

CANNABIO S.A.

Giordano Mendoza Alcendra

Leidy Johanna Cruz Murcia

Yesid Andrés Alfonso Zamora

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Negocios Internacionales V semestre

Opción de grado II

Bogotá D.C. 2017

CANNABIO S.A.

Giordano Mendoza Alcendra

Leidy Johanna Cruz Murcia

Yesid Andrés Alfonso Zamora

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Negocios Internacionales V semestre

Opción de grado II

Bogotá D.C. 2017

**ACEPTACION**

---

---

---

---

Director

---

Jurado

---

Jurado

---

Jurado

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirnos plasmar nuestros proyectos y llevarlos al campo de acción, a nuestras familias por ser la mano derecha en nuestros proyectos y por incentivar nuestra iniciativa y a todos los estudiantes que inician su proceso de formación para que no pierdan la motivación por alcanzar sus objetivos.

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestro profesor Carlos Lozano Moreno por la dedicación, por transmitir sus conocimientos de manera asertiva y por realizar su acompañamiento en este proceso de formación por enfocar nuestras ideas en un ámbito profesional en nuestro proyecto de opción de grado, a nuestros compañeros por ser partícipes de este camino de aprendizaje y por complementar nuestra formación.

## TABLA DE CONTENIDO

ACEPTACION.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
TITULO DEL PROYECTO.....	5
INTRODUCCION.....	5
CAPITULO 1.....	6
1 MATRIZ ESTRATEGICA .....	6
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	7
1.3 IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	7
1.4 FUTURO PREFERIDO.....	7
1.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
1.6 VALORES CORPORATIVOS.....	8
1.7 MARCO LEGAL.....	8
1.8 ANALISIS DOFA.....	9
1.9 ANALISIS PESTEL.....	10
2.0 FUERZAS DE PORTER.....	11
2.1 EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	11
2.2 EL PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES.....	11
2.3 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES.....	12
2.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	12
2.5 RIVALIDAD COMPETITIVA DENTRO DE UNA INDUSTRIA.....	12
3.0 MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO GENERATIVO.....	13

4.0 CADENA DE VALOR.....	13
4.1 CUADRO CADENA DE VALOR.....	15
5.0 MARCOS DE REFERENCIA .....	16
5.1 MARCO TEORICO.....	16
6.0 JUSTIFICACION DE LA EMPRESA .....	17
6.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	17
6.2 TIPO DE SOCIEDAD.....	18
6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	18
6.4 MANUAL DE FUNCIONES.....	19
CAPITULO 2.....	26
7.0 ESTUDIO DE MERCADO.....	26
7.1 OBJETIVOS ESTUDIO DE MERCADO.....	26
7.2 MERCADO OBJETIVO.....	26
7.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	26
7.4 TIPO DE INVESTIGACION.....	26
8.0 TABLA DE REFERENCIACION.....	28
8.1 ENCUESTA.....	28
8.2 ANALISIS DE INVESTIGACION.....	32
8.3 CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO.....	33
CAPITULO 4 .....	38
9.0 PLAN DE MARKETING .....	38
9.1 OBJETIVOS DE PLAN DE MARKETING.....	39
9.2 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.....	39

9.3 ESTRATEGIA DE MARCA .....	39
9.4 ESTARTEGIA DE EMPAQUE .....	39
9.5 ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA.....	40
9.6 ESTRATEGIA DE PRECIO.....	40
9.7 9.7 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	40
9.8 CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO.....	41
CONCLUSIONES.....	44
BIBLIOGRAFIA.....	47



## **TITULO DEL PROYECTO**

Comercialización de productos medicinales a base de marihuana CANNABIO S.A.

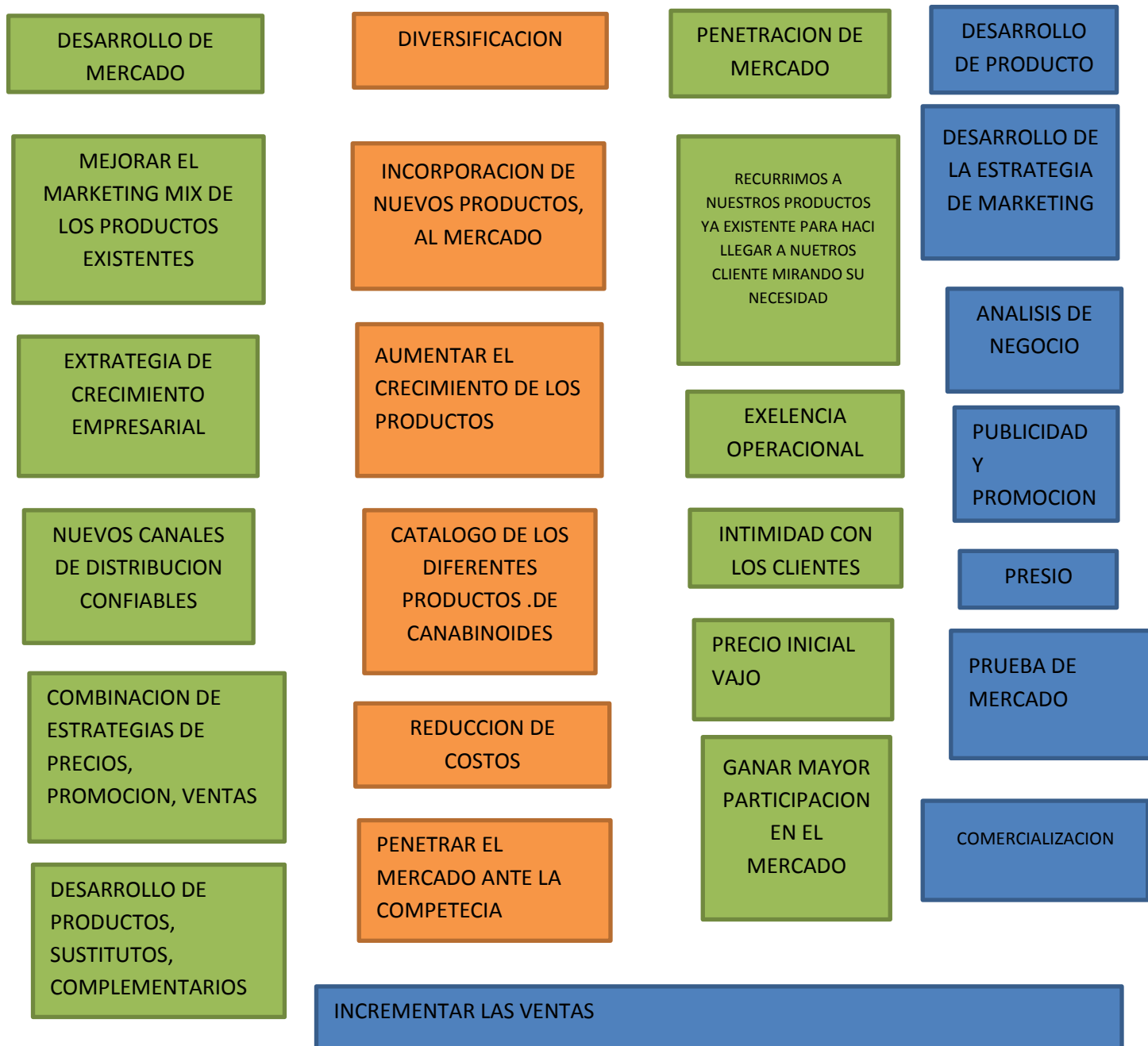
## **INTRODUCCION**

Somos CANNABIO S.A. una empresa dedicada a la comercialización de productos de la medicina alternativa que se encarga de realizar el abastecimiento de los productos en nuestros puntos estratégicos en los principales centros comerciales de la ciudad de Bogotá, nuestro proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Barranquilla ya que gracias a su oferta en el mercado resulta favorable para nuestra compañía para así mismo ofrecer antes nuestros clientes potenciales a través de nuestros diferentes canales de distribución el mejor servicio precio y calidad para satisfacer la necesidad y dar a conocer los beneficios de la medicina alternativa en especial en sus tratamientos contra enfermedades como reumatismo, golpes, artritis, desgarres musculares, osteoporosis, calambres entre otros.

## CAPITULO 1

### 1.1 MATRIZ ESTRATEGICA

#### MATRIZ DE ESTRATEGIA



## **1.2 OBJETIVO GENERAL**

Promover la comercialización y fomentar los productos medicinales a base de Marihuana.

## **1.3 IDENTIDAD ESTRATÉGICA**

Cannabio s.a. se destaca por su contribución y por ser comprometidos con el medio ambiente frente a nuestros procesos y la integridad de las personas.

## **1.4 FUTURO PREFERIDO**

Partiendo que Cannabio S.A una empresa dedica a la medicina alternativa de productos a base de ingredientes naturales sea en el año 2022 una de las empresas más reconocidas a nivel nacional en medicina alternativa y se encuentre posicionada entre las primeras cinco empresas en estándares de calidad, planificación y organización, adicional tener un amplio reconocimiento en el desarrollo de proyectos con esta particularidad de innovación con la utilización de Cannabio como procedimiento terapéutico en rol de la medicina e industria. De esta manera abarcar toda la demanda y exponernos como una de las empresas más competitivas frente al mercado. Brindando un abastecimiento total a nuestros segmento de clientes.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Ser líderes en la comercialización de productos medicinales hechos a base de marihuana.
- Contribuir y garantizar una mejor calidad de vida para las personas que sufren de enfermedades como artritis, reumatoides entre otras.
- Garantizar a nuestros clientes productos de excelente calidad, elaborados en los mejores laboratorios.
- Ganar participación en el mercado (volumen de ventas y uso del producto).

## **1.6 VALORES CORPORATIVOS**

Para Cannabio s.a. los valores corporativos generan sentido de pertenencia en la organización ya que de esta manera se prioriza los valores que van a estar representados y permite generar confianza y relación con los clientes al sentirse identificados con estos, además son unas de las características competitivas que se diferencia entre otras empresas de esta manera enfoca la orientación que pretende la empresa, así las cosas los valores que más se adaptan a mi idea de negocios son los siguientes:

**Calidad:** La empresa tiene una orientación basada en ofrecer los productos con los más altos estándares de calidad con un enfoque humanístico y el mejor servicio.

**Honestidad:** Dentro de la normatividad se pretende que los procesos sean transparentes ante los clientes.

**Responsabilidad:** Cumpliremos con los compromisos pactados ante los clientes frente a la mantener la calidad, realizar de manera oportuna venta y distribución.

**Confianza:** verificamos y cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos a un precio justo y razonable ante los clientes.

## **1.7 MARCO LEGAL**

Se tendrá en cuenta todos los requisitos de carácter legal que estén descritos y manejaremos cada uno de los procesos bajo el amparo de:

**MINISTERIO DE SALUD**

**RESOLUCION NUMERO 005078 DE 19 (30 JUN. 1992)**

Por la cual se adoptan normas técnico administrativas vas en materia de Medicinas Tradicionales y Terapéuticas Alternativas y se crea el Consejo Asesor para la conservación y el desarrollo de las mismas.

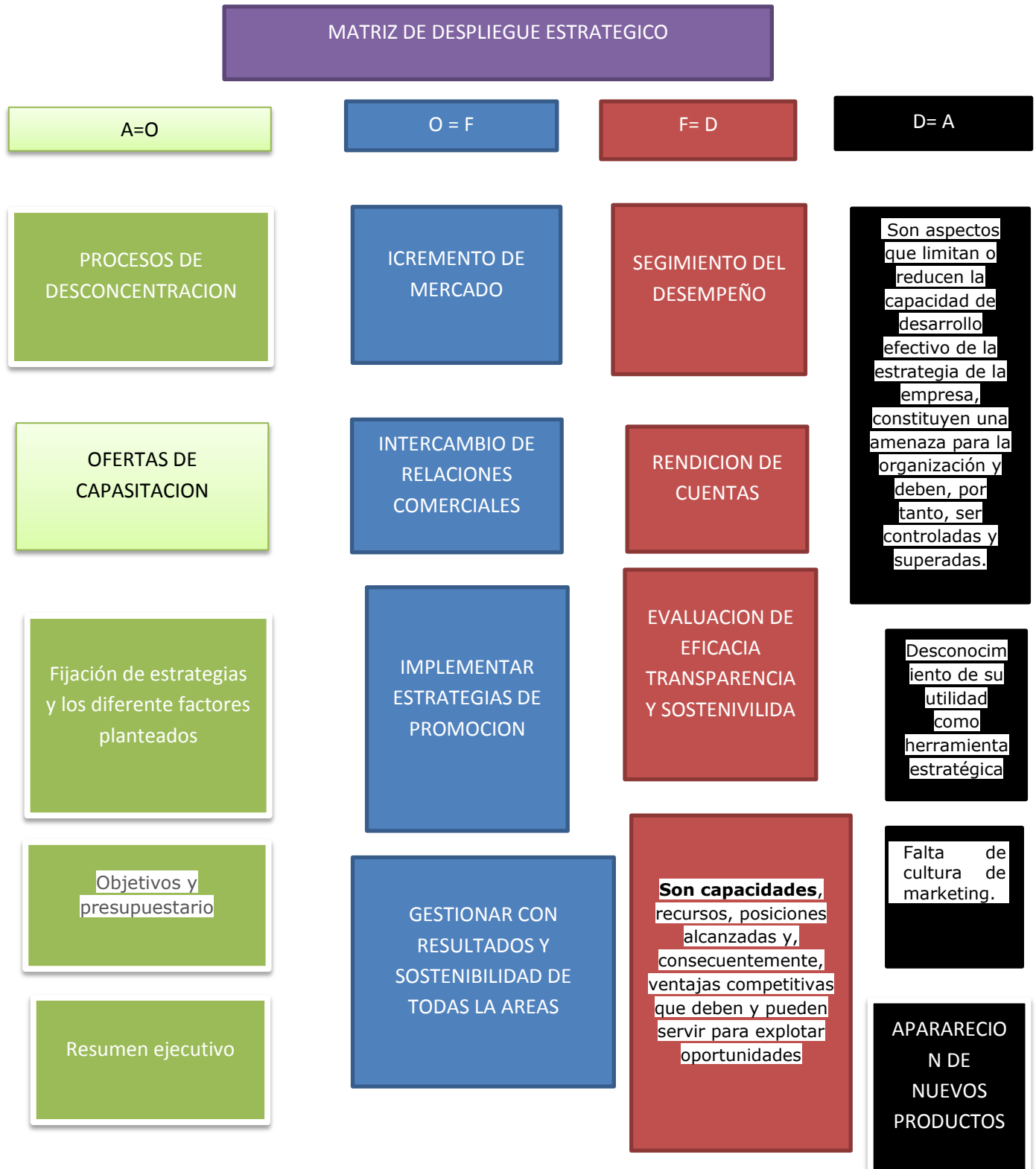
**MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL**

**INVIMA**

**Resolución número 0719 (11 MARZO 2014)**

Por El cual se expide el manual de buenas prácticas de laboratorio de control de calidad de productos farmacéuticos, se establece la guía de evaluación y se dictan otras disposiciones.

### 1.8 ANÁLISIS DOFA (FUERZAS INDUCTORAS Y FUERZAS OPOSITORAS)



## 1.9 ANALISIS PESTEL

### ANALISIS PESTEL

<p><b>POLITICOS:</b></p> <p>Congreso debate un proyecto de ley sobre la regulación de la marihuana medicinal en Colombia, decenas de microempresarios, que tienen productos a base de cannabis, esperan poder comercializarlos libremente.</p>	<p><b>ECONOMICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El negocio de la marihuana medicinal equivaldría al del banano y las flores.</li> <li>• Estados Unidos es quizá el productor más importante del mundo con una cosecha anual de US\$35.800 millones (más de 10.000 toneladas) por cuenta de 5.000 hectáreas cultivadas, según cifras del Departamento de Estado.</li> </ul>
<p><b>SOCIOCULTURALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 64 por ciento de colombianos apoya regulación de marihuana medicinal.</li> <li>• Las encuestas también muestran que la ciudad en donde más se apoya esta iniciativa es Barranquilla, con el 65,9 por ciento.</li> <li>• Con respecto a las ocupaciones, el apoyo es mayor en empleados con el 73 por ciento a favor, y en estudiantes, con el 72 por ciento.</li> </ul>	<p><b>TECNOLOGICO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsoft le apuesta al negocio de tecnología para la marihuana.</li> <li>• La compañía conocida como Kind Finantial y su nuevo socio Microsoft ofrecen ‘semilla electrónica’ de servicios para cultivadores de cannabis.</li> <li>• La participación de Microsoft es un movimiento revelador de los inmensos cambios ocurridos en la industria del cannabis en los últimos años.</li> </ul>

<p><b>ECOLOGICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cannabis o cañamo, recurso natural renovable?</li> <li>• Los cultivos de Cannabis sativa no necesitan el constante aporte adicional abono como otros cultivos, estas plantas crecen rápidamente extrayendo gran cantidad de nutrientes del suelo que después retornan al mismo cuando la planta esta en su etapa madura.</li> <li>• Los cultivos de Cannabis sativa son resistentes a la mayoría de plagas que atacan los cultivos.</li> </ul>	<p><b>LEGALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El presidente Juan Manuel Santos firmó el decreto que legaliza y regula en Colombia la producción, comercialización y exportación de cannabis para uso medicinal.</li> <li>• "El decreto, por ahora sólo contempla a la marihuana", dijo el ministro de Salud al Canal Institucional, lo que no termina de cerrar la puerta a otros cultivos, como el de la coca, del que Colombia es el principal productor.</li> <li>• También se establece un régimen especial en el que además del consentimiento de los padres, sólo se les autoriza una clase de marihuana con THC cero, es decir, sin ningún nivel de componente psicoactivo.</li> </ul>
---	---

## 2 FUERZAS DE PORTER

### 2.1 EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

La mayoría de los ingredientes necesarios los Cannabinoides son productos básicos como Cannabidiol o CBD, Cannabinol o CBN, Tetrahidrocannabivarina THCV, Cannabigerol o CBG, Cannabicromeno o CBC. etc. Así que los insumos de estos productos no tienen ningún poder de negociación sobre la fijación de precios por este motivo; los proveedores de esta industria son relativamente débiles.

### 2.2 EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

El consumo de este tipo de productos es alto. Desde la Ley 30 de 1986 los médicos podemos prescribir cannabis con usos medicinales, pero no sirve de nada que nos quedemos en formular; tenemos que decir a dónde pueden ir y con quién pueden conseguir el producto. Si les digo que lo consigan como puedan, estoy promoviendo el microtráfico.

¿Cómo consiguen los clientes? A través de la necesidad de la gente. Esto es más un voz a voz. La gente siempre está buscando cómo solucionar su problema de salud. No estamos haciendo publicidad; mantenemos un perfil bajo, tranquilo.

### **2.3 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES**

Cualquier persona que posea, cultive, fabrique, realice pruebas, dispense, venda, sirva, transporte o entregue cannabis medicinal o producto medicinal con infusión de cannabis, según se lo permitan los privilegios concedidos en virtud de una licencia de establecimiento de cannabis medicinal, debe poseer una licencia ocupacional válida y la misma deberá estar visible en todo momento.

### **2.4 LA AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS**

Para este caso la Marihuana medicinal es la que se usa como sustituto de otras medicinas tradicionales, Un estudio llevado a cabo por investigadores de la UBC y CARB, ha analizado los motivos del consumo de marihuana medicinal. Estos datos indican que el cannabis es todo lo contrario de lo que algunos políticos e investigadores llaman "droga iniciática". Un resumen de los datos: más del 75% (n=304) de los 404 usuarios de cannabis medicinal examinados en este estudio, dijeron que usan la marihuana como sustituto del alcohol, medicamentos con receta y drogas ilícitas. Un 67,8% de los usuarios de cannabis medicinal afirmaron que usan marihuana como sustituto de medicamentos con receta. El 41% usa hierba como sustituto de la cerveza y el alcohol, y el 36,1% como sustituto de drogas ilícitas (los participantes pudieron dar más de una opción).

### **2.5 RIVALIDAD COMPETITIVA DENTRO DE UNA INDUSTRIA**

Se trata de Pharmacielo y Cannalivio. La primera es una organización canadiense fundada en el 2014 y con sede en Toronto (Canadá), antes conocida como Pan American Cannabis Inc.



### 3.0 MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO GENERATIVO

Matriz de Despliegue Estrategico Generativa			
No Estrategia	Oportocitoras	Inductoras	Estrategia
1	O1	A1	Destacar los beneficios de adquirir productos de la medicina alternativa a la tradicional por medio de la publicidad.
2	O2	F11	Atraer a los clientes potenciales influyendo la importancia de adquirir productos nacionales.
3	O3	F12	Transmitir confianza de la calidad de los productos recalando beneficios en la salud a traves de testimonios de nuestros clientes antiguos.
4	O4	F13	Realizar talleres gratuitos para generar conocimiento de las ventajas de la medicina alternativa a la medicina tradicional.
5	O5	F14	Mantener la capacidad de ahorro y reinversion para así afrontar problemas de incrementos de precios con los proveedores en el mercado.
6	O6	F15	Realizar constantemente la oferta de productos para atraer y fidelizar a nuestros clientes.
7	O7	F16	Mantener los mas bajos precios en el mercado sin disminuir la calidad de los productos para generar confianza a los clientes.
8	O8	F17	Conservar el buen desempeño de la empresa para aumentar su demanda y evitar el riesgo de que los clientes elijan la competencia.
9	O9	F18	Mejorar la calidad de los servicios desarrollando programas de capacitacion y tener personal competitivo que brinden un valor agregado a nuestra compañía.
10	O10	F19	Realizar mejora continua en los procesos de la empresa para elaborar planes para el crecimiento de la organizacion.

### 4.0 CADENA DE VALOR

#### ENTRADAS:

**Humanos:** Se contará con personal capacitado para desempeñar el cargo de asesores comerciales quienes estarán a cargo de los puntos de distribución y ventas de nuestros productos en la medicina alternativa. Se destinaran recursos a las actividades de nómina, entrenamiento y desarrollo.

**Materiales e infraestructura:** Se generará una inversión en la planeación de la infraestructura junto con los materiales y mano de obra, adicional de la administración general y sus áreas correspondientes de finanzas, contabilidad y todos los asuntos legales que le competen.

**Financieros:** El jefe financiero es el encargado de controlar las inversiones para la operación, el control contable, controlar el financiero de efectivo y otros. Para este tema también se trabaja con

un cronograma de ejecuciones donde se ven reflejados unos estándares de cumplimiento de metas. Para el control contable de nuestra empresa se utilizó una ejecución presupuestal, causando todos los gastos por periodo, y que consiste en la comparación presupuestal parcial, es decir: mes, trimestre, semestre, año, entre otros) y acumulada desde el principio de la creación de nuestra empresa.

Proveedores: El abastecimiento para la compra de los insumos se realizará a través de la empresa que distribuye productos de la medicina alternativa llamado Sannabis, entre ellos crema cannabis y aceites a quienes se realizará pedidos en el periodo que comprende del 1 al 5 de cada mes por un valor aproximado de 5.000.000 para abastecer cada punto de venta.

Logística interna: El área encargada de logística tendrá la función de recibir y almacenar la materia prima y los productos terminados para su posterior distribución en los diferentes unidades de negocio en la ciudad de Bogotá.

Operaciones: se prosigue a trasladar la materia prima almacenada a terminación de marcado y etiquetado con la publicidad diseñada para nuestra línea de negocio seguido de empaque y embalaje.

Logística externa: el área de logística genera la salida del producto final a los puntos de distribución y consumidores finales.

## 4.1 CUADRO CADENA DE VALOR

<b>A C T I V I D A D E S  D E  A P O Y O</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
	Se ubicarán puntos estratégicos comerciales para la venta de los productos de la medicina alternativa en los principales centros comerciales de la ciudad de Bogotá.				
	<b>GESTION DE RECURSOS HUMANOS</b>				
	Selección de personal/ Mantener personal capacitado y con gran motivación/ Evaluación de desempeño e incentivos.				
<b>D E  A P O Y O</b>	<b>DESARROLLO DE LA TECNOLOGIA</b>				
	Mantener redes telefónicas y de conexión a internet para mantener el servicio en línea de nuestra página web y el sistema de reservas informatizados.				
<b>A P O Y O</b>	<b>APROVISIONAMIENTO</b>				
	Realizar abastecimiento de las unidades comerciales en el reparto de insumos y equipamiento.				
<b>A C T I V I D A D E S  P R I M A R I A S</b>	<b>LOGISTICA DE ENTRADA</b>	<b>OPERACIONES</b>	<b>LOGISTICA DE SALIDA</b>	<b>MARKETING Y VENTAS</b>	<b>VENTAS</b>
	Se realizará la recepción y almacenamiento para la posterior distribución de insumo a cada una de las unidades comerciales.	Se realizará el proceso de abastecimiento, almacenaje y venta de nuestros productos de la medicina alternativa.  Publicidad a los clientes potenciales.  Relación con los medios	Despacho de pedidos a los clientes.  Distribución de mercancía a los puntos de CANNABIO S.A  Procesamiento a la solicitud de pedidos con un operador logístico.	Implementación de la publicidad y promoción para generar fuerza de ventas de nuestra línea de negocio.  Transmitir información acerca del producto para dejarlo con los anhelos de	Brindar un plus en la calidad del servicio para generar recordación y obtener reconocimiento.  seguimiento postventa  garantías  Retroalimentación.
					<b>M A R G E N</b>

		publicitarios.		adquirirlo.		
--	--	----------------	--	-------------	--	--

## 5.0 Marcos de referencia

### 5.1 Marco Teórico

#### ANTECEDENTES DE LA MEDICINA

La medicina tuvo sus comienzos en la prehistoria, la cual también tiene su propio campo de estudio conocido como "Antropología Médica"; se utilizaban plantas, minerales y partes de animales, en la mayoría de las veces estas sustancias eran utilizadas en rituales mágicos por chamanes, sacerdotes, magos, brujos, animistas, espiritualistas y adivinos.

Los datos antiguos encontrados muestran la medicina en diferentes culturas como la medicina de la India, el antiguo Egipto, la antigua China y Grecia. Uno de los primeros reconocidos personajes históricos es Hipócrates quien es también conocido como el padre de la medicina, Aristóteles; supuestamente descendiente de Asclepio, por su familia: los Asclepiades; y Galeno, Alexander Fleming descubridor de la Penicilina, entre otros.

Mientras la medicina y la tecnología se desarrollaban, comenzó a volverse más confiable, como el surgimiento de la farmacología de la herbolaria hasta la fecha diversos fármacos son derivados de plantas como la atropina, warfarina, aspirina, digoxina, taxol etc.; de todas las descubiertas primero fue la arsfenamina descubierta por Paul Ehrlich en 1908 después

## PLANTAS MEDICINALES

Aunque los avances científicos de los últimos tiempos son innumerables, los remedios caseros siguen triunfando en la sociedad por su eficiencia y por haber demostrado ser, desde tiempos muy antiguos, una fuente de salud y longevidad. Así, en las sociedades primitivas, donde no existían medicamentos, cultivaban numerosas especies vegetales de forma natural, sin aditivos químicos, con las que se abastecían para tratar sus dolencias y problemas de salud. A estas plantas que con sus propiedades químicas curan los diferentes síntomas se les conoce actualmente como plantas curativas; estas plantas han sido empleadas desde épocas remotas para aliviar los males de la humanidad.

Las plantas curativas tienen muchos beneficios comparándolas con la medicina clínica:

- Pueden ser cultivadas en el hogar, facilitando su consumo sin tener que salir de casa.
- No provocan efectos secundarios en nuestro organismo ya que estimulan, no atacan.
- No se requiere de receta médica para su consumo, basta con el conocimiento previo sobre las propiedades curativas de las plantas.
- Es de menor costo, ya que con pocos gramos se pueden crear grandes cantidades de remedios; además al no ser creadas en un laboratorio su producción es menos costosa.

## EFECTOS SOBRE EL CUERPO

Las plantas curativas al ser ingeridas, olidas, o absorbidas por el ser humano producen reacciones químicas en nuestro organismo que provocan cambios en el metabolismo de nuestras células; provocando así que se estimulen o inhiban diferentes funciones como la producción de enzimas, reacciones musculares e incluso señales neurológicas.

Esto, si es bien aplicado, nos favorece a mejorar el funcionamiento de nuestro cuerpo y con esto a contrarrestar diversas enfermedades y disfunciones físicas y psicológicas como la gripe, el cansancio y el estrés. (ALTERNATIVA, 2010)

## JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

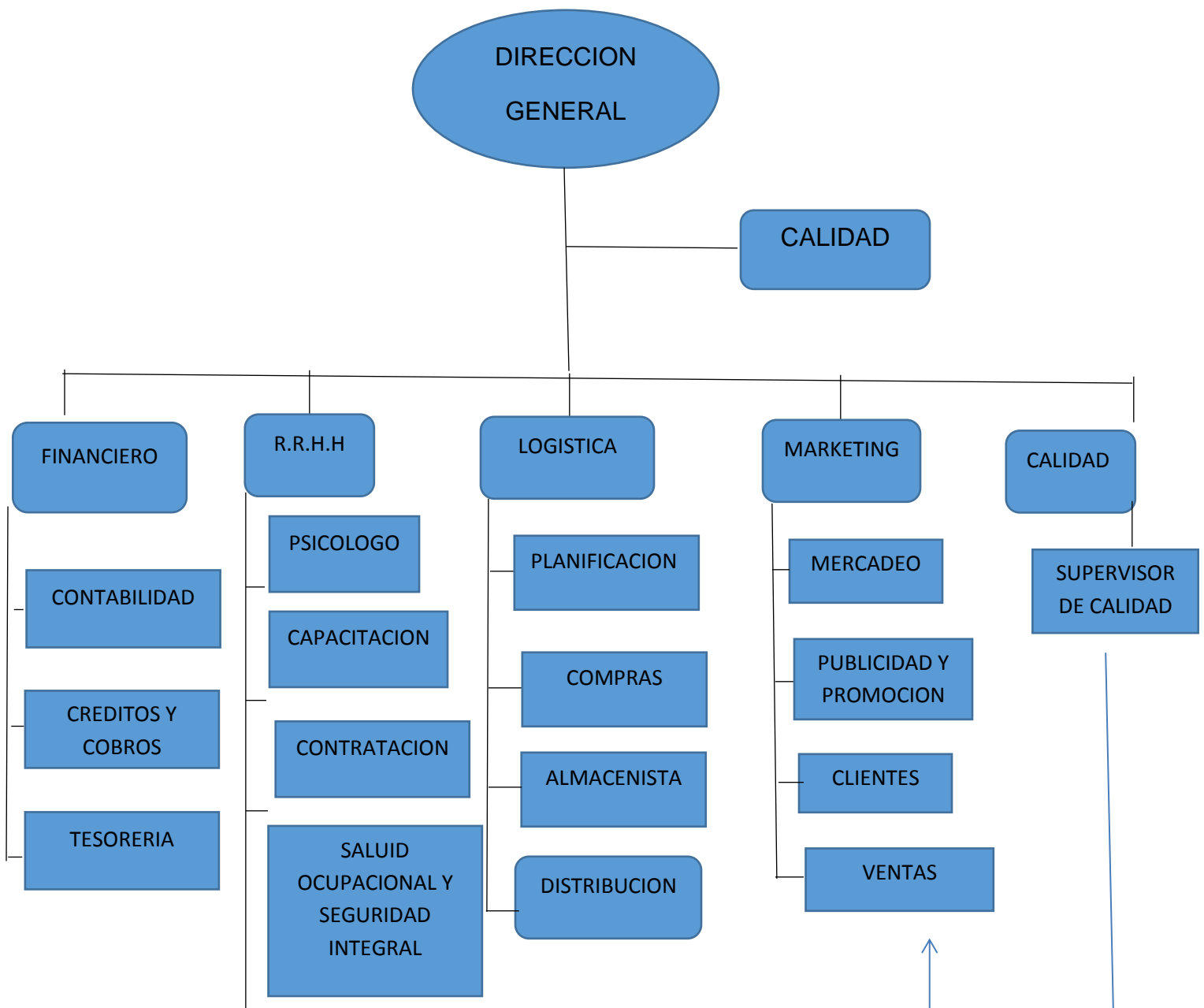
**NOMBRE DE LA EMPRESA:**

La razón social de la empresa es Cannabio S.A.

## 6.2 TIPO DE SOCIEDAD:

Nuestra compañía está compuesta por 3 accionistas los cuales son en participación en el capital social a través de títulos. Cada accionista tiene un distinto valor nominal referente al número de acciones que este tenga, ninguno de los accionistas está obligado a responder con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, ni únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado.

## 6.3 Estructura organizacional



## 6.4 MANUAL DE FUNCIONES

### **Jefe de Ventas:**

Es la persona encargada de cumplir con las metas de venta determinadas por la gerencia comercial y marketing para el área de ventas nacionales e internacionales.

### **FUNCIONES:**

- Ejecuta y controla los planes comerciales de la Empresa.
- Posiciona los productos de la comercializadora a nivel nacional.
- Organiza y dirige el equipo comercial, reclutando, formando y motivando al mismo.
- Negociar personalmente los contratos comerciales con grandes clientes.

### **Jefe de logística:**

Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística de la Empresa.

### **FUNCIONES:**

- Coordinar las diferentes áreas del almacén, (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos).
- Optimizar la política de aprovisionamiento y distribución de la Empresa.
- Organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos.
- Gestionar y supervisar al personal a su cargo.

### **Auxiliar de operaciones logísticas:**

Es el encargado de llevar el control y el registro de las actividades de recepción, almacenamiento, consolidación y despachos.

### **FUNCIONES:**

- Controlar el cumplimiento de los procedimientos operativos de las actividades de la bodega.

- Reportar al jefe de logística los indicadores de gestión de la bodega y posibles mejoras en los procesos.
- Dirigir al personal de bodega en las labores planificadas.
- Gestionar la relación de los proveedores y clientes.

**Vendedor:**

Responde por toda la gestión de ventas y desarrollar una labor de cobertura asistiendo a los clientes asignados y visitando a los clientes potenciales.

**FUNCIONES:**

- Tomar los pedidos de los clientes de acuerdo a las rutas establecidas y número de clientes asignados, tomar inventario de los productos en los clientes.
- Asesorar a los clientes en la venta.
- Informar sobre las actividades promocionales a los clientes

**Auxiliar logístico:**

Comprende todos los procesos de depósito, almacenamiento y distribución de materias primas o productos hasta que llegue a los consumidores en los puntos de venta.

**FUNCIONES:**

- Coordinar, ejecutar y controlar los procesos de adquisiciones y contrataciones.
- Organizar y controlar todas las actividades concernientes a los pedidos.
- Mantener actualizado el archivo y registro de proveedores en el banco de datos.
- Brindar apoyo en la bodega y asegurar así la disponibilidad de productos y mercaderías que se encuentran en los puntos de distribución con el fin de realizar una entrega oportuna al cliente.
- Preparar y entregar los informes que sean solicitados en función de las responsabilidades asignadas.
- Firmar las órdenes de compra y prestaciones de servicio.



**Operario de logística:**

Planifica, implementa y controla eficazmente a través de indicadores lógicos el flujo y almacenamiento de productos y servicios de la cadena de distribución.

**FUNCIONES:**

- Almacenar y mover las mercancías.
- Distribuir los productos en cada terminal.
- Ejecuta, gestiona, administra y controla el desarrollo de las operaciones.
- Procesar los pedidos.
- Manejar los materiales.
- Revisión de mercancías.
- Ordenar y mantener en buen estado la bodega.
- Decidir que sistemas y formas de protección va a utilizar para los productos.
- Se encarga del control de lotes o números de serie.

**Ayudante de ventas:**

Establece una metodología que garantice que las órdenes de compras de los clientes, se realicen de acuerdo a las condiciones acordadas.

**FUNCIONES:**

- Atender y ofrecer a los clientes información sobre los productos de la empresa.
- Apertura y seguimiento de nuevos clientes potenciales.
- Canalizar las necesidades del cliente.
- Acordar con el cliente las condiciones de la venta (tiempo de entrega, condiciones de pago, validez de la oferta, etc.).
- Presentar cotizaciones a los clientes.

**Auxiliar de data maestra:**

Crear efectivamente una vista contextual de datos completos, en entorno de datos distribuidos de medianos a grandes, conformado por integración de datos del cliente proporcionando un nivel de acceso simplificado a las aplicaciones corporativas.

**FUNCIONES:**

- Crear, modificar y validar el registro de proveedores de materias y servicios.
- Verificar y controlar la creación de los servicios y materiales con las áreas involucradas.
- Administrar y activar el plan público- promocional de las herramientas actuales.
- Registrar condiciones de compra y venta en el sistema.
- Monitorear y controlar inconsistencias en las categorías de su responsabilidad.

**Auxiliar de cartera:**

Analizar, implementar y promover estrategias que permitan un mejor recaudo de cartera dentro de la empresa.

**FUNCIONES:**

- Elaborar diariamente la conciliación bancaria para detectar el estado de consignaciones efectuadas por clientes.
- Generar los recibos de ingreso por pagos de los clientes.
- Consultar con los clientes sobre dudas con las consignaciones.

**Desarrollador comercial:**

Cumplir con brindar una excelente atención un claro entendimiento y un eficiente manejo de la necesidad de sus clientes para así contribuir permanentemente al proporcionar en ellos n alto nivel de satisfacción.

**FUNCIONES:**

- Cumplir a cabalidad y a tiempo con todas las tareas e informes que le sean encomendados.
- Hacer un uso racional de los recursos y herramientas de la empresa, mostrando permanente buena disposición hacía la labor y los conductos regulares establecidos.

- Análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario o reporte atendiendo reclamaciones e incidencias.
- Realiza presentaciones, ofertas, tratamiento de objeciones, y cierre de la venta.

**Psicóobjeto:** Está encargado de conocer y fomentar la satisfacción de los empleados con respecto a su trabajo, así como proponer y desarrollar estrategias para incrementar el espíritu de equipo, implantar mejores procedimientos de selección, colocación capacitación, promoción y retención del personal, apoyar el incremento de la productividad mediante la adecuada integración hombre-máquina-organización, recomendar mejoras en la calidad de los productos y servicios, así como en las estrategias de marketing y publicidad de las empresas y orientar al gerente en cuanto a liderazgo, negociación y toma de decisiones.

**FUNCIONES:**

- Su rol general abarca el estudio, diagnóstico, coordinación, intervención, gestión y control del comportamiento humano en las organizaciones.
- Contribuye a la generación de valor mediante la gestión y el desarrollo del talento humano.

**Contador:** Es la persona con los conocimientos técnicos suficientes para estructurar el sistema de procesamiento de operaciones más adecuado que pueda ser capaz de proporcionar la información financiera confiable y de ese modo tomar las mejores decisiones.

**FUNCIONES:**

- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.
- Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa.

- Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.
- Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.
- Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).
- Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.

**Tesorero:** Asegura la liquidez de la empresa, optimizar el uso de recursos y/o inversiones financieras y cubrir el riesgo de interés y de cambio. También es importante que confronte los datos reales obtenidos con las previsiones realizadas inicialmente para poder estudiar los motivos de posibles desviaciones.

**FUNCIONES:**

- Recaudar todos los recursos que reciba el Fondo de Empleados de asociados y de terceros.
- Registrar su firma en las instituciones bancarias con los cuales el Fondo de Empleados tenga cuenta corriente y firmar los cheques conjuntamente con el representante legal.
- Llevar el registro individual de aportes, ahorros y cartera de créditos de asociados
- Diligenciar diariamente el libro auxiliar de caja
- Preparar diariamente el estado de flujo de efectivo e informar al Gerente sobre los excesos de liquidez para la toma de decisiones en materia de colocación.
- Diligenciar el libro auxiliar de bancos cuando se presenten movimientos asociados a ello.

**Supervisor de calidad:** Los inspectores de control de calidad examinan los productos fabricados, la producción y los servicios principales para garantizar que satisfacen todos los estándares como presentación, calidad, etc.

**FUNCIONES:**

- Analizar e interpretar la información pertinente (como proyectos, manuales, etc.) para determinar las especificaciones.
- Llevar a cabo las inspecciones requeridas, pruebas o mediciones de los materiales, productos o instalaciones, y comprobar si se cumplen las especificaciones.
- Calificar los productos inspeccionados con detalles como por ejemplo clase y estado del rechazo.

- Observar y monitorizar las operaciones y las herramientas de producción para garantizar el cumplimiento de las especificaciones.
- Determinar la causa de los problemas o los defectos.
- Registrar la información de la prueba o la inspección, como por ejemplo el peso, la temperatura, la clase o el contenido de humedad, y las cantidades inspeccionadas o calificadas.
- Informar a los supervisores o a otro personal de producción de los problemas o defectos, y ayudar en la identificación y la corrección de estos problemas o defectos.
- Formar y asistir a los operadores para que lleven a cabo sus funciones de control de calidad.
- Participar en la organización del proceso de producción (p.ej., proponer cambios que puedan mejorar el proceso, participar en el diseño del sistema de calidad).
- Analizar los datos de la prueba y calcular las mediciones estadísticas según sea necesario para determinar los resultados de la prueba.
- Recopilar los informes de inspección y de pruebas.

**Capacitador:** Es la persona que brinda orientación a los nuevos talentos que se integran a una compañía y apoya a los que ya forman parte de esta. Su principal misión es transmitir información y tratar de generar una buena interacción entre los integrantes. Busca, por medio de la organización, el cumplimiento de los objetivos.

#### **FUNCIONES:**

- Fomentar el desarrollo integral de los individuos y en consecuencia el de la empresa.
- Proporcionar conocimientos orientados al mejor desempeño en la ocupación laboral.
- Disminuir los riesgos de trabajo.
- Contribuir al mejoramiento de la productividad, calidad y competitividad de las empresas.

**Publicista:** Ser el estratega, el creativo gráfico y visual, el planificador y realizador del marketing, el negociador de medios, el diseñador de las investigaciones publicitarias y el conductor de la transformación de las propuestas de campañas en piezas finales para su divulgación

#### **FUNCIONES:**

- Reconocer la importancia de los aspectos éticos y legales en su actividad profesional y aplicarlos en situaciones concretas.
- Saber de cultura general amplia, diversa y universal.
- Dominar el proceso integrado de mercadeo.
- Ser creativo, integral y estratega.

- Diseñador de las investigaciones.

## **CAPITULO 2**

### **7.0 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **7.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS**

Determinar la oferta y la demanda sobre los productos de Cannabio SA (Cannabinoides)

#### **7.2 MERCADO OBJETIVO**

Nos hemos enfocado en personas de la tercera edad, a nivel nacional inicialmente en la ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta que según sondeos y encuestas se ha identificado que son estas las que mejor confianza le tienen a la medicina alternativa por múltiples razones, en algunos casos por la pérdida de confianza en la medicina tradicional, por lo costosa que es la misma o simplemente por querer experimentar con algo nuevo.

#### **7.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Determinar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado de la medicina alternativa.
- Determinar la aceptación de los Cannabinoides por parte del cliente.
- Conocer cuáles son los canales de distribución que se utilizan para hacer llegar los productos de Cannabio SA al cliente.
- Conocer cuáles son las exigencias de los clientes en cuanto a la medicina alternativa.
- Conocer el consumo actual de medicina alternativa en el mercado.
- Conocer la demanda potencial de la medicina alternativa.
- Conocer la situación de la oferta actual de los productos.

#### **7.4 TIPO DE INVESTIGACION**

El tipo de investigación para nuestra empresa CANNABIO S.A está basado el tipo de investigación descriptiva, debido a que se tomó en cuenta y las actitudes de los consumidores que compran el producto para ver que reacción tomaran frente al lanzamiento

del producto en el mercado. (Kotler, 2008) Afirma. “Investigación de mercados que busca describir mejor los problemas de marketing, situaciones o mercados, tales como el potencial de mercado para un producto o características demográficas y actitudes de los consumidores. (p.103)

Adicional de explorar los gustos de los consumidores y los nichos del mercado para introducir un nuevo producto y la posterior aceptación de sustitución de un producto por otro se deben acudir a la recolección de información de la manera que se considere más eficaz y obtener un análisis estadístico. (Vasquez, 2005) Afirma. "Estos estudios describen la frecuencia y las características más importantes de un problema. Para hacer estudios descriptivos hay que tener en cuenta dos elementos fundamentales: El tamaño de Muestra y el instrumento de recolección de datos”

Luego de haber recolectado la información se evalúa para analizar e interpretar las características de la muestra de la población para identificar la realidad y la aplicabilidad del escenario planteado Según (Tamayo, 1998) “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque que se hace sobre conclusiones es dominante, o como una persona, grupo o cosa, conduce a funciones en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de los hechos y sus características fundamentales es de presentarnos una interpretación correcta”. (p. 54)

## TABLA DE REFERENCIACIÓN

NECESIDAD	SEXO	UBICACION	SECTOR	SEGMENTACION
Lograr un nivel de posicionamiento de la marca en el mercado y atraer al cliente potencial	Femenino/ Masculino, otro.	Puntos estratégicos de principales centros comerciales de la ciudad de Bogotá , Colombia.	Sector salud.	Se aplicó la encuesta a personas de 50 años en adelante que presenten enfermedades de reumatismo, golpes, artritis, desgarres musculares, osteoporosis, calambres entre otros, ubicados en la ciudad de Bogotá y busquen medios alternos a la medicina tradicional.

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTA)

### PREGUNTAS

1. ¿Le llamaría la atención utilizar productos de la medicina alternativa?
  - a. Si
  - b. No
  - c. No la conozco
  
2. Para complementar el cuidado de su salud usted prefiere:
  - a. La medicina prepagada
  - b. La medicina alternativa
  - c. Otro
  
3. ¿Compraría usted productos hechos a base de insumos catalogados como sustancias psicoactivas sabiendo que estos pueden ayudar a su salud de manera efectiva?
  - a. Si lo compraría
  - b. Posiblemente lo compraría
  - c. No lo compraría



4. Antes de adquirir un producto para su salud y bienestar usted considera que debe tener en cuenta:
  - a. Que sean marcas reconocidas en el mercado
  - b. La calidad y efectividad del producto independiente de la marca que sea
  - c. Los productos recomendados por medio de testimonios
  
5. ¿Actualmente utiliza algunos productos para tratar enfermedades como reumatismo, golpes, artritis, desgarros musculares, osteoporosis, calambres entre otros?
  - a. Si
  - b. No

Si la respuesta es si indique que tipo de productos utiliza de lo contrario indique la razón por la cual aún no los utiliza. \_\_\_\_\_
  
6. ¿Usted utiliza pomadas o aceites como tratamiento para sus enfermedades que le ofrezcan beneficios similares a la medicina alternativa?
  - a. Si ¿Cuál?
  - b. No
  
7. ¿Tiene conocimiento de lugares de donde podría adquirir productos de la medicina alternativa?
  - a. Si
  - b. No
  
8. ¿Conoce algún producto a base de extractos naturales que le haya resultado más favorable que la medicina que le receta su médico?
  - a. Si ¿Cuál?
  - b. No
  
9. ¿Conoce o ha utilizado productos que contengan: extracto de la planta del cáñamo, aceite de oliva, manteca de Karité, aceite de coco, aceite de árnica o extracto de Cannabidiol?
  - a. Si
  - b. No

10. ¿Conoce los beneficios y las ventajas que tienen los productos que están producidos por ingredientes naturales?
  - a. Si ¿Cuáles?
  - b. No
11. ¿Usted considera que los productos de la medicina alternativa aportarían más beneficios para sus tratamientos que los que utiliza actualmente?
  - a. Si
  - b. Probablemente
  - c. No
12. ¿Usted cree que las cremas o aceites resultarían favorables a las enfermedades para para usted o algún integrante de su núcleo familiar?
  - a. Si
  - b. Probablemente
  - c. No
13. ¿Considera que es más benéfico y saludable utilizar la medicina alternativa que la tradicional?
  - a. Si
  - b. Son iguales
  - c. No
14. ¿Qué porcentaje considera que le aportaría de manera efectiva los productos naturales?
  - a. Del 70 al 100 por ciento.
  - b. Del 40 al 70 por ciento.
  - c. Del 0 al 40 por ciento.
15. ¿Considera que la medicina alternativa trae efectos secundarios benéficos para su salud aparte del tratamiento que se realiza?
  - a. Si
  - b. Posiblemente
  - c. No
16. Usted conoce alguna marca o utiliza productos a base de extractos de plantas catalogadas como sustancias psicoactivas.
  - a. Si ¿Cuál?
  - b. No ¿Por qué?

17. ¿Conoce o ha utilizado productos de las siguientes marcas más reconocidas en Colombia Productos Naturales LABFARVE y/o Naturizza?
- a. Si
  - b. No
18. ¿Conociendo los ingredientes entre los productos de la medicina tradicional y la alternativa estaría dispuesto a cambiar a la medicina alternativa si aún no lo ha hecho?
- a. Si
  - b. Probablemente
  - c. No
19. ¿Estaría dispuesto a conocer el lanzamiento de nuevos productos en el mercado con base extracto de hojas de marihuana?
- 
- a. Si
  - b. Probablemente
  - c. No
- 
20. ¿Le gustaría utilizar pomadas y aceites a base de Marihuana en sus tratamientos contra enfermedades como reumatismo, golpes, artritis, desgarres musculares, osteoporosis, calambres entre otros?
- 
- a. Si
  - b. Probablemente
  - c. No
- 
- 
-

## 8.2 ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN

Realice el análisis de la investigación, primaria y secundaria y las conclusiones de la misma.

ENCUESTA REALIZADA PRESENCIALMENTE (TABULACION)			
NUMERO	PREGUNTA	RESPUESTA	CANTIDAD
1	¿Le llamaría la atención utilizar productos de la medicina alternativa?	a. Si	43
		b. No	10
		c. No la conozco	7
2	Para complementar el cuidado de su salud usted prefiere:	a. La medicina prepagada	10
		b. La medicina alternativa	30
		c. Otro	20
3	¿Compraría usted productos hechos a base de insumos catalogados como sustancias psicoactivas sabiendo que estos pueden ayudar a su salud de manera efectiva?	a. Si lo compraría	25
		b. Posiblemente lo compraría	15
		c. No lo compraría	20
4	Antes de adquirir un producto para su salud y bienestar usted considera que debe tener en cuenta:	a. Que sean marcas reconocidas en el mercado	5
		b. La calidad y efectividad del producto independiente de la marca que sea	35
		c. Los productos recomendados por medio de testimonios	20
5	¿Actualmente utiliza algunos productos para tratar enfermedades como reumatismo, golpes, artritis, desgarres musculares, osteoporosis, calambres entre otros? (Si la respuesta es si indique que tipo de productos utiliza de lo contrario indique la razón por la cual aún no los utiliza.)	a. Si	55
		b. No	5
		Argumento:	
6	¿Usted utiliza pomadas o aceites como tratamiento para sus enfermedades que le ofrezcan beneficios similares a la medicina alternativa?	a. Si ¿Cuál?	47
		b. No	13
7	¿Tiene conocimiento de lugares de donde podría adquirir productos de la medicina alternativa?	a. Si	56
		b. No	4
8	¿Conoce algún producto a base de extractos naturales que le haya resultado más favorable que la medicina que le receta su médico?	a. Si ¿Cuál?	31
		b. No	29
9	¿Conoce o ha utilizado productos que contengan: extracto de la planta del cáñamo, aceite de oliva, manteca de Karité, aceite de coco, aceite de árnica o extracto de Cannabidiol?	a. Si	40
		b. No	20
10	¿Conoce los beneficios y las ventajas que tienen los productos que están producidos por ingredientes naturales?	a. Si ¿Cuáles?	60
		b. No	0
11	¿Usted considera que los productos de la medicina alternativa aportarían más beneficios para sus tratamientos que los que utiliza actualmente?	a. Si	24
		b. Probablemente	30
		c. No	6
12	¿Usted cree que las cremas o aceites resultarían favorables a las enfermedades para para usted o algún integrante de su núcleo familiar?	a. Si	60
		b. Probablemente	0
		c. No	0
13	¿Considera que es más benéfico y saludable utilizar la medicina alternativa que la tradicional?	a. Si	37
		b. Son iguales	1
		c. No	22
14	¿Qué porcentaje considera que le aportaría de manera efectiva los productos naturales?	a. Del 70 al 100 por ciento.	51
		b. Del 40 al 69 por ciento.	3
		c. Del 0 al 40 por ciento.	6
15	¿Considera que la medicina alternativa trae efectos secundarios benéficos para su salud aparte del tratamiento que se realiza?	a. Si	49
		b. Posiblemente	9
		c. No	2
16	Usted conoce alguna marca o utiliza productos a base de extractos de plantas catalogadas como sustancias psicoactivas.	a. Si ¿Cuál?	31
		No ¿Por qué?	29
17	¿Conoce o ha utilizado productos de las siguientes marcas más reconocidas en Colombia Productos Naturales LABFARVE y/o Naturizza?	a. Si	17
		b. No	43
18	¿Conociendo los ingredientes entre los productos de la medicina tradicional y la alternativa estaría dispuesto a cambiar a la medicina alternativa si aún no lo ha hecho?	a. Si	42
		b. Probablemente	8
		c. No	10
19	¿Estaría dispuesto a conocer el lanzamiento de nuevos productos en el mercado con base extracto de hojas de marihuana?	a. Si	46
		b. Probablemente	4
		c. No	10
20	¿Le gustaría utilizar pomadas y aceites a base de Marihuana en sus tratamientos contra enfermedades como reumatismo, golpes, artritis, desgarres musculares, osteoporosis, calambres entre otros?	a. Si	42
		b. Probablemente	8
		c. No	10

### 8.3 CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO

- Con la encuesta se pudo evidenciar una notable aceptación de los productos que se ofertan, la sociedad cada día mas requiere de medicinas alternativas que remplacen la medicina alternativa que hoy día tiene tan mala fama, por la no mejoría en tratamientos o simplemente por la difícil adquisición de los mismos, con esto llegamos a la más importante conclusión y es que se debe seguir invirtiendo en este proyecto ya que aunque somos muy pequeños si es posible llegar a muchas más personas.
- Uno de nuestros mayores retos fue segmentar un producto que cuenta con miles de estigmas, al pasar del tiempo nuestro producto fue obteniendo una aceptación en las plazas dónde decidimos ofertarlo, día a día cogiendo más y más fuerza, a la fecha contamos con ventas fijas que son capaces de mantener en pie a la compañía, el secreto del éxito de Cannabio S.A fue el esmero que puso cada uno de nuestros colaboradores y el tener a nuestros clientes como el pilar de nuestro ser. Al principio hubieron varios estudios de mercado donde identificamos los pro y los contra que podrían tener la comercialización de estos productos, evidenciamos que eran más las ventajas teniendo en cuenta que es un mercado algo descuidado lo que no arrojaba mucha competencia y por el contrario ofrecía un mercado amplio que se podía manejar de una forma más fácil que otros que se encuentran más saturados.
- Nuestra compañía ha contribuido con remedios a base de marihuana como medicina alternativa a comunidades de que no cuenta con poder adquisitivo alto, estas cremas y aceites han ayudado a tratamiento para la artritis, el cáncer de piel, reducción de convulsiones y ataque de epilepsia, ya que El cannabis posee cientos de componentes terapéuticos. Y al menos 66 de ellos tienen "cannabinoides", que son las sustancias base para el uso de la marihuana medicinal. Los "cannabinoides" sirven como estimulantes del apetito, antiespasmódicos y poderosos analgésicos.
- La comercialización de este producto, fue muy importante ya que detectamos las necesidades de los clientes potenciales, identificando nuestro nicho de mercado.

Como resultado de la investigación del mercado, podemos observar que nuestro producto es comercializado en diferentes puntos de ventas donde lo pueden adquirir a un buen precio, es posible concluir que nuestro producto es 100% efectivo contra los dolores musculares,

dolor en las articulaciones, y demás dolencias ya que están hechos a base de marihuana, entre ellos podemos encontrar las cremas o pomadas y los aceites relajantes.

## PLAN DE MEDIOS

El 60% de la publicidad que utilizaremos se realizara de manera virtual donde contempla las diferentes redes sociales entre estas Facebook, twitter, YouTube y nuestra página principal que contará con e-commerce para incentivar la compra de nuestros productos online, el 40% restante se realizará de manera presencial en cada uno de nuestros puntos de atención esto con el fin de mantener a nuestros clientes potenciales con la información de interés acerca de las características de nuestra línea de productos , principalmente para dar a conocer las ofertas y lanzamientos.



## ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

La estrategia de promoción que utilizaremos a la luz del consumidor de los respectivos productos que ofrecemos a través de la medicina alternativa son inicialmente los descuentos de hasta el 70% de descuento por lanzamiento en un periodo determinado de madurez del producto, de esta manera generar un amplio reconocimiento del producto y mediante este reconocimiento obtener un posicionamiento de marca, luego de dar a conocer nuestra línea de negocio se mantendrán beneficios para incentivar la adquisición de nuestros productos de tal manera que se mantenga al cliente fidelizado, adicional se utilizaran descuentos de hasta el 50% de descuento en productos seleccionados , pague 1 y lleve 2 en productos de menor reconocimiento para generar el impulso de este, esta estrategia se realizara semanalmente. Constantemente se realizara la promoción y el reconocimiento de marca y productos con muestras y productos gratuitos para clientes frecuentes, además en los centros comerciales de la ciudad de Bogotá y posteriormente principales ciudades del país donde estaremos ubicados, contaremos con personal capacitado y enfocado a relaciones de marketing adecuadas para nuestro cliente potencial, contaremos con respuesta oportuna en las

diferentes redes sociales de Cannabio S.A. y como principal canal la página web donde se encontrara información acerca de las propiedades generativas por el constante uso de nuestros productos, adicional contamos con el compromiso de mantener informados y actualizados a nuestros clientes con las ofertas que se generarán en próximas fechas, precios actuales y productos de lanzamiento. En el costo de promoción de lanzamiento se espera una ganancia del 20% una vez se genere el reconocimiento de marca y producto se espera una tasa de crecimiento de más del 80% y se planea llegar al punto de equilibrio en el segundo año después del lanzamiento en el mercado.

## **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN**

Cannabio S.A. cuenta con una organización logística que contempla diferentes áreas que apoyan el proceso logístico y distribución, con personal altamente capacitado y certificado para llevar a cabo este proceso, con herramientas y programas diseñados para realizar seguimiento de entregas y la trazabilidad de los productos a nivel local y en proyección a principales ciudades del país, el proceso inicia con la dirección general de la empresa desencadenándose al área de logística y distribución seguido del área de compras pasando al almacenista y por ultimo empresa de transporte donde se cuenta con un convenio para tarifas especiales pactadas en un contrato que cumple con la entrega y proceso logístico final. Como primer medida se toma la orden de pedido por medio de las redes sociales y pagina e-commerce y nuestros diferentes canales y medios para llevar a cabo la gestión de entrega que tiene un tiempo estimado de 1 a máximo 2 días hábiles y un costo mínimo del flete de entrega a domicilio, si es un cliente frecuente recibirá tarifas especiales de envío.

## **FUNCIONES ÁREA OPERACIONAL**

Jefe de Ventas:

Es la persona encargada de cumplir con las metas de venta determinadas por la gerencia comercial y marketing para el área de ventas nacionales e internacionales.

FUNCIONES:

- Ejecuta y controla los planes comerciales de la Empresa.
- Posiciona los productos de la comercializadora a nivel nacional.
- Organiza y dirige el equipo comercial, reclutando, formando y motivando al mismo.
- Negociar personalmente los contratos comerciales con grandes clientes.

Jefe de logística:

Es el máximo responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística de la Empresa.

FUNCIONES:

- Coordinar las diferentes áreas del almacén, (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos).
- Optimizar la política de aprovisionamiento y distribución de la Empresa.
- Organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos.
- Gestionar y supervisar al personal a su cargo.

Auxiliar de operaciones logísticas:

Es el encargado de llevar el control y el registro de las actividades de recepción, almacenamiento, consolidación y despachos.

FUNCIONES:

- Controlar el cumplimiento de los procedimientos operativos de las actividades de la bodega.
- Reportar al jefe de logística los indicadores de gestión de la bodega y posibles mejoras en los procesos.
- Dirigir al personal de bodega en las labores planificadas.
- Gestionar la relación de los proveedores y clientes.

Vendedor:

Responde por toda la gestión de ventas y desarrollar una labor de cobertura asistiendo a los clientes asignados y visitando a los clientes potenciales.

FUNCIONES:



- Tomar los pedidos de los clientes de acuerdo a las rutas establecidas y número de clientes asignados, tomar inventario de los productos en los clientes.
- Asesorar a los clientes en la venta.
- Informar sobre las actividades promocionales a los clientes

Auxiliar logístico:

Comprende todos los procesos de depósito, almacenamiento y distribución de materias primas o productos hasta que llegue a los consumidores en los puntos de venta.

FUNCIONES:

- Coordinar, ejecutar y controlar los procesos de adquisiciones y contrataciones.
- Organizar y controlar todas las actividades concernientes a los pedidos.
- Mantener actualizado el archivo y registro de proveedores en el banco de datos.
- Brindar apoyo en la bodega y asegurar así la disponibilidad de productos y mercaderías que se encuentran en los puntos de distribución con el fin de realizar una entrega oportuna al cliente.
- Preparar y entregar los informes que sean solicitados en función de las responsabilidades asignadas.
- Firmar las órdenes de compra y prestaciones de servicio.

Operario de logística:

Planifica, implementa y controla eficazmente a través de indicadores lógicos el flujo y almacenamiento de productos y servicios de la cadena de distribución.

FUNCIONES:

- Almacenar y mover las mercancías.
- Distribuir los productos en cada terminal.

- Ejecuta, gestiona, administra y controla el desarrollo de las operaciones.
- Procesar los pedidos.
- Manejar los materiales.
- Revisión de mercancías.
- Ordenar y mantener en buen estado la bodega.
- Decidir que sistemas y formas de protección va a utilizar para los productos.
- Se encarga del control de lotes o números de serie.

Ayudante de ventas:

Establece una metodología que garantice que las órdenes de compras de los clientes, se realicen de acuerdo a las condiciones acordadas.

**FUNCIONES:**

- Atender y ofrecer a los clientes información sobre los productos de la empresa.
- Apertura y seguimiento de nuevos clientes potenciales.
- Canalizar las necesidades del cliente.
- Acordar con el cliente las condiciones de la venta (tiempo de entrega, condiciones de pago, validez de la oferta, etc.).
- Presentar cotizaciones a los clientes.

**CAPTULO 4**

## **9.0 PLAN DE MARKETING**

Cannabio SA nuestra compañía que tiene como objetivo el desarrollo de plan de negocio de productos naturales, la elaboración de ellos y la comercialización de los mismos. La señora Claudia patricia alcendra tiene una microempresa que fue motivada por una idea innovadora de una emprendedora por la tendencia que ha mostrado la sociedad en los últimos años, lo que es fomentar los productos medicinales a base de marihuana, la tan llamada medicina alternativa, teniendo en cuenta que ha sido utilizada por nuestros antepasados como remedio curativo no obstante tenemos

una gran ventaja que es la motivación de la emprendedora. La idea inicial está en llegar a los mercados que más confían en el producto y que menos visitas se encuentran como son la tercera edad.

### **9.1 OBJETIVOS DE PLAN DE MARKETING**

- Ser líderes en la comercialización de productos medicinales hechos a base de marihuana.
- Contribuir y garantizar una mejor calidad de vida para las personas que sufren de enfermedades como artritis, reumatoides entre otras.
- Garantizar a nuestros clientes productos de excelente calidad, elaborados en los mejores laboratorios.
- Ganar participación en el mercado (volumen de ventas y uso del producto).

### **POSICIONAMIENTO**

- Mantener el crecimiento de los productos naturales
- Incrementar el crecimiento de notoriedad de los productos
- Tener un buen servicio al cliente
- Rentabilidad dentro de cierto tiempo
- Ventas por mostrador y clientes
- 

### **9.2 ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

Aquí podemos determinar que en el mercado tenemos competencia la cual hace que nuestros productos sean más reconocidos por su composición y por efectividad mediante la enfermedad que tenga el paciente, su empaque es muy cómodo, conserva el producto por mucho tiempo y trae instrucciones de aplicación.

### **9.3 ESTRATEGIA DE MARCA**

En la empresa Cannabio SA queremos implementar ciertas estrategias para llegar a diferentes poblaciones de nuestro país para el posicionamiento de la misma, así aporta al consumo de la medicina alternativa teniendo como objetivo la calidad del producto distribuido. Son productos

100% naturales a base de la marihuana la cual proyecta diferentes beneficios, nuestro objetivo es llegar aquellas personas que sufren diferente enfermedades y que creen en la medicina alternativa la cual le da grandes beneficios.

#### **9.4 ESTRATEGIA DE EMPAQUE**

El empaque de nuestros productos tiene como fin proteger el producto y distinguirlo de los demás de su categoría, además contiene información del producto con diferentes características de uso ya que esto es un punto clave para dar impacto ante los consumidores, por su tamaño y volumen permite llevar el producto a cualquier parte.

#### **9.5 ESTRATEGIA DE SERVICIO POSTVENTA**

Encuestas de satisfacción: Son aplicadas en nuestros puntos de venta.

Asesorías personalizadas: Ya que muchas de las personas no conocen los poderes curativos de los aceites y cremas a base de Cannabio y quizá tienen algo de miedo por su componente, hemos implementado una asesoría en cada punto de venta para brindarle más información a nuestro cliente acerca de los productos .y seguir acompañando a nuestros clientes después de su compra para tener mejor atención al publico

#### **9.6 ESTRATEGIA DE PRECIO**

Diseñar un indicador que nos permita tener mayor control en los productos que nos ingresan por parte de nuestros proveedores y de los que salen por parte de nuestra compañía hasta que los adquiere el consumidor final, esto nos va a permitir tener un punto medio de adquisición, rotación de las cremas y aceites a base de cannabis. se recurre a un número inferior de intermediarios disponibles, es decir, sólo algunos pueden vender tu producto. Esta estrategia es indicada para productos de compra reflexiva, donde el comprador realiza las comparaciones de precios y características de los productos, cuando ya analizamos la competencia el análisis del precio tiene que ser muy competitivo para tener rotación de nuestros productos.

#### **9.7 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD**

En el plan de acción la finalidad de estrategia de venta es de llegar a nuestro cliente por diferentes tipos de información ya que hoy en día hay mayor forma de acceder a la información, dando a conocer las promociones de impulsa miento de los producto durante cierto tiempo para posicionar los productos.

## **CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO**

Nuestro producto es realizado con el fin de satisfacer la necesidad del Mercado con la medicina alternativa para curar, prevenir, tratar o sanar dolencias musculares.

## **LOGOTIPO**



## **ATRIBUTOS DEL PRODUCTO:**

### **CALIDAD**

Incluye la durabilidad, fiabilidad, precisión, facilidad para operar y reparar, y otros atributos de valor como grado de pureza, tolerancia a la temperatura, uniformidad, etc. Todos estos deben medirse en función de la percepción del consumidor.

Para Cannabio S.A es de vital importancia que los productos que comercializamos tengan el sello INVIMA y todas las características técnicas para así brindarle a nuestro cliente la seguridad de adquirir un producto que les ayudara con sus dolencias musculares o posibles enfermedades degenerativas del cuerpo.

## **CARACTERISTICAS TECNICAS DEL PRODUCTO:**

Manejamos diferentes tamaños para el consumo que inicia desde la primera presentación de 100 gramos la más pequeña, presentación mediana 250 gramos y por ultimo presentación de 500 y 1000 gramos presentación familiar, las características del tamaño y presentación aplican para toda nuestra línea de productos y un empaque con diseño innovador para de esta manera lograr una ventaja competitiva en base del producto.

#### CARACTERIZACION DE LAS CREMAS Y ACEITES DE CANNABIO S.A:

##### COMPONENTES DE LAS CREMAS A BASE DE CANNABIO:

Esta crema está hecha con productos naturales muy nutritivos para la piel, como son el extracto de la planta del cáñamo con CBD, aceite de oliva, manteca de Karité, aceite de coco, aceite de árnica, cera de abejas para la textura

y vitamina E como conservante natural.

Pensada para un uso externo, hidrata enormemente nuestra piel, relajando y desinflamando nuestros tejidos. También nos ayuda a reducir el dolor y el enrojecimiento, incidiendo en la relajación de la musculatura.

Características de My CBD Crema Forte:

- Crema a base de productos naturales con extracto de cáñamo con CBD
- Disponible en 50ml y 100ml
- Diseñada para un uso tópico
- Gran poder hidratante, mantiene el buen estado de tu piel, suaviza las irritaciones y ayuda relajar la musculatura.
- Reduce el dolor y la inflamación
- Aplicar durante el día y antes de dormir, con un suave masaje para estimular su absorción.
- No tiene efectos secundarios ni genera adicción.
- Almacenar en un lugar fresco y seco con temperatura no superior a 25°C.

No guardar en la nevera.

- Contiene menos de 0.2% de THC, certificado por laboratorio, adaptándose a la legalidad de los cannabinoides.

Componentes:

- 60 gr. de cera de abejas
- 500 ml de aceite de oliva o de girasol
- 1 litro de agua destilada
- Aceite esencial (opcional)
- 50 gramos de cogollos o restos de poda de marihuana (con tricomas obviamente)

COMPONENTES DE LOS ACEITES A BASE DE CANNABIO:

ACEITE CBX VITROVIT (CBD)

Los principios activos de cáñamo ya están disponibles en forma de extracciones diluidas en aceite de oliva. El aceite CBx de Vitrovit contiene 2.5% de una extracción completa de cannabinoides, compuesta aproximadamente de 400 compuestos naturales de los cuales 77% de Cannabidiol CBD.

Cada ml de aceite CBx contiene 25mg de extracción de cáñamo ecológico, o sea 19.25mg de CBD. Un ml de aceite corresponde a 30 gotas. El aceite de oliva utilizado es de calidad virgen extra, resultante de olivas de la variedad arbequina, famosa por su gran calidad aromática. El aceite CBx se utiliza fácilmente en la alimentación cotidiana, como por ejemplo en las ensaladas o sencillamente o añadiéndola en su plato justo antes de comer.

La planta de marihuana ha sido utilizada de forma medicinal desde hace miles de años, ya sea por sus propiedades anti-inflamatorias y analgésicas o por sus virtudes relajantes y tranquilizantes. La principal molécula responsable de estos efectos es el Cannabidiol, pero su eficiencia se ve ampliamente mejorada por los otros cannabinoides y compuestos naturales presentes en la planta, que actúan en sinergia.

El aceite CBx de Vitrovit es la primera extracción de cannabinoides que logra pasar las largas y difíciles etapas de registro y certificación ante los servicios oficiales del Estado Español, lo que permite vender éste producto de manera 100% legal en todos los países miembros de la comunidad Europea.

COMPONENTES:

- 1/2 litro de aceite de almendras / almendras dulces
- 25 gramos de cogollos o restos de cosecha
- Ralladura de limón o naranja (opcional).

ácidos grasos Omega 3: el Ácido Alfa-linolénico (AAL) y el Ácido Gamma-linolénico (AGL).  
Además, contiene Ácido Linoleico, Ácido Oleico y Ácido Palmítico

#### **BENEFICIOS DE LAS CREMAS Y ACEITES A BASE DE CANNABIO:**

- Ayuda a reducir inflamaciones
- Alivia la irritación y el picor en la piel
- Eficaz contra la psoriasis
- Ayuda a relajar los músculos
- Alivia la artritis
- Actúa como analgésico cutáneo
- Ayuda a eliminar las manchas de Acné
- Mejora muchos de los problemas más comunes de la piel

#### **CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS**

La principal materia prima está constituida de la siguiente forma:

Presenta tallos con hojas opuestas en las bases alternas en el resto, palmaticompuestas con estípulas libres o persistentes. Flores anemófilas, monoicas o dioicas; pequeñas, en inflorescencias cimosas, las masculinas ramificadas, paniculiformes y con muchas flores, las femeninas más compactas. Flores estaminadas con 5 sépalos, 5 estambres antisépalos; polen triporado, rara vez 2, 4, 6 porado. Flores pistiladas con un cáliz tubular, membranoso, corto, encerrando al ovario, con 2 carpelos unidos formando un ovario unilocular con 2 estigmas alargados; primordios seminales solitarios, anátropos.

#### **CONCLUSIONES**



Al principio hubo varios estudios de mercado donde identificamos los pro y los contra que podrían tener la comercialización de estos productos, evidenciamos que eran más las ventajas teniendo en cuenta que es un mercado algo descuidado lo que no arrojaba mucha competencia y por el contrario ofrecía un mercado amplio que se podía manejar de una forma más fácil que otros que se encuentran más saturados.

Uno de nuestros mayores retos fue segmentar un producto que cuenta con miles de estigmas ya que su uso no es tan común entre la gente, pero al pasar del tiempo nuestro producto fue obteniendo una aceptación en las plazas dónde decidimos ofertarlo día a día cogiendo más y más fuerza. A la fecha contamos con ventas fijas que son capaces de mantener en pie a la compañía sin mayor esfuerzo, el secreto del éxito de Cannabio S.A fue el esmero que puso cada uno de nuestros colaboradores y el tener a nuestros clientes como el pilar de nuestro ser.

Gracias al estudio de mercado que se realizó detectamos las necesidades de nuestros clientes potenciales, lo cual nos permitió identificar el nicho del mercado en el cual nos centramos, que es sobre todo en las personas de la tercera edad, teniendo en cuenta los beneficios de nuestros productos que están orientados a combatir las enfermedades que se presentan en los adultos mayores, esto debido a que ya el cuerpo humano con el pasar del tiempo se desgasta y es necesario cuidar de la manera adecuada para evitar enfermedades incurables.

A partir de todo lo que obtuvimos de la investigación, optamos por decidir que los productos con elementos naturales son una excelente oportunidad para consolidar productos medicinales que beneficien la salud de las personas que presenten enfermedades relacionadas con los huesos, sangre, articulaciones, y demás que se presentan año tras año; nuestro pensamiento se basa en por qué no utilizar los recursos que tenemos en beneficio propio sin necesidad de gastar mucho dinero en entidades clínicas que quizá son más costosas y con menores beneficios de lo que obtendríamos con productos a base de cannabis.

Como resultado de la investigación del mercado, podemos observar que nuestro producto es comercializado en diferentes puntos de ventas donde lo pueden adquirir a un buen precio, es posible concluir que nuestro producto es 100% efectivo contra los dolores musculares, dolor en las articulaciones, y demás dolencias ya que están hechos a base de marihuana, entre ellos podemos encontrar las cremas o pomadas y los aceites relajantes.

Nuestra compañía ha contribuido con remedios a base de marihuana como medicina alternativa a comunidades de que no cuenta con poder adquisitivo alto, estas cremas y aceites han ayudado a tratamiento para la artritis, el cáncer de piel, reducción de convulsiones y ataque de epilepsia, ya que El cannabis posee cientos de componentes terapéuticos. Y al menos 66 de ellos tienen

"cannabinoides", que son las sustancias base para el uso de la marihuana medicinal. Los "cannabinoides" sirven como estimulantes del apetito, antiespasmódicos y poderosos analgésicos

## BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFIA

### Bibliografía

ALTERNATIVA, M. (14 de ABRIL de 2010). *MEDICINA ALTERNATIVA*. Obtenido de MEDICINA ALTERNATIVA: <http://medicinalternativayas.blogspot.com.co/>

- <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/D ECRETO%202467%20DEL%2022%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202015.pdf>
- [https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/marihuana a%20con%20uso%20terapeutico-contexto%20colombiano.pdf](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/marihuana%20con%20uso%20terapeutico-contexto%20colombiano.pdf)
- <https://www.invima.gov.co/invima-espera-en-un-corto-plazo-regular-venta-de-medicamentos-hechos-con-marihuana.html>
- [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/206042/unidad\\_uno/Marketing.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/206042/unidad_uno/Marketing.pdf)
- <http://www.gestiopolis.com/control-como-funcion-administrativa-en-la-empresa/>
- <http://robertoespinoza.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/>
- <http://www.sannabis.co/>
- <https://www.alchimiaweb.com/blog/marihuana-medicinal/>
- <http://www.marihuana-medicinal.com/category/investigaciones/>
- <http://cannabismedicinal.cl/>
- <http://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/marihuana-medicinal-habla-el-medico-que-es-pionero-en-marihuana-medicinal-en-ee-uu/15023976>
- [http://www.administracionmoderna.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama\\_3038.html](http://www.administracionmoderna.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama_3038.html)
- [http://www.trabajo.com.mx/caracteristicas\\_de\\_un\\_lider.htm](http://www.trabajo.com.mx/caracteristicas_de_un_lider.htm)
- <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>
- <http://www.supersociedades.gov.co/superintendencia/normatividad/conceptos/conceptos-juridicos/Normatividad%20Conceptos%20Juridicos/7172.pdf>

