

PLAN DE NEGOCIO

GREEN OIL ANCESTRAL

PLAN DE NEGOCIO

PERÍODO: 2023

ELABORADO POR:

CARLOS ALBERTO SINNING ZABALETA.

Tabla de contenido

- PLAN DE NEGOCIO GREEN OIL ANCESTRAL 3
 - 1. *RESUMEN EJECUTIVO*..... 3
 - 2. *DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA* 4
 - 3. *ESTRUCTURA ORGANIZATIVA*..... 6
 - 3.1. *ORGANIGRAMA* 6
 - 3.2. *FUNCIONES*..... 6
 - 3.2.1. *FUNCIONES DEL DIRECTOR EJECUTIVO*..... 6
 - 3.2.2. *FUNCIONES DEL LÍDER ADMINISTRATIVO*. 6
 - 3.2.3. *FUNCIONES DEL LÍDER COMERCIAL* 7
 - 3.2.4. *FUNCIONES DEL LÍDER DE RELACIONES PÚBLICAS Y LEGAL*..... 7
 - 3.2.5. *MERCADERISTA*..... 7
 - 3.2.6. *TRANSFERENCISTA* 7
 - 3.3. *ESQUEMA DE GOBERNANZA* 8
 - 4. *DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO*..... 9
 - 5. *DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS* 13
 - 6. *PLAN DE MERCADEO*..... 15
 - 6.1. *MERCADO OBJETIVO*..... 15
 - 6.2. *GESTIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL* 15
 - 7. *DESARROLLO DE PRODUCTO Y DE TECNOLOGÍAS*..... 16
 - 7.1. *HARDWARE Y SOFTWARE*..... 16
 - 7.2. *RECURSOS DIGITALES Y HERRAMIENTAS* 16
 - 7.3. *GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL* 19
 - 8. *HITOS Y MÉTRICAS*..... 22

PLAN DE NEGOCIO GREEN OIL ANCESTRAL

1. RESUMEN EJECUTIVO

Green Oil Ancestral, es una empresa colombiana especializada en la producción y comercialización de productos dermocosméticos a base de cannabis medicinal, tiene como misión liderar la revolución en el cuidado de la piel en Colombia. Comprometida con la fusión de la ciencia y la naturaleza, la empresa se esfuerza por mejorar la calidad de vida de sus clientes mediante soluciones de alta calidad respaldadas por Cannabidiol (CBD).

En términos de productos, Green Oil Ancestral ofrece una amplia gama que incluye gel, linimento, gotas, jabones, champús, entre otros, todos enriquecidos con CBD de alta calidad. Estos productos se destacan en la industria por su innovación y calidad, buscando proporcionar beneficios para la piel y tratamientos terapéuticos naturales.

Los objetivos y metas del negocio son claros y ambiciosos. La empresa se propone desarrollar al menos tres productos pioneros en la industria dermocosmética de cannabis medicinal en los próximos dos años. Además, busca expandirse internacionalmente en un 25%, adaptando estrategias de marketing a las diferentes culturas y asegurando la conformidad con regulaciones locales. Green Oil Ancestral también tiene como objetivo construir y mantener una comunidad en línea de clientes leales, implementando un programa de fidelización que contribuya significativamente a las ventas totales. La diversificación de canales de distribución es otra prioridad, con la intención de explorar acuerdos con minoristas en línea, participar en plataformas de comercio electrónico y expandir los canales de venta directa al consumidor en un 25%. Finalmente, la empresa se esfuerza por convertirse en un referente en el uso terapéutico del cannabis medicinal, contribuyendo activamente a la educación del consumidor y participando en eventos y conferencias del sector. En conjunto, estos objetivos reflejan la visión integral de Green Oil Ancestral y su compromiso estratégico con la innovación, calidad y bienestar natural.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.1. Nombre de la empresa	
2.2. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	
<p>Green Oil Ancestral SAS, una compañía colombiana dedicada a la distribución y comercialización de productos dermocosméticos a base de cannabis medicinal con un portafolio conformados por aceites, cremas cristales y formulas magistrales</p>	
2.3. MISIÓN	
<p>Green Oil Ancestral SAS busca proveer a sus clientes soluciones dermocosméticas excepcionales, basadas en la riqueza terapéutica del cannabis medicinal. A través del compromiso con la excelencia y la calidad, buscando elevar los estándares de cuidado de la piel y tratamiento terapéutico a través de productos enriquecidos con Cannabidiol (CBD). Así mismo, la organización busca inspirar confianza, bienestar y satisfacción en cada usuario, promoviendo un enfoque natural y efectivo para el cuidado personal. A través de la investigación constante, la innovación y la construcción de una comunidad comprometida con el poder transformador de la naturaleza en el cuidado de la piel.</p>	
2.4. VISIÓN	
<p>Green Oil Ancestral SAS , en 5 años, se visualiza como una empresa referente en Latinoamérica en la generación de soluciones dermocosméticos a base de Cannabidiol , a partir de la gestión de toda la cadena de abastecimiento para obtener los diferentes productos que conforman su amplio portafolio. Transformando de forma positiva la experiencia del cuidado de la piel y los tratamientos terapéuticos, siendo catalizador de cambio en la percepción del uso de productos a base de CBD, , inspirando a las personas a adoptar un estilo de vida saludable y consciente.</p>	
2.5. OBJETIVOS A LARGO Y CORTO PLAZO	
<p>Objetivos a largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none">🚩 Ser reconocido como líder en innovación en la industria dermocosmética de cannabis medicinal en Colombia, con al menos tres productos pioneros en el mercado.🚩 Incrementar la expansión a mercados internacionales seleccionados en al menos un 25%, asegurando la conformidad con las regulaciones locales y adaptando estrategias de marketing a culturas específicas.	

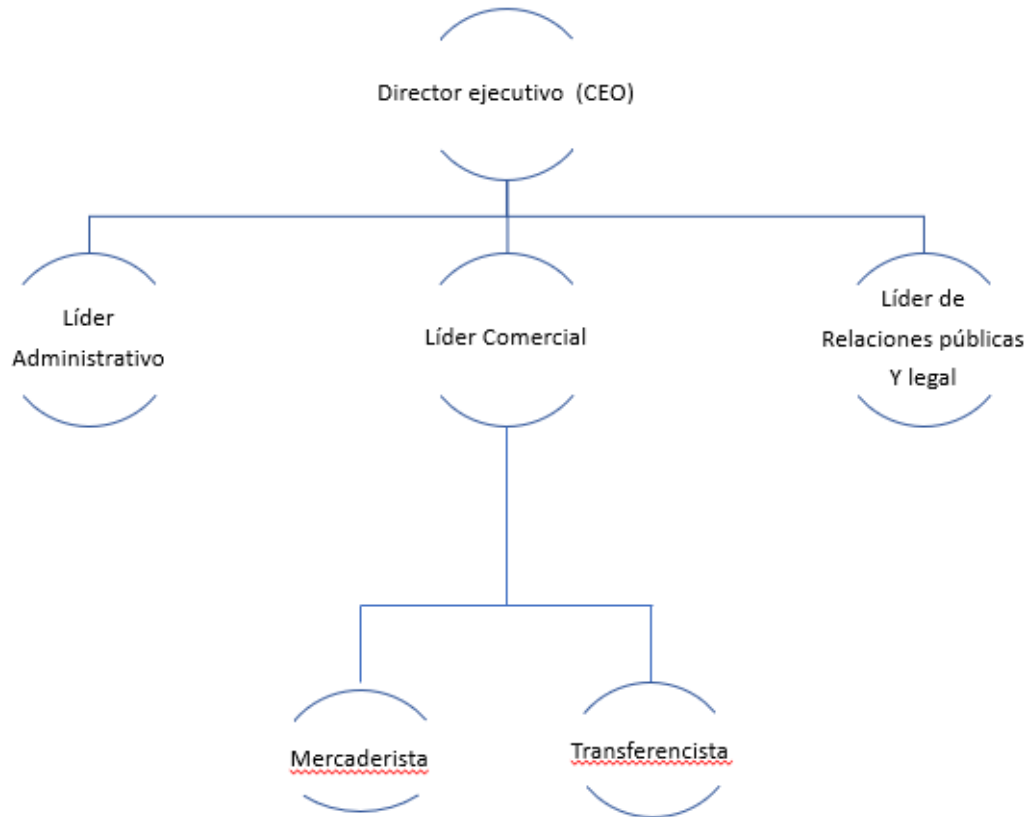
- ✚ Construir y mantener una comunidad en línea de clientes leales, con un programa de fidelización que contribuya a las ventas totales.
- ✚ Diversificar los canales de distribución, explorando acuerdos con minoristas en línea, participación en plataformas de comercio electrónico y expansión en canales de venta directa al consumidor, al menos, en un 25%
- ✚ Convertirse en un referente en el uso terapéutico del cannabis medicinal, contribuyendo a la educación del consumidor y participando en eventos y conferencias del sector.

Objetivos al mediano plazo

- ✚ Lanzar al menos dos nuevos productos innovadores basados en investigaciones y demandas del mercado para ampliar la línea de productos.
- ✚ Aumentar el reconocimiento de la marca en un 30% mediante campañas de marketing en línea, participación en redes sociales y colaboraciones estratégicas.
- ✚ Incrementar la cuota de mercado en segmentos específicos (por ejemplo, personas con afecciones de la piel) en un 20% a través de campañas dirigidas y educación del consumidor.
- ✚ Aumentar la presencia en puntos de venta físicos y virtuales en un 25%, incluyendo farmacias, tiendas de productos naturales y spas.
- ✚ Establecer al menos dos nuevas alianzas estratégicas con profesionales de la salud o influencers relevantes para respaldar la credibilidad de la marca.

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

3.1. ORGANIGRAMA



3.2. FUNCIONES

3.2.1. Funciones del Director Ejecutivo

El CEO lidera la empresa en su totalidad, estableciendo la visión, misión y estrategias generales. Se encarga de la toma de decisiones estratégicas, la gestión de recursos y la supervisión del desempeño general de la organización. Además, el CEO se involucra en la representación externa de la empresa y en la construcción de relaciones claves con socios estratégicos.

3.2.2. Funciones del Líder Administrativo.

El líder administrativo supervisa las funciones administrativas y financieras de la empresa. Esto incluye la gestión de recursos financieros, presupuestos, contabilidad y asuntos administrativos. También puede estar involucrado en la

gestión de recursos humanos, garantizando una operación eficiente y en cumplimiento con las políticas internas y externas

3.2.3. Funciones del Líder Comercial

Tiene como tarea principal liderar el equipo encargado de las ventas y las relaciones con los clientes. Sus funciones incluyen el diseño de estrategias de ventas, el establecimiento de objetivos comerciales, la gestión de cuentas claves y la identificación de nuevas oportunidades de negocio. Trabaja estrechamente con el equipo de marketing para asegurar una alineación efectiva entre la oferta de productos y las necesidades del mercado.

3.2.4. Funciones del Líder de Relaciones Públicas y legal

El profesional de Relaciones Públicas se encarga de gestionar la comunicación tanto interna como externa de la empresa. Esto implica la creación y ejecución de estrategias de relaciones públicas, la gestión de eventos corporativos, la interacción con los medios de comunicación y la construcción de una imagen positiva de la empresa.

Desde la perspectiva, legal maneja los asuntos jurídicos y de cumplimiento de la empresa. Esto incluye la revisión y redacción de contratos, el asesoramiento legal, el cumplimiento normativo y la resolución de disputas legales. Trabaja para garantizar que todas las actividades de la empresa estén en conformidad con las leyes y regulaciones aplicables.

3.2.5. Mercaderista

Los Mercaderistas tienen la responsabilidad de promocionar y colocar los productos de la empresa en los puntos de venta. Esto incluye la exhibición efectiva de productos, la implementación de estrategias de marketing en el punto de venta y la interacción directa con los clientes para impulsar las ventas. También pueden encargarse de monitorear el inventario y reportar información relevante al equipo comercial

3.2.6. Transferencista

Administración y consecución de pequeños clientes. Así mismo, como en la la gestión de transacciones y transferencias de productos. Este rol se encarga de coordinar y asegurar que los productos sean entregados de manera eficiente a los lugares de venta, gestionando inventarios y coordinando la logística de distribución.

3.3. ESQUEMA DE GOBERNANZA

Para Green Oil Ancestral, se recomienda implementar un esquema de gobernanza que refleje las mejores prácticas empresariales y permita una gestión efectiva de la empresa. A continuación, se presentan los principales elementos del esquema de gobernanza recomendado:

Consejo de Administración:

- Establecer un consejo de administración con miembros independientes y con experiencia en la industria.
- Incluir expertos en áreas relevantes como legal, financiera y comercial.
- El consejo debe participar activamente en la toma de decisiones estratégicas y proporcionar supervisión y orientación.

Ética y Cumplimiento:

- Implementar políticas claras de ética empresarial y cumplimiento.
- Designar a un oficial de ética o un comité de ética para abordar cuestiones éticas y garantizar el cumplimiento normativo.
- Promover una cultura ética en toda la organización.

Transparencia y Divulgación:

- Adoptar prácticas de divulgación transparentes, incluida la presentación de informes financieros claros y precisos.
- Proporcionar a los accionistas y partes interesadas acceso a información relevante sobre la empresa.
- Fomentar la transparencia en la toma de decisiones y en las operaciones diarias.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC):

- Integrar prácticas de responsabilidad social corporativa en las operaciones y decisiones comerciales.
- Participar en iniciativas sociales y medioambientales que reflejen los valores de la empresa.

- Rendir cuentas sobre las acciones de RSC a través de informes y comunicados.

Auditoría Interna y Externa:

- Mantener una función de auditoría interna independiente para evaluar y mejorar la eficacia de los controles internos.
- Contratar servicios de auditoría externa para evaluar la precisión de los informes financieros y garantizar la conformidad con las normas contables.

Compensación y Evaluación:

- Establecer un comité de compensación independiente para evaluar y aprobar la compensación de ejecutivos y altos directivos.
- Implementar sistemas de evaluación del desempeño para medir el rendimiento y la contribución de los empleados.

Gestión de Riesgos:

- Desarrollar e implementar un plan integral de gestión de riesgos.
- Evaluar y mitigar los riesgos asociados con la cadena de suministro, la regulación, la reputación y otros factores críticos.

Participación de los Accionistas:

- Fomentar la participación activa de los accionistas en decisiones clave a través de reuniones y consultas regulares.
- Proporcionar información y acceso a documentos relevantes para los accionistas.

4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1. PROPUESTA DE VALOR

Green Oil Ancestral busca garantizar una experiencia que fusiona innovación, calidad, conciencia ambiental y un compromiso duradero con el bienestar de sus usuarios y clientes. A través del compromiso con la salud integral, materializado a través de un amplio portafolio

de productos dermocosméticos de la más alta calidad, soportados por formulaciones diseñadas para ofrecer resultados efectivos y respaldados por la pureza del CBD.

4.2. ESQUEMA DE MONETIZACIÓN

Existen varios esquemas de monetización que podrían ser aplicados por la organización. A continuación se presentan algunas estrategias de monetización más relevantes para el modelo de negocio:

Venta a Minoristas (B2B):

Establecer acuerdos con minoristas físicos y en línea para distribuir los productos en tiendas especializadas, farmacias, salones de belleza y otros puntos de venta. Este esquema permite ampliar la presencia de la marca y llegar a nuevos segmentos de clientes.

Suscripciones y Programas de Lealtad:

Implementar programas de suscripción mensual o anual donde los clientes reciben productos de forma regular. Además, un programa de lealtad con recompensas por compras recurrentes puede fomentar la retención de clientes.

Participación en Eventos y Patrocinios:

Generar ingresos a través de la participación en eventos de la industria, conferencias y ferias comerciales, donde Green Oil Ancestral puede exhibir y vender sus productos. También podría explorar oportunidades de patrocinio en eventos relacionados con la salud y el bienestar.

Contenido y Educación Premium:

Ofrecer contenido educativo premium, como seminarios web, tutoriales y guías exclusivas sobre el uso terapéutico del cannabis medicinal. Los clientes podrían pagar por acceder a contenido valioso que complementa el uso de los productos.

Alianzas Estratégicas y Licencias:

Establecer alianzas estratégicas con otras marcas de la industria o incluso con profesionales de la salud que respalden los productos. También se podrían explorar acuerdos de licencia para permitir que otras marcas utilicen su tecnología o ingredientes en sus productos.

Servicios de Consultoría Personalizada:

Ofrecer servicios de consultoría personalizada, donde los clientes pueden recibir recomendaciones personalizadas sobre productos basadas en sus necesidades específicas. Esto podría ir acompañado de un costo adicional.

Expansión Internacional

Generar ingresos a través de la expansión a mercados internacionales, asegurándose de adaptar estrategias de marketing y precios a las necesidades específicas de cada región.

4.3. ACTIVIDADES Y RECURSOS CLAVES PARA LA OPERACIÓN

Es necesario que Green Oil Ancestral lleve a cabo o refuerce una serie de actividades claves para asegurar el funcionamiento exitoso de su operación. La investigación y desarrollo (I+D) se sitúa en el núcleo, donde la empresa podría realizar investigaciones continuas para desarrollar nuevas formulaciones y productos basados en cannabis medicinal, llevando a cabo pruebas y ensayos clínicos para garantizar la eficacia y seguridad de sus productos. Además, la producción y fabricación juegan un papel crucial en la fabricación de productos dermocosméticos de alta calidad, con un riguroso control de calidad para asegurar la pureza y potencia del CBD.

La logística y la cadena de suministro son actividades fundamentales para mantener una gestión eficiente de la cadena de suministro y garantizar la disponibilidad constante de materias primas, así como la distribución eficaz de productos a minoristas, centros deportivos a y clientes finales. Green Oil Ancestral también destaca a través de sus esfuerzos de marketing y publicidad, desarrollando estrategias para destacar su propuesta

de valor, incluyendo publicidad en línea y fuera de línea, participación en eventos y colaboraciones con influencers.

La educación al cliente se considera esencial, para lo cual se propone la creación de contenido educativo sobre los beneficios del cannabis medicinal y el uso adecuado de los productos, incluyendo programas de formación para el personal de ventas y educación al cliente en puntos de atención. Asimismo, la atención al cliente y el soporte postventa son áreas prioritarias para asegurar una experiencia positiva para los clientes y fomentar la lealtad del consumidor.

En términos de recursos clave, la empresa cuenta con personal altamente especializado en investigación y desarrollo, así como en la fabricación de productos dermocosméticos..

Además, Green Oil Ancestral ha establecido una cadena de suministro confiable, manteniendo relaciones sólidas con proveedores de materias primas de alta calidad y un eficiente sistema de gestión de inventario.

La marca y la propiedad intelectual son resguardadas con el registro de la marca y protección de la propiedad intelectual, y la empresa destaca por su enfoque en la tecnología de la información, utilizando plataformas de comercio electrónico seguras y sistemas de análisis de datos para evaluar el rendimiento del mercado. Con una red de distribución bien establecida, relaciones con minoristas y puntos de venta estratégicos, y un sistema logístico eficiente, Green Oil Ancestral cuenta con la infraestructura necesaria para llevar sus productos al mercado de manera eficiente, acompañado de oportunidades de mercado.

El compromiso con la comunidad y las redes profesionales se destaca a través de colaboraciones que se podrían generar con profesionales de la salud y expertos en cannabis medicinal, así como una participación activa en comunidades en línea y eventos del sector. Estos recursos y actividades claves en conjunto fortalecen la posición de Green Oil Ancestral en la industria dermocosmética de cannabis medicinal.

5. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Ítem	Descripción
Idea / Producto/Servicio	Green Oil Ancestral SAS es una compañía colombiana dedicada a la distribución y comercialización de productos dermocosméticos a base de cannabis medicinal con un portafolio conformados por aceites, cremas cristales y formulas magistrales.
Problema que resuelve	En el marco de la convocatoria, la organización busca fortalecer sus capacidades a partir mejoramiento de la planeación estratégica , robusteciendo los canales de venta y el mejoramiento de la transmisión de la propuesta de valor.
Características distintivas	<p>Productos de calidad premium: Todos los productos de la línea son elaborados con ingredientes de la más alta calidad, garantizando su efectividad y seguridad para la piel.</p> <p>CBD de espectro completo: La línea de productos contendrá CBD de espectro completo, lo que permitirá aprovechar los beneficios sinérgicos de todos los compuestos del cannabis, incluidos otros cannabinoides y terpenos.</p> <p>Resultados visibles: Los productos ofrecen resultados visibles en el cuidado de la piel, como reducción de la inflamación, hidratación, mejora de la elasticidad y reducción de signos de envejecimiento.</p> <p>Amplia gama de productos: La línea incluye una variedad de productos, como gel, linimento, gotas, jabones y shampoo, que abordarán diversas necesidades y preocupaciones de la piel.</p> <p>Certificación y pruebas: Todos los productos cuentan con sus registros de invima y han sido sometidos a rigurosas pruebas de calidad y seguridad para cumplir con las regulaciones de la industria y garantizar la confianza del cliente.</p>
Proveedores	

	<p>Empresas desarrolladoras de software</p> <p>Materias primas e insumos</p> <p>Agencias de marketing digital</p>
<p>Permisos Especiales y Propiedad Intelectual</p>	<p>Acuerdos, licencias y colaboración</p> <p>Monitoreo de registros y mercado</p> <p>Registro de marca (para categorías de nuevos productos)</p>

6. PLAN DE MERCADEO

6.1. MERCADO OBJETIVO

Green Oil Ancestral se dirige a un perfil diverso de clientes con un enfoque específico en adultos jóvenes y de mediana edad, generalmente entre 25 y 55 años, de ambos géneros y con un nivel socioeconómico medio a alto. Estos consumidores comparten un interés común en productos dermocosméticos naturales y una inclinación hacia un estilo de vida saludable y consciente.

Desde el punto de vista comportamental y psicográfico, los clientes de Green Oil Ancestral valoran la calidad y están dispuestos a invertir en soluciones efectivas y naturales para el cuidado de la piel. Buscan productos que se alineen con sus valores de sostenibilidad, ética y bienestar general. Este segmento de mercado muestra una preferencia por productos de alta calidad y una disposición a explorar soluciones basadas en cannabis medicinal.

El segmento de mercado de Green Oil Ancestral se enfoca principalmente en personas preocupadas por el cuidado de la piel y el bienestar general. Esto incluye individuos que desean abordar problemas específicos de la piel, así como aquellos que buscan alternativas naturales a los productos cosméticos convencionales. Además, la empresa atrae a entusiastas del cannabis medicinal que están interesados en aprovechar las propiedades terapéuticas del cannabis en su rutina de cuidado personal.

6.2. GESTIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL

Green Oil Ancestral tiene como objetivo destacar su propuesta de valor única a través de una estrategia de marketing integral. En línea con las tendencias digitales, la empresa establecerá una sólida presencia en línea haciendo uso de su sitio web y marketplace. Se implementarán estrategias de SEO para mejorar la visibilidad en los motores de búsqueda, mientras que campañas de marketing en redes sociales se utilizarán para llegar al mercado objetivo y construir una comunidad en línea. Además, se priorizará la creación de contenido educativo de calidad, como seminarios web, artículos y guías, para informar y educar a los consumidores sobre los beneficios del cannabis medicinal y el uso adecuado de los productos. Así mismo, se realizarán colaboraciones estratégicas con influencers y expertos en la industria, así como la participación en eventos y patrocinios, donde se complementará la estrategia de marketing para aumentar la visibilidad y la credibilidad de la marca.

La estrategia de ventas y distribución de la empresa se centrará en llegar a los consumidores de manera efectiva y ofrecer una experiencia de compra accesible y conveniente. Esto incluirá la negociación de acuerdos con minoristas físicos estratégicos, como farmacias, tiendas de belleza y centros de bienestar, así como incrementar la presencia en línea a través de plataformas de comercio electrónico de renombre. La capacitación detallada del personal de ventas en puntos de venta sobre los productos y

sus beneficios será una prioridad, respaldada por programas de incentivos para motivar activamente al personal de ventas a promover los productos de Green Oil Ancestral. Además, se recomienda implementar programas de fidelización para recompensar a los clientes recurrentes, ofreciendo descuentos exclusivos, regalos y acceso a eventos especiales para fomentar la lealtad del cliente. La logística eficiente será esencial para garantizar una distribución oportuna y segura, gestionando adecuadamente los niveles de inventario para evitar escasez o excedentes.

7. DESARROLLO DE PRODUCTO Y DE TECNOLOGÍAS

7.1. HARDWARE Y SOFTWARE

Desde el punto de vista de hardware y software, la organización cuenta con un E-commerce . SIGO software contable y administrativo que le ha permitido incrementar sus indicadores de respuesta oportuna a sus clientes. Permitiendo la coordinación de envíos a toda Colombia y gestionar diferentes formas de pago para facilitar la experiencia y adquisición de los productos.

7.2. RECURSOS DIGITALES Y HERRAMIENTAS

El uso efectivo de herramientas y recursos digitales, especialmente los relacionado con redes sociales, proyecta generar factores diferenciales en la visibilidad de sus productos y el posicionamiento de la marca. A continuación se presentan estrategias específicas para aprovechar al máximo estas herramientas digitales:

Campañas publicitarias segmentadas:

Utilizar las plataformas publicitarias en redes sociales, como Facebook e Instagram Ads, para lanzar campañas publicitarias segmentadas. Establecer segmentos específicos basados en datos demográficos, intereses y comportamientos de compra para maximizar la relevancia de los anuncios.

Contenido visual atractivo:

Priorizar el contenido visual atractivo y de alta calidad en forma de imágenes y videos. Los productos de belleza y cuidado personal se benefician enormemente de una presentación visual impactante. Mostrar cómo se utilizan los productos y destacar sus beneficios contribuirá a la atraktividad.

Colaboraciones con influencers:

Establecer colaboraciones con influencers en la industria del bienestar. Con el objetivo de generar contenido auténtico y atraer a audiencias específicas. Asegurarse de que los influencers compartan la visión y valores de Green Oil Ancestral para garantizar autenticidad.

Uso de Hashtags Relevantes:

Integrar hashtags relevantes y específicos de la marca en las publicaciones. Esto facilita la búsqueda y permite a los seguidores encontrar contenido relacionado con los productos de Green Oil Ancestral. Además, participar en campañas de hashtags populares puede aumentar la visibilidad.

Participación Activa en Comunidades

Involucrarse activamente en comunidades en línea relacionadas con la belleza, el bienestar y el cannabis medicinal. Participar en conversaciones, responder a preguntas y compartir conocimientos puede aumentar la credibilidad y construir relaciones con clientes potenciales.

Compartir contenido educativo en formato carrusel.

Aprovechar la función de publicaciones en formato carrusel para presentar contenido educativo en varios pasos. Esto es especialmente útil para explicar los beneficios del cannabis medicinal, la aplicación de los productos y compartir testimonios de clientes.

Instagram Shopping y Etiquetas de Producto:

Implementar la función de Instagram Shopping para permitir a los usuarios comprar directamente desde publicaciones. Además, utilizar etiquetas de productos en publicaciones para proporcionar información detallada sobre los productos y facilitar la compra.

Concursos y Sorteos:

Organizar concursos y sorteos en redes sociales para generar entusiasmo y participación. Estos eventos pueden aumentar la visibilidad de la marca, aumentar el alcance orgánico y generar interacción con la audiencia.

Análisis de datos y ajustes continuos:

Utilizar herramientas de análisis proporcionadas por las plataformas de redes sociales para evaluar el rendimiento de las campañas. Ajustar estrategias según los datos sobre la demografía, el compromiso y las conversiones.

Colaboraciones con plataformas de belleza:

Explorar colaboraciones con plataformas de belleza y bienestar en línea. Participar en reseñas de productos, tutoriales y funciones destacadas que pueda aumentar la visibilidad de Green Oil Ancestral entre audiencias interesadas

7.3. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Dentro de las estrategias de propiedad intelectual que puede implementar Green Oil Ancestral se encuentra:

Protección de Diseño Industrial:

Considerar la protección de los aspectos estéticos y ornamentales de los productos mediante el registro de diseños industriales. Esto puede aplicarse a envases, formas específicas de productos y otras características visuales distintivas.

Patentes para Formulaciones Específicas:

Evaluar la posibilidad de solicitar patentes para formulaciones específicas que la empresa considere innovadoras. Las patentes ofrecen protección legal contra la reproducción no autorizada de la fórmula patentada.

Secretos Comerciales:

Identificar y proteger cualquier información o proceso interno que confiera una ventaja competitiva y que no esté disponible públicamente. Mantener la confidencialidad mediante acuerdos de no divulgación con empleados y socios comerciales.

Documentación Detallada:

Mantener registros detallados de los procesos de investigación y desarrollo, así como de los momentos clave en la creación de productos. Esta documentación puede ser esencial en caso de disputas legales.

Vigilancia de la Propiedad Intelectual Competitiva:

Establecer un sistema de vigilancia para monitorear las actividades de propiedad intelectual de competidores. Esto puede ayudar a identificar posibles infracciones y permitir respuestas proactivas.

Acuerdos de Licencia y Colaboración:

Explorar oportunidades para licenciar tecnologías o colaborar con otras empresas en el desarrollo conjunto de productos. Estos acuerdos deben establecer claramente los términos de propiedad intelectual y derechos de uso compartido.

Educación Interna sobre Propiedad Intelectual:

Conducir sesiones de capacitación interna para el personal sobre la importancia de la propiedad intelectual y cómo protegerla. Esto ayuda a crear conciencia y a prevenir inadvertidas infracciones internas.

Monitoreo en Línea y en el Mercado:

Utilizar herramientas de monitoreo en línea para identificar posibles infracciones de propiedad intelectual en mercados digitales y redes sociales. Tomar medidas rápidas para abordar tales infracciones.

PLAN FINANCIERO

7.4. PLAN DE INGRESOS

Los ingresos proyectados para el año 2024, estimado entre los meses de enero a diciembre se visualizan por un valor estimado acumulado de \$ 804.789.916 a partir de la venta de los diferentes productos que forman el portafolio de la organización.

7.5. COSTOS

Dentro de los costos de funcionamiento de la solución se destacan los relacionados con el costo de recursos humanos, gastos operativos, legales y los alineados con insumos y materiales. Así mismo, en la actualidad existe un rubro relacionado con marketing digital que impacta más al componente operativo. Se recomienda incrementar esta inversión más enfocada al componente estratégico. Donde se destaca, un costo anual para el 2024 proyectado de \$674.519.422

7.6. FLUJO DE CAJA

En los doce meses proyectados, se espera que la empresa tenga unos egresos totales planeados de \$674.519.422. Así mismo, se visualizan ingresos acumulados mínimos de \$804.789.916, lo que genera un margen anual atractivo. En lo que tiene que ver con el flujo de caja, se observa que la empresa proyecta no tener problemas de liquidez obteniendo un valor positivo en los próximos 12 meses operación.

GASTOS	\$ 37.650.000,00	\$ 50.954.155,50	\$ 87.300.700,00	\$ 42.650.000,00	\$ 55.954.155,50	\$ 63.200.700,00	\$ 44.850.000,00	\$ 58.154.155,50	\$ 65.400.700,00	\$ 44.850.000,00	\$ 59.154.155,50	\$ 64.400.700,00
INGRESOS	\$ 67.065.826,33	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826	67.065.826
	\$ 29.415.826,33	\$ 16.111.670,83	-\$ 20.234.873,67	\$ 24.415.826,33	\$ 11.111.670,83	\$ 3.865.126,33	\$ 22.215.826,33	\$ 8.911.670,83	\$ 1.665.126,33	\$ 22.215.826,33	\$ 7.911.670,83	\$ 2.665.126,33

8. HITOS Y MÉTRICAS

8.1. VENTAS

Se proyectan ventas mínimas totales de \$804.789.916 distribuidos en los próximos 12 meses

8.2. EMPLEADOS

Actualmente, la organización tiene vinculado 10 empleados los cuales se encuentran enlazados o relacionados con las áreas comercial, administración, legal y relaciones públicas.

8.3. DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA

Los productos y servicios ya se encuentran en el mercado. Con la propuesta de ajustes en la estrategia, se espera un mayor grado de penetración en el mercado, haciendo uso de herramientas digitales y la educación de los usuarios y clientes.