

FUNTSEZKO SOZIETATEAK

Gure enpresak ondo funtzionatzeko eta gure negozioak ondo jarduteko bazkide sare bat behar dugu. Horregatik aliantzak egitea ezinbestekoa da gure enpresak arrakasta izan dezan, negozio-eredua optimizatzen duelako, arriskuak murrizten dituelako eta baliabideak errazago eskuratzen direlako. Halere, hainbat aliantza mota daude: elkarrekiko lehiakide ez diren enpresen arteko aliantza estrategikoak, lehiakideen arteko aliantza estrategikoak, negozio berriak sortzeko enpresen arteko elkarteak, edo Joint Venture izenekoak eta azkenik erosle eta hornitzaileen arteko harremanak, materialen eskuragarritasuna bermatzeko. Lau aliantza mota hauetatik bi erabiltzea erabaki dugu, gure enpresarentzat onuragarrienak izango direnak.

Lehenik eta behin, elkarrekiko lehiakide ez diren enpresen arteko aliantza estrategiko bat egingo dugu, izan ere, beste negozio-eredu bat duen enpresa batek ezin digu oztopatu gure diru-sarreretan eta gainera, oso lagungarria izan daiteke beste motatako merkatu-segmentuetan egotea. Adibidez, gure ideia banaketa-enpresa batekin aliantza bat egitea da, jada diru nahikoa dugunean, haiek laguntza handiak emango zigutelako gure produktua banatzerako orduan eta oso lagungarriak izango zirelako gure enpresaren eboluzioan. Erabaki honen helburua enpresa eredua optimizatzea da, kostuak murrizten, azpikontratitzen eta azpiegiturak konpartitzen. Ondorioz, mota honetako enpresa batekin aliantza bat edukitzea funtsezkoa izango da gure enpresak arrakasta izateko.

Bigarrenik, negozio berriak sortzeko enpresen arteko elkarteak, edo Joint Venture izeneko aliantza bat egitea ez dela egokia gure enpresarentzat erabaki dugu, izan ere, hasieratik oso argi genuen gure enpresak ez zuela beste enpresa batzuekin negozio berriak sortuko, gure negozioan soilik kontzentratuko ginelako. Horregatik, beste negozio bat sortzea beste enprekin gure hasierako helburua oztopatu dezake eta ondorioz, nahiago dugu alderdi batean ehuneko ehuneko lana egin.

Hirugarren aukera lehiakideen arteko aliantza egitea zen, baina ez zaigu egokiena iruditu, nahiz eta oso ohikoa den gaur egun, gu ez gara besteak bezala, gure enpresa ez da besteen kopia bat. Beraz, ez dugu denek egiten dutena kopiatuko, hoberena iruditzen zaiguna baizik. Gainera, aliantza mota hau ez da egokiena, bi enpresek berdina lortu nahiko dugulako eta oztopatuko garelako, horrela guk gure helburua ez dugu beteko eta lehiakideek ere ez.

Azkenik, erosle eta hornitzaileen arteko harremanak, materialen eskuragarritasuna bermatzeko aliantza bat egitea ideia paregabea izango zela pentsatzen dugu, izan ere, gure negozioa aurrera eramateko beharrezkoak ditugun baliabideen eskuragarritasuna bermatzea ezinbestekoa da gure enpresaren arrakastarako. Adibidez, gure enpresa hasieratik botoiak egiten dituen konpainia batekin kontaktuan jarriko da, honela, ezinbestekoak diren baliabideak hasieratik eskuragarri izango ditugu, gure kasuan, botoia. Mota honetako aliantza egitearen arrazoia baliabideak eskuratzea da, hau da, beste empresari esker lehenoz ez genituen materialak lortuko ditugu.

Hoetaz gain, taldekide bakoitzak enpresari emango diona antolatzea garrantzitsua da ere. 4 taldekideok abilezia desberdinak genituela ikusi genuen ikasturte hasieran, eta horiek enpresa munduan aplikatu beharko ditugu BotaDik enpresak modu egoki eta organizatu batean aurrera egin dezan. Gure enpresaren organigrama ondorengoa izango da:

Markel Susperregui izango da enpresaren irudia, buruzagia azken finean. Enpresako ordezkari nagusia izango da, baina kontuak, diru-sarrerak, galerak etab. eramateaz ere arduratuko da, hau da, arlo ekonomikoaren kontrola bere esku egongo da. Berak baloratu beharko du enpresak aurrera egiteko diru-sarrera nahikoa lortzen ari garen edo ez, lortutako diru-sarrerak nola kudeatu ahalik eta irabazi gehien lortzeko, eta etorkizunera begira enpresa pikutara joaten ez dela zihurtatzeko.

Eneko Apaolazak marketing eta komunikazio esparruan egingo du lan. Bere hitz egiteko eta eztabaidatzeko erraztasunak baliatu nahi ditugu, alde batetik elkarlanean arituko garen enpresekin adostasunetara iristeko, eta bestetik bezeroekiko ahalik eta gertuen egoteko, bezero berriak lortzen ditugun bitartean. Eginkizun zail horretarako iragarkiak beharrezkoak

izango dira, eta baita bezeroentzako telefono eta mezu bidezko arreta zerbitzu bat ere. Hori guztia giltzatakoari lotuta egongo den mugikorreko aplikazioan aurkituko du bezeroak.

Ibon Irurieta **mantenimendu** kontuetan zentratuko da, hau da, merkaturatuko den produktuak akatsik ez edukitzeaz arduratuko da, produktuaren sortze-prozesutik kanpo geratzen diren lanak kudeatzeaz arduratuko da (adibidez enpresako pabiloiaren higiene, garbiketa eta txukuntasuna), eta baita produktuaren (giltzatakoaren) iraunkortasuna bermatzeaz ere. Markeli arlo **ekonomikoan** ere lagunduko dio, eta enpresako langileen kontuak kudeatzen ere arituko da (soldatak eta kontratatzeak). **Langile berriak** aukeratzeko lana edukiko du (postu bila dabiltzanei elkarrizketatu, aukeraketa egin, soldatak ezarri eta kudeatu...).

Azkenik, Haritz Otaegik enpresaren **funtzionamenduan** eta produktuaren sortze-prozesuan egingo du lan, botoia sortzen denetik bezeroengana iristen den prozesu horri ahalik eta etekin handiena ateratzeko (abiadura txikitu, produktu kopurua handitu, beharrezko materialen kudeaketa...). Langileen plantilla eta hauen eginkizunak ere kudeatuko ditu, langileak beharko ditugulako kanpoko enpresa batetik iritsiko zaigun botoia giltzatako bihurtu eta gure aplikazioarekin lotzeko (arlotik informatikoa).

Arlo informatiko honi begira, esparru hau kudeatuko duen langile nagusi bat ere kontratatu beharko dugu.

Produktuaren banaketa hasieran guk egingo dugunez bizikletan, gu lauon artean txandaka ibili beharko gara. Goizez banatu ditzakegu giltzatakoak, eta goiza bi txandatan banatu dezakegu. Goizean goiz pertsona bat ibili beharko litzateke bueltaka eta goizak aurrera egin ahala beste txanda batean beste pertsona bat ibili beharko litzateke banaketa prozesuan.