

AGENTES, ACTORES Y SOCIOS CLAVE

El proyecto requiere la colaboración de diversos actores que aportan capacidades técnicas, científicas, comerciales y comunicativas indispensables para transformar la maceta con IA en un producto competitivo, escalable y sostenible. A continuación se describen estos agentes, su rol y su prioridad estratégica.

Fabricantes de sensores y componentes electrónicos

Rol:

- Suministro de sensores de humedad, temperatura, conductividad eléctrica (EC) y pH de alta precisión.
- Provisión de microcontroladores, módulos WiFi y sistemas integrados.
- Soporte técnico para la integración hardware–software.

Importancia: Muy alta.

Sin sensores fiables y componentes robustos la propuesta de valor se debilita. La exactitud de los datos es la base del algoritmo de IA.

Socios:

- **Sensirion** (sensores ambientales de alta calidad).
- **Texas Instruments / Bosch** (sensores electrónicos y microchips).
- **Espressif Systems** (módulos WiFi como ESP32).

Empresas fabricantes de macetas y materiales plásticos o cerámicos

Rol:

- Producción física de la maceta (plástico reciclado, cerámica, materiales biodegradables).
- Diseño industrial en conjunto con el equipo de producto.



Alianzas clave

-
- Ensamblaje del hardware integrado.

Importancia: Alta.

La robustez del producto final, su estética y su durabilidad dependen del fabricante.

Socio:

- **Industrias Plásticas Microlan:** Empresa riojana especializada en inyección de plástico técnico para múltiples sectores. Fabrican piezas personalizadas y trabajan con moldes propios y de terceros.

Empresas de fertilizantes, sustratos y fitosanitarios (*Modelos de ingresos publicitarios*)

Rol:

- Participar en el sistema de recomendaciones personalizadas:
 - Fertilizantes líquidos o granulados adaptados al tipo de planta.
 - Correctores de pH.
 - Sustratos especializados (acidófilas, suculentas, hortícolas...).
 - Productos fitosanitarios autorizados para plagas frecuentes.
- Pagar por aparecer en recomendaciones destacadas dentro de la app.
- Patrocinar guías, vídeos y contenidos educativos.
- Posibilidad de crear packs o “kits iniciales” con su marca.

Importancia: Muy alta (ingresos recurrentes).

Se convierte en una de las principales fuentes de monetización: publicidad segmentada por especie, necesidad nutricional y tipo de plaga.

Empresas colaboradora:

- **Fertiberia y, Leroy Merlin.**

Expertos en botánica, agronomía y fisiología vegetal

Rol:



Alianzas clave

- Validar modelos de riego según especie.
- Desarrollar algoritmos para diagnóstico de carencias, estrés hídrico o salinidad.
- Generar la base científica de las recomendaciones.

Importancia: Muy alta.

La credibilidad y precisión del sistema depende del respaldo científico.

Socios:

- **ETSIAMN – Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural (UPV, Valencia)** Centro de referencia en investigación agrícola, sensores aplicados al cultivo, riego inteligente y manejo de suelos. Podría aportar validación técnica sobre parámetros edafológicos y necesidades hídricas de distintas especies.
- **Real Jardín Botánico de Kew (Reino Unido)** Uno de los centros botánicos más prestigiosos del mundo, con expertos en biodiversidad, fisiología vegetal y conservación. Su enfoque en especies ornamentales y exóticas lo convierte en un referente para validar recomendaciones de cuidados avanzados.

Influencers y creadores de contenido del sector verde

El youtuber “Jardín Botánico Marion”

Rol:

- Promocionar el producto a públicos afines (aficionados a las plantas de balcón, principiantes en jardinería, urban gardeners).
- Crear tutoriales, reviews, comparativas y casos reales de uso.
- Participar en dinámicas sociales: retos de crecimiento, “mi planta con IA”, etc.
- Generar confianza entre comunidades ya establecidas.

Importancia: Alta.

Permite acelerar la adopción, generar credibilidad y reducir el coste de adquisición de clientes. Los influencers especializados tienen una audiencia muy segmentada.



Alianzas clave

Distribuidores y plataformas de venta

Rol:

- Comercialización del producto en tiendas físicas y online.
- Presentación en secciones de jardinería, hogar inteligente o decoración.
- Logística y devoluciones.

Importancia: Media-alta.

Aunque se puede vender directamente, la presencia en grandes superficies y marketplaces amplía el alcance.

Ejemplos:

- Amazon, Leroy Merlin.

EQUIPO FUNDADOR

La sociedad limitada se constituye con un capital social inicial de 20.000 €, aportado por los tres socios fundadores. El equipo combina experiencia técnica profunda con visión estratégica de negocio.

- **Alberto Ruiz | CEO (Chief Executive Officer) – Estrategia y Finanzas** MBA en negocios digitales. Lidera la visión global de la compañía, la estrategia de negocio y la relación con inversores. Responsable de la viabilidad financiera y de orquestar el crecimiento del proyecto hacia la escalabilidad.
- **Jorge Albarracín | CTO (Chief Technology Officer) – Desarrollo e Innovación.** Técnico superior DAM y Máster en Botánica. Responsable de la arquitectura tecnológica integral. Supervisa el desarrollo del algoritmo de IA, la integración del hardware/sensores y la plataforma de software, asegurando la robustez técnica del producto.
- **Miguel Sastre | COO/CISO (Director de Operaciones y Seguridad)** Encargado de transformar la estrategia en ejecución operativa eficiente. Además, lidera la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y la integridad de los sistemas. *Certificado OSCP (Offensive Security Certified Professional)*.



Alianzas clave

