

LECCIÓN 1

NORMATIVA EUROPEA



- THC legal.
- Cáñamo industrial.

La normativa europea regula el cultivo, la producción y la comercialización de productos derivados del cáñamo para garantizar la seguridad, la calidad y la legalidad en todo el territorio de la Unión Europea.



⚖️ THC LEGAL

En la Unión Europea, los productos derivados del cáñamo son legales siempre que cumplan los límites establecidos de THC.



LÍMITE LEGAL DE THC

El contenido de THC en los productos finales no debe superar el 0,3%.

(Referencia: Reglamento (UE) 2021/2115)

- ✓ Aplica a todos los productos derivados del cáñamo: aceites, cosméticos, alimentos, etc.
- ✓ El THC debe ser naturalmente presente en niveles inferiores al 0,3%.
- ✓ No se permite añadir THC de forma aislada o concentrada.

🌿 CÁÑAMO INDUSTRIAL

El cáñamo industrial (*Cannabis sativa* L.) es una variedad de la planta de cannabis con un contenido muy bajo de THC y múltiples usos.



REQUISITOS PARA EL CULTIVO

- ✓ Variedades autorizadas por la UE.
- ✓ Contenido de THC \leq 0,3%.
- ✓ Uso exclusivo con fines industriales.
- ✓ Cultivo conforme a la PAC (Política Agrícola Común).
- ✓ Solo se pueden utilizar las partes de la planta permitidas (según el uso: fibra, semilla, flores, hojas, etc.).
- ✓ El agricultor debe estar registrado y, en algunos casos, debe realizar declaración de cultivo.
- ✓ Trazabilidad obligatoria en toda la cadena de suministro.



EN RESUMEN



BASE LEGAL

Reglamento (UE) 2021/2115 sobre las normas de los controles oficiales de productos agrícolas, incluido el cáñamo.



SEGURIDAD

Garantiza productos seguros para el consumidor y libres de sustancias prohibidas.



MERCADO EUROPEO

Permite la libre circulación de productos de cáñamo legal en toda la Unión Europea.



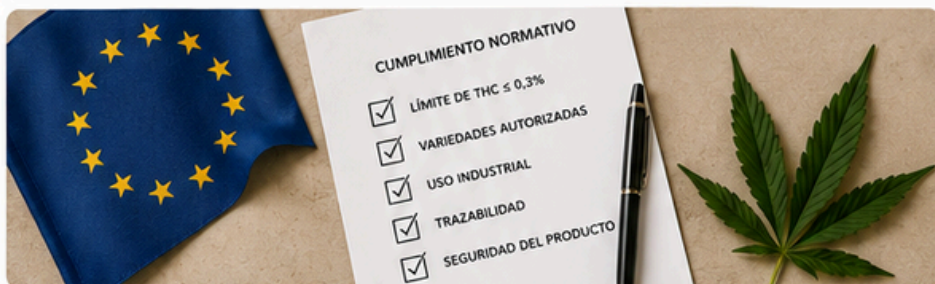
DESARROLLO SOSTENIBLE

Fomenta el uso responsable y sostenible de un recurso natural versátil y ecológico.



IMPORTANTE

La normativa puede variar según el país. Siempre consulta la legislación nacional vigente antes de producir o comercializar tus productos.



Cumplir la normativa es cuidar de tu marca, de tus clientes y del futuro del cáñamo.



LECCIÓN 2

NORMATIVA EN ESPAÑA



- Cosmética.
- Productos permitidos.

En España, la comercialización de productos cosméticos con ingredientes derivados del cáñamo está regulada por la normativa europea y la legislación nacional vigente.



COSMÉTICA: ¿QUÉ DICE LA LEY?

Los cosméticos están regulados por el Reglamento (CE) N° 1223/2009 sobre los productos cosméticos.

✓ QUÉ IMPLICA ESTO

Garantiza la seguridad del producto para la salud humana cuando se usa en condiciones normales o razonablemente previsible.

- ✓ Evaluación de seguridad obligatoria antes de su comercialización.
- ✓ Expediente de Información del Producto (PIF) obligatorio.
- ✓ Etiquetado con el INCI (nomenclatura internacional de ingredientes cosméticos).
- ✓ Notificación al Portal Europeo de Productos Cosméticos (CPNP) antes de su puesta en el mercado.

✗ NO ESTÁ PERMITIDO

- ✗ Comercializar cosméticos con THC por encima del límite legal (> 0,3%).
- ✗ Realizar alegaciones terapéuticas o medicinales en productos cosméticos.
- ✗ Usar partes de la planta no permitidas (flores, hojas, resina, etc.) como ingrediente cosmético.
- ✗ Comercializar productos que puedan inducir a error sobre su naturaleza o efectos.



PRODUCTOS PERMITIDOS EN ESPAÑA

En España se pueden comercializar productos cosméticos que contengan ingredientes derivados del cáñamo, siempre que cumplan con la normativa vigente.



INGREDIENTES PERMITIDOS

Se pueden utilizar ingredientes procedentes del cáñamo industrial siempre que:

- ✓ Procedan de variedades autorizadas por la UE (Cannabis sativa L.) incluidas en el Catálogo Común de Variedades de Especies de Plantas Agrícolas.
- ✓ El contenido de THC sea $\leq 0,3\%$ en el material vegetal.
- ✓ Los extractos y aceites utilizados no contengan THC detectable o estén por debajo del límite legal.

INGREDIENTES HABITUALES PERMITIDOS



Aceite de semilla de cáñamo
(Cannabis Sativa Seed Oil)



Extracto de semilla de cáñamo
(Cannabis Sativa Seed Extract)



Proteína de semilla de cáñamo
(Hydrolyzed Cannabis Sativa Seed Extract)



Otros derivados seguros y evaluados dermatológicamente



¡ IMPORTANTE SABER

- ✓ El CBD no está prohibido en cosméticos, siempre que el ingrediente utilizado cumpla con el límite de THC ($\leq 0,3\%$).
- ✓ La responsabilidad de la seguridad del producto recae en la persona titular de la empresa que lo comercializa.
- ✓ España sigue las directrices europeas, por lo que si un producto cumple la normativa, puede comercializarse en toda la UE.
- ✓ Consulta siempre las actualizaciones de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS).

EN RESUMEN



LEGALIDAD
Los cosméticos con ingredientes de cáñamo son legales si cumplen la normativa europea y española.



INGREDIENTES PERMITIDOS
Aceites, extractos y derivados de semilla de cáñamo industrial con $\text{THC} \leq 0,3\%$.



SEGURIDAD Y TRANSPARENCIA
Evaluación de seguridad, PIF, etiquetado correcto y notificación en CPNP.



MERCADO ABIERTO
Si cumples la normativa, puedes vender tu cosmética en toda la Unión Europea.



Cumplir la normativa no es solo una obligación, es construir confianza y credibilidad en tu marca.



LECCIÓN 3

CLAIMS PROHIBIDOS

- Qué no decir.
- Riesgos legales.



La comunicación de tus productos debe ser veraz, comprobable y conforme a la normativa vigente. Hacer afirmaciones engañosas o atribuir efectos que no son cosméticos puede acarrear sanciones graves y dañar la reputación de tu marca.



¿QUÉ NO PUEDES DECIR?

No puedes atribuir a un cosmético propiedades que van más allá de su función cosmética (limpiar, perfumar, cambiar el aspecto, proteger, mantener en buen estado, etc.).

EJEMPLOS DE CLAIMS PROHIBIDOS

- ⊗ Cura, trata o previene enfermedades.
- ⊗ Alivia el dolor, la inflamación o la ansiedad.
- ⊗ Efectos medicinales o terapéuticos.
- ⊗ Mejora el sistema inmunitario.
- ⊗ Regula el sueño o combate el insomnio.
- ⊗ Ayuda a dejar de fumar.
- ⊗ Apto para pieles con psoriasis, eczema o acné (si no está demostrado y aprobado).
- ⊗ 100% natural y sin efectos secundarios (afirmación absoluta y no verificable).
- ⊗ Más fuerte / más eficaz que cualquier otro producto.



¿POR QUÉ ESTÁ PROHIBIDO?

Porque estas afirmaciones:

- ✓ No están respaldadas por pruebas científicas y evaluaciones de seguridad.
- ✓ Pueden engañar al consumidor.
- ✓ Están fuera del alcance legal de un cosmético.
- ✓ Pueden hacer que tu producto se considere un medicamento o complemento alimenticio ilegal.



RECUERDA

En cosmética, solo puedes comunicar los efectos cosméticos del producto y siempre con un lenguaje honesto, moderado y comprobable.



RIESGOS LEGALES

Usar claims prohibidos puede tener consecuencias graves para tu marca:

- ⚠ Sanciones económicas y multas elevadas.
- 📦 Retirada del producto del mercado.
- 📄 Responsabilidad legal y reclamaciones de consumidores.
- ⊗ Daño a la reputación y pérdida de confianza.

¿CÓMO COMUNICAR DE FORMA CORRECTA?



Sé veraz

Usa solo afirmaciones que puedas demostrar.



Enfócate en beneficios cosméticos

Hidrata la piel, mejora su elasticidad, aporta luminosidad...



Usa lenguaje prudente

"Ayuda a...", "Contribuye a...", "Mejora la apariencia de..."



Ten evidencia

Documenta estudios, pruebas y evaluaciones de seguridad.



Conoce a tu cliente

Comunica lo que tu producto hace, no lo que cura.



CASO PRÁCTICO

¿Cuál de las siguientes frases es correcta para promocionar una crema facial con CBD?

- ⊗ a) Cura el acné y reduce la inflamación de la piel.
- ⊗ b) Alivia la ansiedad y mejora el sueño.
- ✓ c) Hidrata y mejora la apariencia de la piel, dejándola más suave y luminosa.
- ⊗ d) Es un tratamiento eficaz contra la psoriasis.



CONSECUENCIA REAL

En 2023, varias marcas de cosméticos con CBD fueron sancionadas en Europa por anunciar propiedades terapéuticas no permitidas, con multas de hasta 100.000 € y retirada inmediata de sus productos.

Comunicar mal puede costarte muy caro.



Tu comunicación es parte de tu responsabilidad.

Habla claro, cumple la ley y construye una marca confiable y duradera.



LECCIÓN 4

RESPONSABILIDAD PROFESIONAL



- Comunicación segura.
- Buenas prácticas.

Como profesionales del bienestar y la cosmética natural, tenemos la responsabilidad de informar con veracidad, respetar la normativa y velar por la seguridad del cliente. Una comunicación ética y basada en la evidencia protege a las personas y fortalece tu marca.



COMUNICACIÓN SEGURA

Asegúrate de que toda la información que compartes sobre tus productos es:

- ✓ **VERAZ:** Basada en datos reales y demostrables.
- ✓ **COMPROBABLE:** Respalda por estudios, fichas técnicas o evaluaciones de seguridad.
- ✓ **CLARA:** Usa un lenguaje sencillo, honesto y comprensible.
- ✓ **RESPECTUOSA:** Evita exageraciones, promesas infundadas y comparaciones.
- ✓ **TRANSPARENTE:** Indica siempre los ingredientes principales y el porcentaje de CBD.
- ✓ **AJUSTADA A LA NORMATIVA:** Cumple la legislación europea y española vigente.



No es solo cumplir la ley, es construir confianza.

BUENAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Aplica estas buenas prácticas en tu día a día:

- INFÓRMATE Y ACTUALÍZATE**
Mantente al día sobre la normativa, estudios y recomendaciones oficiales.
- CONOCE TU PRODUCTO**
Sabe qué contiene, en qué concentraciones y qué beneficios cosméticos tiene.
- DOCUMENTA Y CONSERVA**
Guarda fichas técnicas, certificados de análisis (CoA) y evaluaciones de seguridad.
- ESCUCHA AL CLIENTE**
Entiende sus necesidades, asesora con responsabilidad y sin presionar.
- NO DIAGNOSTIQUES NI TRATES**
Los cosméticos no son medicamentos. No hagas afirmaciones terapéuticas.
- PROTEGE LOS DATOS**
Respetar la privacidad y confidencialidad de la información de tus clientes.

LO QUE SIEMPRE DEBES HACER

- ✓ Usar claims permitidos y autorizados.
- ✓ Informar sobre el uso cosmético del producto.
- ✓ Indicar la concentración de CBD cuando corresponda.
- ✓ Recomendar un uso adecuado y responsable.
- ✓ Sugerir una prueba de parche para pieles sensibles.
- ✓ Derivar a un profesional de la salud si el cliente presenta alguna condición médica.

LO QUE NUNCA DEBES HACER

- ✗ Atribuir propiedades curativas o medicinales.
- ✗ Afirmar que el producto previene, trata o cura enfermedades.
- ✗ Garantizar resultados.
- ✗ Omitir información relevante sobre el producto.
- ✗ Copiar información de otras marcas sin verificar su veracidad.

CÓDIGO DE CONDUCTA PROFESIONAL



Tu reputación y la de tu marca se construyen con cada palabra, cada consejo y cada producto que ofreces.



ACTÚA CON INTEGRIDAD
Prioriza siempre el bienestar del cliente.



RESPECTA LA LEGALIDAD
Cumple la normativa y promueve su cumplimiento.



FOMENTA LA CONFIANZA
La honestidad es el mejor diferenciador de tu marca.



CONTRIBUYE AL BIEN COMÚN
Promueve un uso responsable y sostenible del cáñamo.

CASO PRÁCTICO

Un cliente te pregunta si tu sérum con CBD puede curar su rosácea. ¿Cuál es la mejor respuesta?

- ✓ a) Sí, el CBD cura la rosácea.
- ✓ b) **No, nuestro sérum es un cosmético. Puede ayudar a mejorar el aspecto de la piel, hidratándola y calmándola, pero no trata ni cura enfermedades.** Te recomiendo consultar a un dermatólogo para tu caso.
- c) No lo sé, prueba y me cuentas.
- d) Sí, muchos clientes dicen que les ha curado.

RECUERDA



- Comunica con responsabilidad.
- Infórmate, forma y asesora con rigor.
- La confianza de tu cliente es tu mayor activo.
- Cumplir la normativa no es una obligación, es una muestra de profesionalidad.



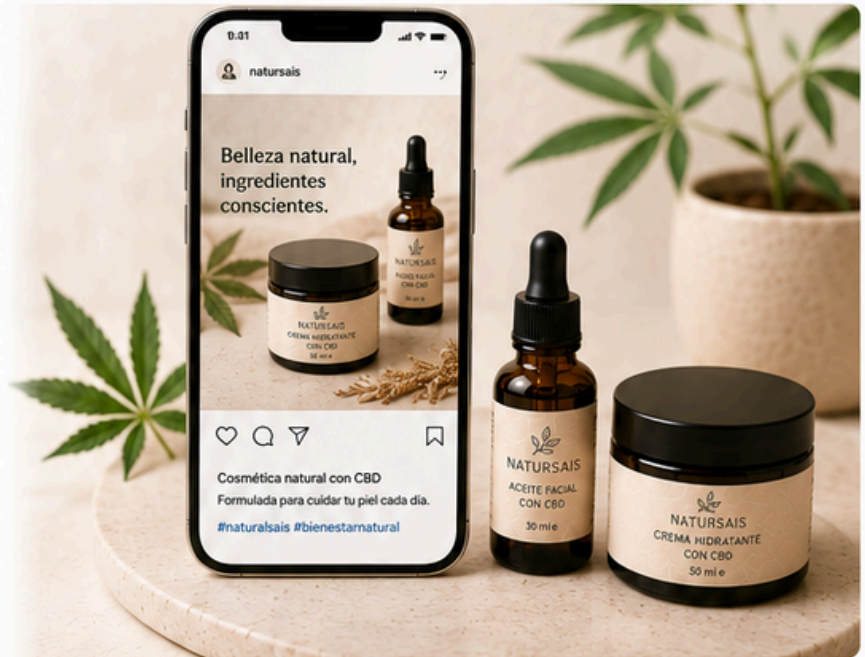
LECCIÓN 5

PUBLICIDAD Y REDES

- Restricciones.
- Contenido permitido.



La publicidad de productos cosméticos con CBD está sujeta a la normativa europea y española. En redes sociales, es clave comunicar con responsabilidad para evitar sanciones, bloqueos de cuentas y pérdida de credibilidad.



❌ RESTRICCIONES: QUÉ NO PUEDES HACER

- ❌ No atribuir propiedades medicinales o terapéuticas.
- ❌ No afirmar que el producto cura, previene o trata enfermedades.
- ❌ No usar claims no autorizados o exagerados (salud, bienestar general, sistema inmunitario, etc.).
- ❌ No dirigir la publicidad a menores de edad.
- ❌ No usar imágenes o testimonios que induzcan a error.
- ❌ No garantizar resultados antes o después del uso.
- ❌ No promocionar el consumo de CBD por vía oral en cosméticos.

⚠️ IMPORTANTE

Las redes sociales pueden tener políticas más estrictas que la ley. Lo que no está permitido puede suponer eliminación de contenido, bloqueo de cuenta o sanciones.



✅ CONTENIDO PERMITIDO: QUÉ SÍ PUEDES HACER

- 💧 **Hablar de beneficios cosméticos autorizados.** Hidratación, luminosidad, suavidad, mejora de la apariencia de la piel, etc.
- 🌿 **Destacar ingredientes y su origen.** Información veraz sobre el CBD (cañamo industrial, THC ≤ 0,3%).
- 🧴 **Explicar cómo usar el producto.** Modo de uso, textura, rutina, para qué tipo de piel.
- 📷 **Mostrar el producto de forma real y honesta.** Imágenes reales, sin filtros engañosos ni resultados irreales.
- 🛡️ **Informar sobre pruebas y seguridad.** Dermatológicamente testado, ingredientes, certificaciones, etc.
- 🌱 **Promover un estilo de vida saludable.** Bienestar, autocuidado, rutinas de belleza conscientes.

📣 BUENAS PRÁCTICAS EN REDES SOCIALES

- ✅ Revisa siempre tu contenido antes de publicarlo.
- ✅ Usa un lenguaje responsable, claro y respetuoso.
- ✅ Incluye avisos legales cuando sea necesario.
- ✅ Responde dudas con transparencia y sin prometer resultados.
- ✅ Forma a tu equipo y colabora con profesionales del sector.
- ✅ Mantente al día de las normativas y políticas de cada plataforma.

⚖️ RECUERDA

Tu comunicación refleja los valores de tu marca y genera confianza. Comunicar bien es también cuidar y proteger a tu cliente.

✅ EJEMPLOS: PERMITIDO vs. PROHIBIDO

✅ PERMITIDO

- "Hidratación y nutrición para tu piel cada día."
- "Formulado con aceite de cáñamo y activos naturales."
- "Textura ligera, de rápida absorción."
- "Dermatológicamente testado en pieles sensibles."



❌ PROHIBIDO

- "Cura el acné / la psoriasis / la dermatitis."
- "Producto milagroso que elimina el dolor."
- "100% efectivo contra el envejecimiento."
- "Mejora tu sistema inmunitario."



👤 CASO PRÁCTICO

Quieres publicar en Instagram una promoción de tu crema facial con CBD. ¿Cuál de las siguientes publicaciones sería correcta según la normativa?

- a) "Nuestra crema con CBD elimina arrugas y rejuvenece tu piel."
- b) "Crema hidratante con CBD. Mejora la apariencia de la piel y aporta confort diario."
- c) "Con CBD: más salud para tu piel y para todo tu cuerpo."
- d) "La única crema que cura el acné de forma definitiva."

CLAVES PARA RECORDAR

- 1 Conoce la normativa y las políticas de cada red social.
- 2 Comunica beneficios cosméticos reales y autorizados.
- 3 Sé transparente, veraz y responsable.
- 4 La credibilidad de tu marca empieza por tus palabras.



Cumplir la normativa no limita tu creatividad. Comunicar con responsabilidad es construir una marca sólida y duradera.



LECCIÓN 6

ETIQUETADO LEGAL

- Información obligatoria.
- Seguridad.

El etiquetado de los cosméticos con CBD debe cumplir la normativa europea y española para garantizar la seguridad del consumidor y la trazabilidad del producto. Una etiqueta correcta te protege legalmente y genera confianza.



INFORMACIÓN OBLIGATORIA EN LA ETIQUETA

Según el Reglamento (CE) N° 1223/2009 sobre productos cosméticos, toda etiqueta debe incluir, de forma legible e indeleble:

- 1** **Nombre o razón social y dirección del responsable**
Persona o empresa responsable del producto en la UE.
- 2** **País de origen**
Indicar el país donde se fabrica el producto.
- 3** **Denominación del producto**
Nombre que identifique el producto.
- 4** **Contenido nominal**
Cantidad en peso o volumen (g, ml).
- 5** **Fecha de duración mínima / PAO**
Fecha de caducidad (si es < 30 meses) o símbolo PAO (Period After Opening).
- 6** **Número de lote**
Para garantizar la trazabilidad.
- 7** **Función del producto**
Ej.: crema facial, gel limpiador, sérum, etc.
- 8** **Lista de ingredientes (INCI)**
En orden decreciente de concentración.
- 9** **Precauciones y advertencias de uso**
Solo si son necesarias (según el producto).
- 10** **Instrucciones de uso**
Cuando sea necesario para el uso seguro del producto.



La información debe figurar en el envase o en un prospecto que lo acompañe.



SEGURIDAD EN EL ETIQUETADO

El etiquetado no solo informa, también protege. Ten en cuenta:



Indica alérgenos del perfume

Obligatorio si están presentes en concentración superior a los límites establecidos por la normativa.



Advertencias específicas

Evita el contacto con los ojos. Uso externo. No ingerir. Mantener fuera del alcance de los niños.



Información sobre el CBD

- Indica el porcentaje de CBD (si procede).
- Asegúrate de que el THC ≤ 0,3%.



Claims y comunicación

La etiqueta debe ser coherente con la comunicación permitida. No incluyas claims prohibidos.



Etiqueta legible e indeleble

Debe resistir el uso normal del producto (humedad, fricción, luz, etc.).



CUMPLIR ES CUIDAR

Un etiquetado correcto demuestra tu compromiso con la seguridad, la legalidad y el bienestar del cliente.

EN RESUMEN



INFORMA

La etiqueta comunica todo lo que el cliente necesita saber.



PROTEGE

Garantiza un uso seguro y reduce riesgos y responsabilidades.



TRAZA

Permite identificar cada lote y actuar ante cualquier incidencia.



GENERA CONFIANZA

Un etiquetado claro y correcto refuerza tu credibilidad y profesionalidad.



CUMPLE LA LEY

Evita sanciones y asegura que tu producto pueda estar en el mercado.



CASO PRÁCTICO

Analiza esta etiqueta y marca los elementos obligatorios que contiene:

NATURSAIS
SÉRUM FACIAL
CON CBD
30 ml e

INCI: Aqua, Squalane, Glycerin, Cannabis Sativa Seed Oil, Cannabidiol, Niacinamide, Sodium Hyaluronate, Parfum, Benzyl Alcohol, Dehydroacetic Acid, Citric Acid, Limonene.

Uso externo. Evitar el contacto con los ojos. Mantener fuera del alcance de los niños.

NaturSais Cosmetics S.L.
C/ Natura, 15 - 08001 Barcelona (España)
Lote: 230501 PAO: 6M
Hecho en España

- Nombre o razón social
- País de origen
- Denominación del producto
- Contenido nominal
- Fecha PAO
- Número de lote
- Función del producto
- Lista de ingredientes (INCI)
- Precauciones/advertencias
- Instrucciones de uso



RECUERDA

- Una etiqueta incompleta o incorrecta puede ser motivo de sanción.
- Revisa siempre la normativa y actualízate.
- Ante la duda, consulta a un profesional o a las autoridades competentes.
- La seguridad y la transparencia son la mejor etiqueta de tu marca.



LECCIÓN 7

POSICIONAMIENTO COMERCIAL DEL CBD

Esta lección analiza cómo se posicionan la mayoría de tiendas y marcas CBD en Europa para comercializar flores y aceites de CBD cumpliendo la normativa y reduciendo riesgos legales y publicitarios.



OBJETIVO

Entender las estrategias de comunicación y posicionamiento que utilizan las marcas CBD para presentar sus productos de forma profesional, responsable y alineada con la normativa vigente.



IDEA CLAVE

El éxito comercial del CBD no está en lo que prometes, sino en cómo comunicas, cómo posicionas y cómo generas confianza cumpliendo la normativa.



RECUERDA

La comunicación responsable protege tu marca, tus clientes y tu proyecto a largo plazo.

1. ¿CÓMO SE POSICIONAN LAS MARCAS CBD EN EUROPA?

La mayoría de marcas utilizan un enfoque estratégico basado en 4 pilares:



LEGALIDAD

Cumplen la normativa vigente y evitan claims terapéuticos o de consumo humano.



CALIDAD

Destacan origen, cultivo, extracción, pureza, certificados y perfil de terpenos.



EXPERIENCIA

Cuidan aroma, aspecto, presentación, diseño y la experiencia del cliente en la tienda.



CONFIANZA

Transparencia, educación, atención al cliente y comunicación honesta y profesional.

2. FLORES CBD: CÓMO LAS PRESENTA LA MAYORÍA DE TIENDAS



- Se posicionan como "producto aromático", "coleccionismo" o "uso técnico".
- Suelen incluir la indicación "No apto para combustión".
- Enfocan el producto en su aroma, terpenos, aspecto y calidad del cultivo.
- Evitan cualquier recomendación de consumo o efecto terapéutico.
- Utilizan un lenguaje sensorial y descriptivo (no medicinal).

Ejemplo de comunicación habitual:

"Producto aromático para coleccionismo" • "No destinado al consumo humano" • "No apto para combustión"

3. ACEITES CBD: CÓMO LOS PRESENTA LA MAYORÍA DE MARCAS



- Los posicionan como productos de bienestar, cosméticos o de cuidado personal.
- Comunican calidad, espectro, concentración, origen y método de extracción.
- Evitan claims médicos o promesas de salud.
- Destacan ingredientes naturales y formulaciones transparentes.
- Usan un lenguaje neutro, educativo y profesional.

Ejemplo de comunicación habitual:

"Producto de bienestar y cuidado personal" • "Uso externo" • "Cosmética"

4. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN WELLNESS

Las marcas exitosas se centran en bienestar, estilo de vida y educación.



EDUCACIÓN

Contenido informativo sobre CBD, terpenos, proceso de extracción, cultivo y beneficios del cáñamo (sin claims).



LIFESTYLE

Transmiten bienestar natural, equilibrio, rutinas, autocuidado y conexión con la naturaleza.



ESTÉTICA VISUAL

Fotografía cuidada, colores naturales, diseño minimalista y branding coherente.



COMUNIDAD

Crean comunidad, escuchan, responden dudas y generan confianza.

En redes sociales, evitan palabras sensibles (curar, tratar, medicina, ansiedad, dolor, etc.) y se enfocan en inspiración, conocimiento y experiencia de marca.

5. DISCLAIMERS Y ETIQUETADO HABITUAL

Elementos que suelen incluir la mayoría de tiendas y marcas:

- No destinado al consumo humano.
- No apto para combustión.
- Producto aromático / para coleccionismo (flores).
- Uso externo / cosmético (aceites).
- Mantener fuera del alcance de los niños.
- No superar la dosis diaria recomendada (aceites).
- Consultar con un profesional antes de usar (aceites).
- Cumplimiento del límite legal de THC (<0,2%).

FLOWER CBD
AROMÁTICA
COLECCIONISMO
<0,2% THC

No apto para combustión
No destinado al consumo humano
Mantener fuera del alcance de los niños
Uso técnico / coleccionismo
Producto conforme al Reglamento (UE) 2021/015, THC <0,2%



6. ERRORES COMUNES QUE DEBES EVITAR

- Hacer claims médicos o terapéuticos.
- Prometer curas, alivio de enfermedades o efectos garantizados.
- Usar lenguaje que induzca al consumo humano (en flores).
- No incluir disclaimers o información legal obligatoria.
- Copiar textos de otras marcas sin revisar la normativa.
- Publicitar en plataformas que prohíben CBD sin conocer las restricciones.

7. CLAVES PARA POSICIONAR TU MARCA CON ÉXITO

- Cumple siempre la normativa y comunica con ética.
- Educa a tu cliente y aporta valor real.
- Enfócate en calidad, transparencia y experiencia.
- Cuida tu branding y coherencia visual.
- Crea autoridad de marca a través de contenido útil.
- Construye confianza a largo plazo.
- Piensa en sostenibilidad, comunidad y propósito.



La estrategia no es decir todo lo que puedes, sino comunicar lo correcto de la mejor manera.

EN RESUMEN

Las tiendas que venden flores y aceites de CBD con éxito en Europa lo hacen comunicando bienestar, calidad y experiencia, nunca consumo ni medicación. La clave está en la estrategia, la responsabilidad y la confianza.



TU MISIÓN

Aplica lo aprendido, construye una marca sólida, comunica con claridad y crea productos que aporten valor de forma legal y profesional.

COMUNICA CON RESPONSABILIDAD.
CONSTRUYE CON PROPÓSITO.
CRECE CON CONFIANZA.
TU PROYECTO ES TU FUTURO.

