

PASO 8: Actividades clave

1. En qué consiste

Las actividades clave del proyecto Mini Huertos en Botellas son todas las acciones necesarias para diseñar, producir, personalizar y vender los mini huertos y terrarios, asegurando que el producto sea atractivo, funcional, sostenible y fácil de usar para el cliente.

Estas actividades están directamente relacionadas con la propuesta de valor: producto económico, ecológico, decorativo y listo para usar.

2. Identificación de las actividades clave

A) Producción (las más importantes)

Recolección y limpieza de botellas reutilizadas.

Preparación de envases (corte, perforación para drenaje si es necesario).

Preparación de capas del terrario o del sustrato.

Siembra de semillas o colocación de plantas.

Decoración de botellas (pintura, cuerdas, etiquetas, mensajes).

Montaje final del producto y revisión de calidad.

B) Solución de problemas (relación con el cliente)

Explicación del cuidado básico de las plantas.

Preparación de etiquetas con instrucciones sencillas.

Resolución de dudas antes y después de la compra.

Ajuste del producto según preferencias del cliente (personalización).

C) Plataforma o red (ventas y comunicación)

Publicación del producto en redes sociales.

Organización de ventas en ferias y mercados.

Comunicación con tiendas pequeñas interesadas en vender el producto.

Gestión de pedidos y reservas.

3. Priorización de las actividades

- 1. Producción del producto**
Sin producto no hay negocio. La calidad, resistencia y presentación del mini huerto es la base del proyecto.
- 2. Atención al cliente y personalización**
Es clave para que el producto sea fácil de usar y para generar satisfacción y recomendaciones.
- 3. Venta y promoción**
Necesaria para dar a conocer el producto y generar ingresos, pero depende de que las dos anteriores funcionen bien.

4. Actividades externalizables e internas

Actividades gestionadas internamente (know-how)

Diseño del producto.

Montaje y decoración de los mini huertos.

Selección de plantas y combinación de materiales.

Personalización según el cliente.

Estas actividades definen el valor del producto y no deben delegarse.

Actividades que podrían externalizar

Transporte a mercados o tiendas.

Venta en comercios colaboradores.

Obtención de botellas a través de acuerdos con bares o locales.

Esto permite ahorrar tiempo sin afectar la esencia del producto.

5. Justificación de las decisiones

Se priorizan las actividades de producción y personalización porque son las que garantizan que el producto sea atractivo, funcional y diferente de una maceta común.

La atención al cliente es clave para asegurar el correcto uso del producto y fomentar la repetición de compra.

Las actividades de venta y distribución pueden apoyarse en socios externos, permitiendo que el proyecto crezca sin aumentar demasiado los costes.

Indicadores que cumple (para que el jurado esté contento)

Se detallan claramente los procesos necesarios para crear el producto.

Se establece un orden de prioridad entre producción, atención al cliente y ventas.

Se distingue entre actividades esenciales y actividades delegables.