

1. Proveedores Estratégicos de Materia Prima:

○ **COLWAX (Proveedor de Parafina):**

- **Rol:** Suministro de la materia prima principal (parafina) con potencial de descuentos por volumen (tonelada).
- **Importancia:** La calidad de la parafina es crucial para el tallado y el producto final. Una buena relación y precios competitivos impactan directamente en los costos y la calidad.
- **Tipo de Alianza:** Relación comprador-proveedor estratégica, buscando beneficios mutuos (volumen para ellos, precio/calidad para ti).

○ **Proveedores de Silicona Líquida de Grado Profesional:**

- **Rol:** Suministro del material para la creación de los moldes "Pembertty".
- **Importancia:** La calidad de la silicona afecta la durabilidad de los moldes y la fidelidad de la replicación de los diseños de las matrices.
- **Acción:** Identificar y establecer relaciones con proveedores confiables.

○ **Proveedores de Aditivos Específicos para Parafina (VI-BAR, etc.):**

- **Rol:** Suministro de aditivos que mejoran las propiedades de la parafina para el tallado y el acabado.
- **Importancia:** Contribuyen a la calidad y características únicas de tus velas.

○ **Proveedores de Pinturas y Acabados (Ej. OROCOLOR, si la relación se formaliza como estratégica):**

- **Rol:** Suministro de pinturas y materiales para la decoración final de las piezas.
- **Importancia:** La calidad de la pintura y los acabados es vital para la estética final y la percepción de valor. Si OROCOLOR te da condiciones especiales o colaboran en marketing, se vuelve más estratégico.

○ **(Futuro) Proveedores de Nuevos Materiales:** Cuando te expandas a jabón, chocolate, resina, concreto, necesitarás identificar y establecer relaciones con proveedores clave para cada uno de estos.

2. Canales de Distribución y Propagación de Marca (Agentes de Propagación):

- **Licoreras (para Velas "GLAM" en Consigna):**
 - **Rol:** Actúan como puntos de venta físicos selectos y como escaparate para tus velas más sofisticadas y representativas del lenguaje de marca "Pemberty". La consignación reduce tu riesgo inicial.
 - **Importancia:** Permiten llegar a un público que valora la estética, la exclusividad y que frecuenta espacios que buscan decoración con carácter. Ayudan a construir imagen de marca.
 - **Tipo de Alianza:** Acuerdo de consignación, colaboración en la presentación del producto.
- **Tiendas de Diseño, Decoración y Regalos de Alta Gama:**
 - **Rol:** Puntos de venta para tus productos terminados (velas, y a futuro jabones, chocolates, contenedores) que se alineen con la estética y el posicionamiento de Pemberty.
 - **Importancia:** Acceso a un público que busca productos exclusivos y de calidad.
 - **Tipo de Alianza:** Relación mayorista o consignación.
- **Organizadores de Eventos (Wedding Planners, Empresas de Eventos Corporativos):**
 - **Rol:** Pueden actuar como prescriptores o revendedores de tus productos personalizados para sus clientes.
 - **Importancia:** Acceso directo al mercado de eventos donde la personalización y la estética son clave.
 - **Tipo de Alianza:** Colaboración, comisiones por referencia, acuerdos de proveeduría.
- **Decoradores e Interioristas:**
 - **Rol:** Pueden incorporar tus piezas en sus proyectos de decoración.
 - **Importancia:** Posicionamiento en espacios de diseño, validación por profesionales.
 - **Tipo de Alianza:** Colaboración, programa de afiliados para profesionales.
- **Plataformas Online de Artesanía y Diseño (Etsy, Amazon Handmade - si decides usarlas):**
 - **Rol:** Canales de venta online adicionales para llegar a un público más amplio, especialmente internacional.
 - **Importancia:** Expansión del alcance geográfico.

- **Tipo de Alianza:** Vendedor en la plataforma.
- 3. **Socios Tecnológicos y de Servicios:**
 - **Empresas de Logística y Envío:**
 - **Rol:** Encargadas de la entrega segura y eficiente de kits y productos terminados a nivel nacional e internacional.
 - **Importancia:** La experiencia de entrega es parte de la experiencia del cliente.
 - **Tipo de Alianza:** Contratación de servicios, buscando tarifas competitivas y fiabilidad.
 - **Proveedores de Plataformas Digitales:**
 - **Rol:** Hosting web, plataforma de e-commerce, plataforma para cursos online (si usas una externa), herramientas de email marketing, CRM.
 - **Importancia:** Fundamentales para la operación online y la gestión de clientes.
 - **Tipo de Alianza:** Suscripción a servicios.
 - **(Potencial Futuro para UIT y Industria 4.0):**
 - Consultores o empresas especializadas en IA/LLM (para la configuración inicial o soporte avanzado de la UIT, si es necesario).
 - Empresas de escaneo 3D o impresión 3D (si decides digitalizar matrices o imprimir moldes).

4. "Socios Educativos y de Co-creación"

- **Canal de Propagación del Lenguaje de Marca "Pemberty":** Al utilizar y enseñar con los materiales y (potencialmente) herramientas Pemberty, exponen a sus estudiantes al estilo y la calidad de tu marca.
- **Punto de Venta/Distribución de Materiales Pemberty:** Pueden vender los velones listos para tallar y las herramientas Pemberty a sus estudiantes.
- **Plataforma para Talleres Especializados Pemberty:** Podrías ofrecer talleres o módulos específicos de tallado de velas Pemberty dentro de su currícula o como cursos complementarios.

- **Fuente de Feedback y Co-desarrollo:** Los estudiantes y profesores de las academias pueden ofrecer retroalimentación valiosa sobre los materiales, herramientas y la metodología de enseñanza.

5. **Socios de Conocimiento y Comunidad (Menos transaccionales, más de apoyo):**

- **Asociaciones de Artesanos o Emprendedores:**
 - **Rol:** Networking, aprendizaje, posibles colaboraciones, acceso a ferias o eventos.
 - **Importancia:** Apoyo, visibilidad, desarrollo profesional.
- **Influencers o Creadores de Contenido (Manualidades, Decoración, Bienestar):**
 - **Rol:** Pueden ayudar a propagar la marca y llegar a nuevas audiencias a través de colaboraciones auténticas.
 - **Importancia:** Alcance y credibilidad.
 - **Tipo de Alianza:** Colaboraciones pagadas o por intercambio.

Consideraciones al Definir Socios Clave:

- **Estrategia vs. Táctica:** No todos los proveedores son "socios clave". Un socio clave es aquel cuya colaboración es vital para tu propuesta de valor o para una parte crítica de tu modelo de negocio. COLWAX con descuentos por volumen es estratégico. Un proveedor de papelería genérica, no tanto.
- **Dependencia:** ¿Qué tan dependiente eres de ese socio? ¿Hay alternativas?
- **Beneficio Mutuo:** Las mejores alianzas son aquellas donde ambas partes ganan.
- **Alineación de Valores:** Especialmente para socios de propagación de marca, es importante que sus valores y su público se alineen con Pemberty.