

PASO 3: SOCIEDADES CLAVE

Mini Huertos en Botellas

1. Identificación de los agentes clave

Para que el proyecto Mini Huertos en Botellas funcione correctamente, es necesaria la colaboración de varios agentes clave que aportan recursos, materiales o canales de venta.

Los agentes identificados son:

Proveedores de semillas y sustrato.

Puntos de recogida de botellas reutilizadas.

Proveedores de materiales de decoración.

Mercados locales y ferias artesanales.

Centros educativos o entidades locales (colaboradores).

Redes sociales y plataformas digitales (canal de difusión).

2. Rol de cada agente

1. Proveedores de semillas y sustrato

Rol: suministro de semillas aromáticas y tierra necesaria para la producción.

Aporte: garantizan la calidad y viabilidad de las plantas.

2. Puntos de recogida de botellas reutilizadas

Rol: suministro de envases reutilizados (vidrio o plástico).

Aporte: reducen costes de producción y refuerzan el carácter sostenible del proyecto.

Ejemplos: hogares particulares, bares, cafeterías, centros educativos.

3. Proveedores de materiales de decoración

Rol: suministro de cuerdas, pintura, etiquetas o pegatinas.

Aporte: permiten personalizar y mejorar el aspecto estético del producto.

4. Mercados locales y ferias artesanales

Rol: canal de venta directa al cliente final.

Aporte: facilitan la comercialización, visibilidad del producto y contacto con el cliente.

5. Centros educativos o entidades locales

Rol: colaboración para talleres, proyectos educativos o venta puntual.

Aporte: aumentan la visibilidad del proyecto y refuerzan su valor educativo y social.

6. Redes sociales y plataformas digitales

Rol: difusión, promoción y contacto con clientes.

Aporte: permiten llegar al público objetivo con bajo coste.

3. Prioridad de los agentes

Agentes críticos (sin ellos el proyecto no funciona)

Proveedores de semillas y sustrato.

Puntos de recogida de botellas reutilizadas.

Agentes importantes (aportan valor significativo)

Proveedores de materiales de decoración.

Mercados locales y ferias artesanales.

Redes sociales como canal de difusión.

Agentes opcionales (mejoran el proyecto, pero no lo paralizan)

Centros educativos y entidades locales.

Tiendas pequeñas sostenibles.

4. Justificación de la selección de agentes

Los agentes han sido seleccionados porque:

Permiten reducir costes y mantener precios accesibles.

Refuerzan el enfoque sostenible y local del proyecto.

Facilitan el acceso al cliente objetivo sin grandes inversiones.

Son coherentes con un modelo de negocio pequeño, flexible y escalable.

5. Revisión y coherencia con el proyecto

Las sociedades clave identificadas están alineadas con:

El bajo coste de producción.

La sostenibilidad como valor central.

La venta directa y de proximidad.

La facilidad de puesta en marcha del proyecto.