

IMAI – Funtsezko baliabideak

7. dokumentua · Canvas negozio-eredua

1. Funtsezko baliabideen rola IMAIren negozio-ereduan

IMAIren balio-proposamena — luxu ekologikoa, upcycling artisaua, pertsonalizazioa eta inpaktu soziala — **ezin da ulertu funtsezko baliabide egokiak gabe.**

Baliabide horiek dira markak balioa sortzeko, bezeroengana iristeko, harremanak lantzeko eta diru-sarrerak sortzeko behar duen oinarria.

IMAIren kasuan, baliabideak ez dira soilik ekoizpen-tresnak:

markaren arima, sinesgarritasuna eta koherentzia bermatzen dituzten elementuak dira.

2. IMAIren funtsezko baliabide motak

2.1 Baliabide fisikoak

IMAIren baliabide fisikoak mugatuak baina estrategikoki hautatuak dira, eredu arin eta jasangarri batekin bat etorriz.

Baliabide fisiko nagusiak:

- Artisau-jantzigintzarako tailer propioak edo kolaboratiboak.
- Jantziak eraldatzeko tresnak eta makinaria espezializatua.
- Materialen biltegiatze espazio txikiak (bigarren bizitzako ehunak).
- Packaging ekologikoa eta kalitatezkoa.

Ezaugarriak:

- **Externalizazioa:** ekoizpenaren zati bat tailer sozial edo artisau espezializatuarekin egiten da, kostuak optimizatzeko eta inpaktu soziala sortzeko.
- **Kostuen murrizketa:** ez da inbertsio handirik egiten azpiegitura industrialetan.
- **Iraunkortasuna:** baliabide fisikoek ez dute gehiegizko kontsumorik eskatzen, eta berrerabilgarriak dira.

2.2 Baliabide intelektualak (funtsezkoak)

Baliabide intelektualak dira IMAIren benetako aktiborik baliotsuenak.

Hauek dira nagusiak:

- Marka-identitatea (IMAIren diskurtso estetiko, etiko eta narratiboa).

- Diseinu propioak eta berrinterpretazio metodologiak.
- Upcycling artisauaren know-how espezifikoak.
- Pieza bakoitzaren historia eta kontakizuna.
- Komunikazio-estiloa eta lengoaia bisuala.

Ezaugarriak:

- **Ordezkaezinak:** ezin dira beste baliabide batzuekin ordezkatu.
- **Hobekuntza etengabea:** diseinuaren, prozesuen eta narratiben etengabeko eboluzioa.
- **Babes estrategikoa:** marka eta sorkuntza-prozesuak posizionamenduaren oinarri dira.

2.3 Baliabide humanoak

IMAIren negozio-eredua **pertsonen talentuan eta sentsibiltatean** oinarritzen da.

Baliabide humano nagusiak:

- Sortzaileak eta diseinatzaileak.
- Jantzigile eta artisau espezializatuak.
- Sormen- eta komunikazio-profila duten kolaboratzaileak.
- Balio sozialak partekatzen dituzten bazkide estrategikoak.

Ezaugarriak:

- Profil sortzaile eta teknikoen arteko oreka.
- Inplikazio emozional handia proiektuan.
- Kanpo-kolaborazioen erabilera (externalizazioa), egitura astuna saihestuz.

IMAIren kasuan, baliabide humanoak ez dira erraz eskalagarriak, baina horrek **kalitatearen eta esklusibotasunaren bermea** ematen du.

2.4 Baliabide finantzarioak

IMAIren baliabide finantzarioak hazkunde kontrolatu eta arduratsu baterako diseinatuta daude.

Iturri nagusiak:

- Hasierako kapital propioa.
- Diru-sarrerak piezen eta proiektuen salmentatik.
- Dirulaguntzak eta laguntza publikoak (gazte ekintzaileak, ekonomia zirkularra, moda jasangarria).
- Lankidetzak puntualak edo proiektu bereziak.

Ezaugarriak:

- Ez dago kanpo-inbertsio agresiboaren mendekotasunik.
- Likidezia zaindua eta arrisku txikia.
- Finantzak markaren balioekin koherenteak dira.

3. Funtsezko baliabideen ezaugarri estrategikoak IMAln

3.1 Iraunkortasuna

- Baliabide nagusiak berrerabilgarriak edo berriztagarriak dira.
- Materialen hornidura sare etiko eta tokikoetan oinarritzen da.
- Giza baliabideak zaintzen dira epe luzeko harremanak eraikiz.

3.2 Hobekuntza-ahalmena

- Diseinu-prozesuak etengabe eboluzionatzen du.
- Bezeroen feedback-a baliabide intelektual bihurtzen da.
- Prozesuak fintzen dira esperientziaz.

3.3 Ordezkapen-zailtasuna

- Marka-identitatea, know-how-a eta sormen-ikuspegia ezin dira ordezkatu.
- Horrek lehiarako abantaila iraunkorra sortzen du.

4. Ondorioa

IMAlren funtsezko baliabideak:

- Ez dira handiak.
- Ez dira masiboak.
- Ez dira industrialak.

Baina badira:

- Koherenteak.
- Baliotsuak.
- Benetan estrategikoak.

IMAI ez da baliabide kopuruagatik lehiatzen.

Baliabideen esanahiagatik lehiatzen da.

Eta horregatik, bere negozio-eredua:

jasangarria, bereizia eta zentzuzkoa da.