precisión. Esta actividad es fundamental para convertir el diseño en un producto real y listo para su venta.

3. Control de calidad

Cada unidad fabricada pasa por un control de calidad para asegurar que el **mecanismo ajustable funciona correctamente**, que no hay defectos y que cumple los estándares del golf profesional.

Se realizan pruebas de impacto y ajuste para diferenciar el producto de los hierros convencionales y garantizar la satisfacción del cliente.

4. Gestión de proveedores

Esta actividad consiste en seleccionar y coordinar proveedores de **acero, materiales del mango, tornillería y componentes mecánicos**.

Es importante negociar precios, plazos de entrega y calidad, para asegurar un suministro constante de materiales sin retrasos en la producción.

5. Identificación de clientes

Antes de vender el producto, es necesario identificar al cliente objetivo: **golfistas aficionados, jugadores frecuentes y clubes de golf.**

Se analizan sus necesidades, como la comodidad, el precio y la reducción de peso en la bolsa, para adaptar el producto y el mensaje de venta.

6. Marketing, promoción y comunicación

Esta actividad se encarga de dar a conocer el hierro “9 en 1”. Incluye:

- Promoción en **redes sociales** (Instagram, TikTok).
- Demostraciones en **clubes de golf**.
- Colaboración con **influencers del golf**.
- Publicidad en tiendas especializadas.

El objetivo es explicar claramente las ventajas del producto y posicionarlo como una **innovación práctica y moderna** dentro del mercado del golf.

7. Distribución y logística

Se encarga de que el producto llegue correctamente a **tiendas especializadas, clubes de golf o clientes finales**.

Incluye el embalaje, el transporte, la gestión de pedidos y el control de tiempos de entrega. Sin esta actividad, el producto no podría llegar al mercado.

8. Relaciones con clientes

Consiste en mantener una relación cercana con los clientes mediante:

- Redes sociales.
- Correos electrónicos.
- Atención personalizada.

Esto ayuda a crear confianza, fidelizar a los compradores y mejorar la imagen de marca.

9. Atención al cliente y servicio postventa

Esta actividad resuelve dudas sobre el uso del mecanismo regulable, cambios o posibles defectos.

Un buen servicio postventa es clave para que los clientes confíen en la marca y recomiendan el producto.

10. Innovación y mejora continua

A partir de las opiniones de los usuarios, se mejoran materiales, diseño y funcionalidad del polo.

Permite lanzar versiones mejoradas del producto y mantener la competitividad frente a otras marcas.

11. Alianzas estratégicas

Se establecen acuerdos con clubes de golf, tiendas deportivas y escuelas de golf para promocionar y vender el producto.

Estas alianzas facilitan la entrada al mercado y aumentan la visibilidad de la marca.

12. Actividades administrativas clave

Incluyen la gestión de:

- Pedidos y facturación.
- Contratos con proveedores.
- Registro de patentes y marca.
- Control de costes.

Aunque no son visibles para el cliente, son necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa.

b) Priorización de Actividades

Actividades cruciales para la entrega inmediata

- Producción y ensamblaje
- Control de calidad
- Distribución y logística

Son imprescindibles porque permiten que el producto exista y llegue correctamente al cliente.

Actividades indispensables para el mantenimiento y crecimiento

- Marketing y promoción
- Atención al cliente y relaciones con clientes
- Innovación y mejora continua

Estas actividades fortalecen la marca, la reputación y la evolución del producto.

Actividades secundarias o de apoyo

- Gestión de proveedores
- Identificación de clientes
- Actividades administrativas
- Alianzas estratégicas

Su función es facilitar y apoyar a las actividades principales.

c) Tabla de Prioridades

Actividad Clave	Prioridad	Justificación
Producción y ensamblaje	Alta	Permite que el producto exista físicamente.
Control de calidad	Alta	Garantiza el correcto funcionamiento del producto.
Distribución y logística	Alta	Hace posible que el producto llegue al cliente.
Diseño y desarrollo del producto	Media	Es clave al inicio y para mejoras futuras.
Marketing, promoción y comunicación	Media	Da a conocer el producto y genera ventas.
Atención al cliente y relaciones	Media	Mantiene la confianza y fidelidad del usuario.
Gestión de proveedores	Baja	Apoya la producción con materiales adecuados.
Innovación y mejora continua	Baja	Asegura la evolución futura del producto.

Actividades administrativas	Baja	Permiten el orden y control de la empresa.
Alianzas estratégicas	Baja	Facilitan la expansión del producto.

Referencias

- Apuntes de clase sobre el **Modelo de Negocio Canvas**
- Páginas web de información sobre golf: Wikipedia, RFEG, MyGolf, TengoGolf
- Explicaciones dadas en clase por el profesor