

IMAI – Funtsezko bazkideak eta aliantza estrategikoak

3. dokumentua · Canvas negozio-eredua

1. Funtsezko bazkideen garrantzia IMAIren ereduan

IMAIren negozio-eredua ezin da proiektu isolatu gisa ulertu. Bere balio-proposamena —ekonomia zirkularrean, upcycling artisauan, inpaktu sozialean eta luxu kontzientean oinarritua— **funtsezko bazkideen sare sendo, koherente eta balioetan lerrokatua** izatea eskatzen du.

Aliantza horiek ez dute soilik funtsezko baliabideetarako (materialak, ezagutza edo zerbitzuak) sarbidea bermatzen; **markaren sinesgarritasuna, etika eta posizionamendu estrategikoa** ere indartzen dituzte. IMAIn, bazkide bakoitza proiektuaren kontakizunaren, inpaktuaren eta nortasunaren parte aktiboa da.

2. Sozietate motak eta aliantza estrategikoak IMAIn

2.1. Aliantza estrategikoak lehiakideak ez diren enpresekin

IMAIk aliantzak ezartzen ditu merkatu beragatik lehiatzen ez diren baina proiektuaren ekosistemari balio erantsia ematen dioten enpresa eta erakundeekin.

Adibideak:

- Artisau-tailerrak eta espezializatutako lantegiak.
- Sormen-estudioak, argazkilariak eta arte-zuzendariak.
- Logistika iraunkorreko enpresak.
- Packaging ekologiko eta premiumaren hornitzaileak.

Aliantza horien bidez, IMAIk honako hauek lortzen ditu:

- Kalitate-estandar altuak mantentzea.
- Markaren irudia eta balio-perzepzioa indartzea.
- Prozesu jakin batzuk kanpora ateratzea, koherentzia estetiko eta etikoa galdu gabe.

2.2. Aliantza estrategikoak lehiakideekin (koopetentzia)

IMAIk ez du bere estrategia nagusia koopetentzian oinarritzen; hala ere, **ez da baztertzen balioetan eta posizionamenduan antzekoak diren markekin lankidetza puntualak egitea**, bereziki honako esparruetan:

- Kultura- edo erakusketa-proiektuak.
- Kapsula kontzeptualetako bildumak.
- Moda jasangarriko edo luxu alternatiboko ekitaldiak.

Aliantza horien helburua ez da bolumenean lehiatzea, baizik eta **mezua indartzea, audientzia afinen artean sinergiak sortzea eta moda kontzientearen sektorea sendotzea**.

2.3. Proiektu berriak garatzeko elkarteak (Joint Ventures)

IMAIk aukera aurreikusten du **aldi baterako elkarteak edo proiektu bateratuak** garatzeko, ekimen espezifikoetarako, hala nola:

- Sortzaileekin edo kultura-erakundeekin garatutako arte-bildumak.
- Ehungintzako berrikuntza edo trazabilitate-proiektuak.
- Ekonomia zirkularreko proiektu pilotuak.

Lankidetza horiek honako moduak har ditzakete:

- Proiektu jakin baterako egitura partekatua sortzea.
- Baliabideen eta ezagutzaren kudeaketa bateratura mugatzea, enpresa iraunkor berri bat sortu gabe.

2.4. Erosle-hornitzaile harremanak (funtsezkoak IMAIn)

Erosle-hornitzaile harremanak **IMAIn negozio-ereduaren zutabe nagusietako bat** dira.

Markak harreman egonkorak ezartzen ditu irizpide oso zehatzak betetzen dituzten hornitzaileekin:

- Bigarren bizitzako jantziak biltzeko sareak.
- GKEak eta gizarte-tailerrak (adibidez, Lantegi Batuak, Kide Lagunak, Usoa Tailerra).
- Material berrerabilgarrien tokiko banatzaile txikiak.

Harreman horiek honako hauek bermatzen dituzte:

- Materialen erabilgarritasuna eta jarraitutasuna.
- Koherentzia etiko eta soziala.
- Inpaktu positibo erreal eta neurgarria.

Kasu askotan, harremanak dimentsio komertziala gainditzen du, eta **balio partekatuetan oinarritutako epe luzeko lankidetza** bihurtzen da.

3. IMAiko funtsezko bazkide estrategikoak

Laburbilduz, hauek dira IMAren funtsezko bazkide nagusiak:

- **GKEak eta gizarte-erakundeak:** gizarteratzea, enplegu inklusiboa eta materialen bilketa.
- **Artisau-tailerrak eta tailer sozialak:** jantzigintza, eraldaketa eta akaberak.
- **Tokiko hornitzaile iraunkorrak:** materialak, packaging-a eta logistika.
- **Sormen- eta kultura-kolaboratzaileak:** diseinua, irudia eta narratiba.
- **Erakunde publikoak eta laguntza-programak:** dirulaguntzak, mentoringa eta ikusgarritasuna.

4. IMAren forma juridikoa: Sozietate Mugatua (S.L.)

IMAIk **Erantzukizun Mugatuko Sozietatea (S.L.)** aukeratu du bere forma juridiko gisa, bere negozio-eredurako egokiena delako.

Zergatik Sozietate Mugatua?

- **Erantzukizun mugatua:** bazkideen ondare pertsonala babesten du.
- **Kudeaketa-malgutasuna:** enpresa gazte eta sortzaile batentzat egokia.
- **Irudi profesional eta sendoa** bezeroen, hornitzaileen eta erakundeen aurrean.
- **Dirulaguntzak, laguntza publikoak eta inbertsio pribatua eskuratzeko erraztasuna.**
- Etorkizunean bazkide estrategiko berriak txertatzeko aukera.

Forma juridiko hori bat dator IMAren **hazkunde kontrolatuaren ikuspegiarekin**, betiere sorrerako balioekiko koherentziari eutsiz.

5. Ondorioa

IMAIko funtsezko bazkideak ez dira hornitzaile hutsak; **aliatu estrategikoak dira**, luxuaren, modaren eta bizitzaren ikuspegi kontziente bera partekatzen dutenak.

Lankidetzaz sare honi esker:

- IMAIk bere piezen kalitatea eta eskusibotasuna bermatzen ditu.
- Gizartean eta ingurumenean duen inpaktua indartzen du.
- Marka sendoa, koherentea eta asmo argikoa eraikitzen du.

IMAI ez da bakarrik hazten.
Lagunduta, zentzuz eta kontzientziaz hazten da.