

SESIÓN ABRE LA CAJA NEGRA - DIAGNOSTICO

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL :	GREEN OIL ANCESTRAL	MENTOR SENIOR :	LUIS EDUARDO ORTIZ OSPINO
---	---------------------	------------------------	---------------------------

ÁREAS	INTERROGANTES	ESTADO ACTUAL <i>Explicar cómo se encuentra la iniciativa en cada subcomponente</i>	FORTALEZAS	DEBILIDADES	Evidencia de resultados (Indicadores claves de Línea base)
FUNDADORES	EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO	Green Oil Ancestral, una empresa formada en 2019 como parte de un grupo empresarial, se dedica a la distribución y comercialización de dermocosméticos basados en cannabis medicinal. Con cuatro socios fundadores desempeñando roles clave en relaciones legales, inversiones, ventas e inventario, así como administración y presupuesto, la empresa cuenta con una base sólida. La inclusión de una impulsadora y transferencista demuestra un compromiso con la capacitación y el conocimiento del producto.	La iniciativa "Green Oil Ancestral" cuenta con una fortaleza significativa en experiencia y conocimiento gracias a la participación de uno de los fundadores en la certificación ISO 9000. Esta experiencia resalta un compromiso con la calidad y la eficiencia en los procesos.	Falta de una ruta definida que podría afectar la dirección estratégica, y la sensación de agotamiento entre los fundadores podría comprometer la energía necesaria para el crecimiento.	
	CAPACIDAD DE GESTION	Cuenta con valiosas conexiones empresariales. Sin embargo, la falta de una gestión estratégica definida, incluida la ausencia de una hoja de ruta clara, presenta un desafío actual.	Los socios de la empresa poseen valiosas conexiones empresariales que pueden ser aprovechadas para establecer colaboraciones estratégicas y oportunidades de crecimiento.	Falta de dirección organizada que puede dificultar la toma de decisiones informadas y la optimización de los recursos disponibles. La ausencia de un enfoque estratégico sólido podría afectar la eficiencia y eficacia de la distribución y comercialización	
	FUNDADORES INVOLUCRADOS (TIEMPO DE DEDICACIÓN)	Son cuatro socios y una alianza estratégica con Farmaciolo Holding Group, líder en Colombia con alcance internacional. Esta asociación refleja un enfoque hacia la calidad y experiencia.	Acceso a materia prima de alta calidad y la fabricación de gotas de CBD sublinguales destacan como ventajas distintivas. La mención de las características únicas del cannabis cultivado en Colombia agrega un valor diferencial.	Las ventas limitadas y la baja inversión inicial resultan en la necesidad urgente de recursos financieros, dificultando la dedicación plena de los fundadores.	
	PARTICIPACIÓN FUNDADORES (% ACCIONARIA)	Cuenta con cuatro socios que desempeñan roles definidos en áreas clave. Aunque los porcentajes de participación no están detallados, esta estructura enfocada en relaciones legales, inversión, comercialización y administración.		La falta de planificación estratégica y una hoja de ruta indefinida reflejan una gestión informal y poco estructurada. Esto dificulta la toma de decisiones y la eficacia en reuniones, afectando la dirección general del negocio y potencialmente la equidad en la distribución de participación accionaria entre los fundadores.	
	INVERSIONES FUNDADORES	Ha experimentado una inversión inicial de 130 millones de pesos por parte de los socios. Sin embargo, los problemas que han afectado a socios han limitado el crecimiento de la empresa.			
	GOBIERNO CORPORATIVO	Presenta un panorama mixto. La existencia de una junta directiva es positiva, indicando una estructura formal. Sin embargo, la falta de documentos y reglas claras y la necesidad de inversión para expandirse a una planta son desafíos.			
	PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS SIMILARES	Ninguno			
	MODELO DE NEGOCIO (RENTABLE/ESCALABLE)	El modelo de negocio de "Green Oil Ancestral" se destaca por su enfoque en productos de cannabis 100% medicinal, similar al farmacéutico, lo que le aporta un valor diferenciador. Su materia prima de alta calidad y propiedades únicas en Colombia refuerzan su posición.	Utilización de materia prima de alta pureza y calidad, junto con procesos que siguen estándares farmacéuticos, añade un valor significativo a sus productos. Esta combinación brinda una ventaja competitiva a través del valor agregado por precio y calidad		
	PROBLEMA QUE RESUELVE	Resuelve la demanda de productos dermocosméticos de calidad basados en CBD. Esta oferta aborda necesidades de cuidado de la piel y bienestar, aprovechando las propiedades del CBD.	Sobresale al resolver problemas a través de su gama de productos dermocosméticos basados en CBD, diseñados tanto para uso humano como animal. La validación y aceptación de los usuarios respaldan su eficacia, creando una fortaleza en su oferta.	La resistencia de los médicos a productos no provenientes de farmacéuticas reconocidas limita la aceptación.	

NEGOCIO Y COMERCIAL

DIFERENCIACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	Se destaca por su enfoque en la calidad y tratamiento de su materia prima. Se diferencia al ser la única en manejar un nivel de materia prima de alta calidad en comparación con productos importados. Esta ventaja resalta su enfoque en "cannabis 100% medicinal", lo que promete una calidad superior en el mercado de productos a base de cannabis medicinal.	Su enfoque en productos naturales con materia prima de alta calidad.	Desconocimiento de los beneficios de sus productos.	
ESCALABILIDAD Y REPLICABILIDAD	Muestra potencial al contar con laboratorios para desarrollar sus líneas de productos. Sin embargo, la información actual no revela la efectividad de este enfoque ni cómo planean lograr una mayor escalabilidad. La esperanza de aumentar las ventas mediante una mayor comprensión del cannabis medicinal resalta la importancia de la educación en su modelo de crecimiento.	Fortaleza en su escalabilidad y replicabilidad debido al crecimiento en la aceptación de dermocosméticos a base de CBD.		
MODELO DE INGRESOS (FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA)	Modelo de ingresos mediante ventas directas a farmacias, gimnasios y comercio electrónico sugiere diversidad de canales.	Fortaleza al diversificar sus canales de venta, que incluyen farmacias, espacios deportivos y su portal web. Esta variedad de puntos de venta iniciales brinda oportunidades para llegar a diferentes segmentos de clientes.	La carencia de fuerza de ventas limita la capacidad para impulsar la recompra, mientras que la duración prolongada de los productos ralentiza la frecuencia de recompra.	

	ESTRATEGIA DIGITAL (MARKETING-VENTAS)	Cuenta con 65 puntos de venta en lugares estratégicos. Sin embargo, no tiene una estrategia digital específica.	Con 65 puntos de venta en ciudades clave y alianzas comerciales sólidas, como farmacias y gimnasios, establecen una base sólida. Estas colaboraciones amplían su apertura comercial, lo que podría aumentar su alcance y reconocimiento de marca.	El desconocimiento del equipo y las restricciones en redes sociales para la promoción del CBD han obstaculizado un desarrollo adecuado en esta área.	
MERCADO	CONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA	Muestra un conocimiento inicial de la industria, enfocándose en establecer conexiones con empresas clave en el sector.	Demuestra fortalezas al tener un registro INVIMA y reconocimiento en el mercado.		
	MERCADO OBJETIVO DEFINIDO	Está en proceso de expansión hacia nuevos mercados, centrándose en el bienestar, alivio del dolor y productos de aseo personal.			
	TAMAÑO Y TENDENCIAS DE MERCADO	Se encuentra en un mercado en crecimiento con una alta tendencia en el uso de productos a base de CBD. La presencia en farmacias, gimnasios y otros lugares comerciales respalda esta tendencia.	Se beneficia de la tendencia al alza en el uso de productos naturales. Esta tendencia refuerza su enfoque en productos a base de CBD, lo que podría aumentar su atractivo entre los consumidores.		
	BARRERAS DE ENTRADA Y REGULACIÓN	Cumple con los requisitos del INVIMA en Colombia, lo que facilita su ingreso al mercado. Sin embargo, la necesidad de aprobación por parte de dermatólogos y médicos puede limitar su alcance.	Se destaca por su registro en el INVIMA y su reconocimiento en el mercado. Su enfoque en trabajar de la mano con la regulación colombiana refuerza su posición sólida en el mercado y su capacidad para cumplir con los requisitos legales.	Enfrenta debilidades en su iniciativa debido a las barreras impuestas por alianzas comerciales de dermatólogos con empresas más reconocidas y productos de mayor costo. También se enfrentan al desconocimiento de las ventajas de sus productos en el mercado dermatológico.	
	MERCADO EN EL QUE OPERAN Y PLAN DE EXPANSIÓN	Opera en el mercado colombiano, vendiendo en ciudades como Barranquilla, Cartagena y Bogotá. Aunque han intentado expandirse a Florida con ventas de \$3M, su enfoque principal está en el mercado local.	Ha establecido una presencia sólida en el mercado del Caribe, especialmente en Barranquilla y Cartagena. Su enfoque en productos en desarrollo, como la línea de productos dietarios, refleja su capacidad de adaptación a las tendencias cambiantes del mercado.	Falta de un plan de expansión claramente definido, a pesar de su deseo de aumentar la cobertura de mercado.	
	POTENCIALES ALIANZAS ESTRATEGICAS	Demuestra una fortaleza al establecer potenciales alianzas estratégicas con diversas empresas y actores clave en la industria. Su colaboración con el "Farmaciolo holding group" para obtener materia prima de alta calidad y la cooperación con laboratorios y socios en Barranquilla para la producción y maquila de productos reflejan su enfoque en establecer conexiones valiosas en el mercado. Además, su asociación con personas que cuentan con redes de dermatólogos y otros profesionales médicos sugiere una búsqueda activa de oportunidades de colaboración que puedan contribuir al crecimiento y reconocimiento de la iniciativa.	Su enfoque en colaborar con otros almacenes que tienen cadenas		
	COMPETIDORES LOCALES Y REGIONALES	Opera en un mercado nacional en crecimiento para la producción de dermocosméticos a base de extractos naturales de semilla y flor			
TECNOLOGÍA	NIVEL DE DESARROLLO DE PRODUCTO TECNOLÓGICO	Demuestra un nivel de desarrollo tecnológico prometedor al contar con una página web y estar activamente presente en un marketplace. Estas herramientas tecnológicas brindan una plataforma para la promoción y comercialización de sus productos, lo que puede facilitar su alcance a un público más amplio y diversificado.	Tiene un nivel de desarrollo tecnológico inicial, ya que cuenta con una página web.		
	VALIDACIÓN ENTORNO SIMULADO O REAL	Ha logrado una validación exitosa en entornos reales al contar con 6 productos registrados en INVIMA, lo que indica que han cumplido con los requisitos y regulaciones necesarios para la comercialización. Además, su presencia en un marketplace demuestra que están llevando su iniciativa al mercado y buscando la interacción directa con los consumidores.			
	PRUEBAS MINIMAS DE FUNCIONALIDAD/FACTIBILIDAD	Ha implementado un enfoque de ventas en diferentes puntos de la ciudad y ha establecido su presencia en un marketplace, lo que indica que están llevando a cabo pruebas mínimas de funcionalidad y factibilidad para su iniciativa.	Ha demostrado fortaleza en la realización de pruebas mínimas de funcionalidad y factibilidad al tener ventas exitosas a través de su página web y al utilizar un marketplace para comercializar sus productos.	Falta de integración con el marketplace debido a las barreras en el aumento comercial a través de las redes sociales. Esta limitación puede afectar la capacidad de la empresa para aprovechar al máximo las oportunidades de ventas y comercialización en línea	
	USABILIDAD - FUNCIONALIDAD - INTERFAZ DE USUARIO - EXPERIENCIA DE USUARIO	Ha logrado desarrollar su producto por completo y ha adoptado una estrategia de ventas en diferentes puntos de la ciudad, además de establecer su presencia en un marketplace.			
	TITULARIDAD Y/PROPIEDAD INTELECTUAL	Se encuentra en una etapa de desarrollo de la empresa y actualmente no se propone el desarrollo de nuevos productos.			
	HISTORIAL DE FINANCIACIÓN	Una inversión aproximada de 130 millones de pesos. Con esta inversión, han avanzado en su desarrollo, pero para alcanzar su objetivo de incursionar en el mercado nacional, se plantea la necesidad de obtener entre 700 millones y 1000 millones de pesos adicionales.			

FINANCIERO	VENTAS Y MARGENES	Ha logrado ventas consistentes con un rango estimado entre 8 y 12 millones de pesos mensuales. Esta cifra se refleja en las tres ciudades donde operan: Barranquilla, Cartagena y Bogotá.		No tiene un plan estratégico en marcha y reconocer la complejidad de vender cannabis en línea, las ventas actuales son continuas pero insuficientes para cubrir los gastos mensuales. La necesidad de personal con experiencia en e-commerce y el desafío de mantener un flujo de ingresos que supere los costos operativos representan preocupaciones significativas en el área financiera de la iniciativa.	
	COSTOS OCULTOS				
	ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL	Cuenta con una estructura de costos inicial que se basa en la producción de cultivos de alta calidad en el departamento del Cesar.			
	TICKET PROMEDIO	Los productos que ofrecen, que abarcan un rango de precios desde 30 mil hasta 90 mil pesos, reflejan una variedad en su cartera que puede influir en los márgenes y costos asociados.			