



Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

Nabbi
Cannabis Medicinal
Modalidad Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

Uwe Mauricio Kustner Escobar

Bogotá, D.C. 12 de julio de 2023



Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

Nabbi
Cannabis Medicinal
Modalidad Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

Uwe Mauricio Kustner Escobar

Bajo la dirección de:
Julián Esteban Gutiérrez Rodríguez Mg.

Bogotá, D.C. 12 de julio de 2023

Tabla de contenido

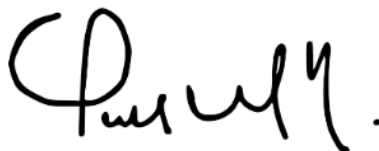
Declaración de originalidad y autonomía.....	5
Declaración de exoneración de responsabilidad.....	6
Lista de figuras	7
Lista de tablas.....	8
Resumen ejecutivo	10
Palabras clave.....	10
Abstract	11
Keywords	11
1. Introducción.....	12
2. Concepto de negocio	15
2.1 Descripción de la idea de negocio.....	15
2.2 Portafolio de productos y/o servicios	30
2.3 Fuentes de ingresos	33
2.4 Portafolio de clientes.....	35
2.5 Posicionamiento en el mercado.....	36
3. Descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento	40
3.1 Propiedad y junta directiva (estructura organizacional).....	41
3.2 Recursos humanos y/o empleados que requiere el emprendimiento.....	41
3.4 Procesos de negocio	43
3.5 Aspectos legales a considerar para la puesta en marcha del emprendimiento	43
4. Descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento	44
4.1 Instalaciones que requiere el emprendimiento	44
4.2 Infraestructura tecnológica y de TIC requerida por el emprendimiento	45
4.3 Descripción de los requerimientos de producción y distribución del emprendimiento.....	45
4.4 Estrategias de financiación del emprendimiento.....	49

4.5 Plan financiero del emprendimiento.....	50
3. Estrategia para el relacionamiento con los clientes y grupos de interés.....	55
5.1 Estrategia de marca (Branding).....	56
5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento.....	59
5.3 Proceso de ventas y servicios	60
5.4 Plan de mercadeo.....	60
5.4.1 Investigación de mercado.....	61
5.4.2 Barreras de entrada.....	64
5.4.3 Amenazas y oportunidades.....	65
5.4.4 Competidores claves.....	65
5.4.5 Precios	69
5.4.6 Canales de distribución	70
5.5 Red de contactos.....	71
Referencias bibliográficas	72

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial (PAE), en la modalidad de proyecto de emprendimiento (plan de negocio) por mi propia cuenta y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este PAE no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

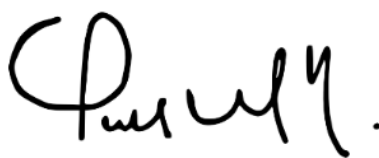


Uwe Mauricio Kustner Escobar

Firmado en Bogotá, D.C. el 12 de julio de 2023

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.



Uwe Mauricio Kustner Escobar

Firmado en Bogotá, D.C. el 12 de julio de 2023

Lista de figuras

Figura 1 Marco Jurídico	18
Figura 2 Principales países con mayor rentabilidad del cannabis	20
Figura 3 Entrevistas a profundidad: preguntas y objetivos	26
Figura 4 Mapa de valor y perfil cliente Nabbi	27
Figura 5 Modelo de negocio Nabbi.....	28
Figura 6 Análisis gráfico de mercado TAM-SAM-SOM.....	34
Figura 7 Proyección del mercado de cannabis en Colombia	36
Figura 8 Organigrama Nabbi.....	41
Figura 9 Logo inicial Nabbi	56
Figura 10 Logos Nabbi.....	58
Figura 11 Redes sociales de Nabbi	59
Figura 12 Género investigación primaria Nabbi	62
Figura 13 Interés en productos naturales.....	62
Figura 14 Productos de consumo de cannabis	63
Figura 15 Curva de valor Nabbi.....	68

Lista de tablas

Tabla 1 Desarrollo del MVP Nabbi.....	29
Tabla 2 Fijación precio Nabbi.....	33
Tabla 3 Composición accionaria Nabbi	41
Tabla 4 Instalaciones e inversión Nabbi	44
Tabla 5 Endeudamiento Nabbi.....	49
Tabla 6 Gastos Administrativos Nabbi	50
Tabla 7 Gastos de ventas Nabbi	51
Tabla 8 Saldos de caja Nabbi	51
Tabla 9 OPEX Nabbi.....	53
Tabla 10 Flujo operativo Nabbi	54
Tabla 11 Flujo de caja Nabbi	54
Tabla 12 Estado de resultados Nabbi	54
Tabla 13 Balance general Nabbi	55
Tabla 14 Ficha técnica de encuesta logo.....	57
Tabla 15 Plan de marketing en redes sociales.....	60
Tabla 16 Características competidores de Nabbi 1	66
Tabla 17 Características competidores de Nabbi 2	67
Tabla 18 Descuentos clientes Nabbi	70
Tabla 19 Canales de distribución Nabbi	70
Tabla 20 Evaluación canales de distribución Nabbi	70

Glosario

Cannabis: Hierba de la familia de las cannabáceas cultivada por la utilidad de su fibra, sus propiedades estupefacientes y terapéuticas o el aceite obtenido de sus semillas (RAE, 2023).

Cannabinoides: La palabra cannabinoides hace referencia a todas aquellas sustancias químicas, independientemente de su origen o estructura, que se enlazan con los receptores cannabinoides del cuerpo y del cerebro, y que tienen efectos similares a los producidos por la planta Cannabis sativa (Fundación Canna, s. f.-b).

Cannabidiol o CBD: El Cannabidiol, también conocido como CBD es uno de los dos componentes cannabinoides más importantes de la planta de cannabis, que se encuentra en proporciones variables dependiendo de la cepa. Mientras que en algunas es mínimo, en otras puede ser el más abundante, o bien puede encontrarse en proporciones más o menos iguales que el THC (Fundación Canna, s. f.-a).

Tetrahidrocannabinol (THC): Comúnmente conocido como THC es el componente psicoactivo (alteración de la percepción y modificación del estado de ánimo) de la planta de cannabis más importante y abundante en las variedades clasificadas precisamente como psicoactivas. Las no psicoactivas conocidas como cáñamo, por normativa internacional deben tener menos del 1% de THC (Fundación Canna, s. f.-c).

Resumen ejecutivo

Nabbi – Cannabis Medicinal

Nabbi nace con la idea de un proyecto de emprendimiento, con fines académicos, cuyo fin está en la comercialización nacional de productos para el cuidado y bienestar personal a base de Cannabidiol (CBD), que se diferencie de las otras propuestas del mercado por su fuerte sentido de responsabilidad social y medio ambiental, así como por el origen de sus cultivos.

El primer producto con el que se estará en el mercado, son las *hemp gummies*, gomitas de CBD, y su operación estará bajo la figura de maquila.

Luego de realizar algunos ejercicios prácticos como entrevistas y mapas de empatía con posibles compradores y de analizar la competencia nacional, se tomó la decisión de implementar un modelo de negocio business to consumer (B2C), el cual permite aplicar estrategias de comunicación a través de medios digitales, para promover la compra y consumo del cliente.

Así mismo, es muy importante generar necesidades de compra responsables, y más aún en productos con componentes desconocidos para muchos, como el CBD, como emprendimiento el enfoque no solo en comercializar un producto, sino en comunicar información real sobre todos sus ingredientes, beneficios y propiedades, buscando además transmitir un mensaje de consciencia social y medio ambiental.

Con el objetivo de aterrizar aún más la idea de negocio, se realizó una segmentación que permitió identificar el tamaño del mercado potencial e identificar los medios a través de los cuales se va a llegar a esos compradores y determinar la estrategia a través de la cual se va a posicionar en el mercado, de la manera más real y costo eficientemente posible.

Finalmente, luego de llevar a cabo cotizaciones y ejercicios de comparación con la competencia se establecieron los costos, precio y proyección de ventas del modelo de negocio, corroborando su factibilidad y potencialidad.

Palabras clave

Cannabidiol, Cannabis sativa, Cannabis, CBD, Gomas.

Abstract

Nabbi – Medical Cannabis

Nabbi was born with the idea of an entrepreneurial project, with academic purposes, whose goal is the national commercialization of products for personal care and wellness based on Cannabidiol (CBD), which differs from other proposals in the market for its strong sense of social and environmental responsibility, as well as for the origin of its crops. The first product with which it will be in the market, are the Hemp Gummies, CBD gummies, and its operation will be under the maquila figure.

After conducting some practical exercises such as interviews and empathy maps with potential buyers and analyzing the national competition, the decision was made to implement a business to consumer (B2C) business model, which allows the application of communication strategies through digital media to promote the purchase and consumption of the customer.

Likewise, it is very important to generate responsible purchasing needs, and even more so in products with unknown components for many, such as CBD, as a venture the focus is not only on marketing a product, but in communicating real information about all its ingredients, benefits and properties, also seeking to convey a message of social and environmental awareness.

In order to further ground the business idea, a segmentation was carried out to identify the size of the potential market and identify the means through which to reach these buyers and determine the strategy through which it will be positioned in the market, in the most realistic and cost-effective way possible.

Finally, after carrying out quotations and comparison exercises with the competition, the costs, price and sales projection of the business model were established, corroborating its feasibility and potential.

Keywords

Cannabidiol, Cannabis sativa, Cannabis, CBD, Gummies.

1. Introducción

Colombia es uno de los principales países productores de cannabis con fines medicinales en América Latina, dejando alrededor de US \$8.8 millones y con una proyección de crecimiento para el 2023 de US \$17 millones. En nuestro país, el mercado del cannabis está en una etapa temprana, pero se espera que crezca significativamente en los próximos años, actualmente la industria cannábica está siendo utilizada cada vez más como ingrediente en productos alimenticios, como bebidas, comestibles y algunos suplementos dietéticos, sin embargo, la regulación en Colombia aún es limitada y se espera que se desarrolle más acelerada en los próximos años. Actualmente, la producción y el uso de cannabis están limitados a fines médicos y científicos, y solo se permite el uso de ciertas variedades de cannabis con bajo o libre en su totalidad de contenido de THC (ExpoCannaBiz, 2023).

De acuerdo con la información obtenida por Euromonitor, en Colombia el aumento de productos naturales ha aumentado alrededor de un 5% para el año 2021 con unas ventas estimadas en COP1,3 billones y se proyecta que las ventas al por menor aumenten a una CAGR de valor actual del 7 % durante el período de pronóstico a COP 1,8 billones. (Euromonitor, 2020).

Algunos de los beneficios del cannabis están centrados en el cuidado de la salud mental, principalmente, como inducir a estado de relajación cuando se consume en cantidades reguladas, al igual que disminuye la sensación de miedo y ansiedad, estudios, han demostrado que también otra de las bondades de la planta está en el alivio del dolor y la reducción de estrés, esto es debido a propiedades analgésicas y relajantes, lo que puede ayudar a aliviar el dolor crónico y reducir los niveles de tensión y ansiedad asociados con ciertas condiciones de salud mental. De igual manera, algunas cepas se han utilizado para el

tratamiento de trastornos, como el de ansiedad generalizada (TAG) y el trastorno de estrés postraumático (TEPT). (Kalapa Clinic, 2020).

Existe evidencia que otras de las bondades que aporta el cannabis son:

- ✓ Alivio del dolor: El cannabis puede ayudar a aliviar el dolor crónico, lo que puede mejorar la calidad de vida de las personas que sufren este tipo de padecimientos.
- ✓ Tratamiento de la depresión: Algunos estudios sugieren que el cannabis puede ser efectivo en el tratamiento de la depresión, especialmente para episodios menores.

Algunas de las tendencias relacionadas con el cuidado personal que predominan en el mundo, de acuerdo con un informe realizado por la ONUDI son: “Preferencias y necesidades del consumidor por cuidarse con productos naturales, sin químicos o ingredientes sintéticos e Interés del consumidor por productos ambiental y socialmente responsables que involucren prácticas inclusivas” (*Informe-01-Onudi-2015-Web-Analisis.pdf*, s. f.)

En los últimos años, ha habido un auge en la popularidad de los productos naturales de cannabis en el mercado colombiano. Esto se debe en gran parte a la legalización de los derivados con fines medicinales en Colombia en el año 2015, lo que ha permitido el desarrollo de una industria de productos naturales de cannabis en el país.

Los productos naturales de cannabis se han utilizado durante siglos para tratar una variedad de dolencias, desde el dolor crónico hasta la ansiedad y la depresión. Ahora, con la apertura del cannabis medicinal en Colombia, los productos naturales se han vuelto más accesibles y populares que nunca.

Los productos naturales de cannabis incluyen una variedad de productos, desde aceites y tinturas hasta cremas y lociones. Estos productos se elaboran a partir de extractos de la planta de cannabis y se utilizan para tratar una variedad de dolencias.

Otra de las ventajas de los productos elaborados a partir de cannabis, es que son una alternativa natural diferente a la medicina convencional, lo que hace se puedan preferir este tipo artículos por su origen de plantas y adicionalmente que no tiene efectos secundarios asociados a los fármacos tradicionales.

Además, los productos naturales de cannabis son cada vez más populares entre los consumidores que buscan productos naturales y orgánicos. Los productos naturales de cannabis se cultivan sin pesticidas ni herbicidas y se procesan sin productos químicos dañinos, lo que los convierte en una opción más saludable para los consumidores. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019)

En Colombia, la industria de productos naturales de cannabis está en pleno auge, con empresas que ofrecen una amplia variedad de productos para el mercado nacional e internacional. Además, las actuales regulaciones en Colombia han atraído a inversores extranjeros interesados en aprovechar el potencial de la industria de productos naturales de cannabis en el país.

Teniendo en cuenta lo anterior, y aprovechando la riqueza de suelos y las condiciones ambientales y geográficas con las que cuenta el país, lo cual permite cultivar en diferentes regiones y tener 4 cosechas al año, este es un sector con altísimo potencial para explorar no solo en el mercado nacional, sino también en el internacional.

Es importante mencionar además la importancia que ha adquirido el canal e-commerce en la comercialización de productos para el cuidado personal, sobre todo en esta nueva realidad, en la que el consumidor permanece más tiempo en su hogar y busca facilitar su vida, mediante la compra de productos en línea. (Ceupe Magazine, 2023). En el año 2020 “en los meses de abril y mayo, se pudo percibir un crecimiento permanente del sector del 12% (en promedio cada semana) mediante este medio de distribución”. (Muñoz, 2020)

En función de lo anteriormente mencionado, surge la idea de crear Nabbi, una comercializadora que, pueda ofrecer al consumidor colombiano variedad de productos a base de CBD para su cuidado personal, en un empaque amigable con el medio ambiente y 100% nacional, que será comercializado a través de la página web empresarial y redes sociales.

2. Concepto de negocio

Nabbi es un proyecto de emprendimiento 100% colombiano. Su línea de productos estará enmarcada por artículos de cannabis medicinal, tanto de consumo, como los de cuidado personal, buscando así integrar la innovación, la naturaleza y el cuidado personal. Inicialmente, el primer producto que estará en el mercado son las Nabbi Gummies, gomas a base de CBD, ofreciendo así, un producto que por los beneficios del cannabidiol (CBD), tiene efectos relajantes, disminuye los niveles de estrés, junto a otros beneficios. Nabbi estará enfocado en ser un proyecto amigable con el medio ambiente, y contribuyendo, al crecimiento económico y social del país. (Project CBD, 2023).

2.1 Descripción de la idea de negocio

Nabbi nace con la idea de ser un emprendimiento con un fuerte enfoque de marketing digital, esta orientación estará ceñida a las actuales regulaciones que existen en mercadeo y publicidad. Las redes sociales que se tendrán están redireccionadas como canal de ventas; llevando a cabo una serie de estrategias y mensajes encaminados a los beneficios del CBD y al sentido de responsabilidad social y medio ambiental que tiene el proyecto.

Para dar inicio a la estructuración de la idea de negocio, es fundamental analizar diferentes temas relacionados con la industria del cannabis y sus componentes, teniendo en cuenta no solo el potencial del mercado, sino además los temas regulatorios alrededor de este,

especialmente los relacionados con el sector de consumo de productos naturales. Por lo anterior se realiza entonces un estudio detallado de los avances que se presentan actualmente en la regulación nacional y que estará desarrollado más adelante, concernientes a la fabricación y comercialización de productos con derivados de cannabis que permiten confirmar la viabilidad de la idea de negocio.

A través de Nabbi, se busca promover la importancia del bienestar personal y autocuidado, mediante la comercialización de productos con CBD de alta calidad, amigable con el medio ambiente, manteniendo así una relación armónica entre la naturaleza y el sentirse bien, contribuyendo además con el crecimiento económico del país.

Así mismo, se quiere lograr ser la marca colombiana de productos con CBD, líder en el bienestar de las personas, manteniendo los más altos estándares de calidad, siendo medioambientalmente sostenibles y socialmente responsables.

Teniendo en cuenta que es muy importante generar necesidades de compra responsables, y más aún en productos con componentes aún desconocidos para muchos, como el CBD, como empresa nos enfocamos no solo en comercializar un producto, sino en comunicar información real sobre todos sus ingredientes, beneficios y propiedades, buscando además transmitir un mensaje de consciencia social y medio ambiental.

Con el objetivo de aterrizar aún más la idea de negocio, se realizó una segmentación lo que permitió definir el tamaño del mercado potencial e identificar los medios a través de los cuales vamos a llegar a esos compradores y determinar cómo será el posicionamiento en el mercado, de la manera más real y costo eficientemente posible.

Finalmente, luego de llevar a cabo cotizaciones y ejercicios de comparación con la competencia se logró establecer los costos, precio y proyección de ventas del proyecto de negocio, corroborando su factibilidad y potencialidad.

Algunos de los factores que se consideran que apalancaran el éxito del negocio son:

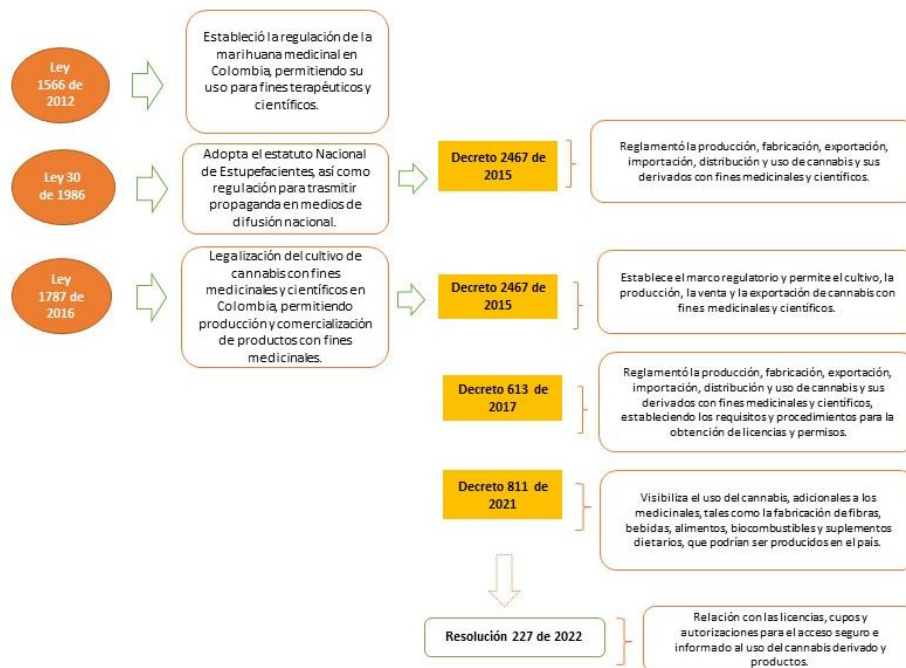
- CBD: Uso del CBD como ingrediente principal en la línea de productos, aprovechando los múltiples beneficios que tiene para el bienestar personal, y la innovación que la utilización de este ingrediente representa.
- Envase y empaque amigable con el medio ambiente: Si bien actualmente existen algunas empresas vendiendo productos para la piel con CBD, los envases y empaques que utilizan para la conservación del producto son plásticos, por lo tanto, generan un alto grado de contaminación en el medio ambiente. Es por esto por lo que Nabbi utilizará un envase biodegradable, elaborado con materiales reciclados, que además de ser ambientalmente amigable, también conserva las propiedades del producto.
- Mano de obra colombiana: Buscando aportar al crecimiento económico y social de nuestro país, el 95% de nuestros productos y el 100% de nuestros procesos serán elaborados de manera nacional y con mano de obra colombiana, procurando apoyar principalmente comunidades vulnerables que cultivan cannabis.

El mercado objetivo para Nabbi se realizó obteniendo información de acuerdo al último Censo Nacional de Población realizado en 2018 y a los índices de consumo de productos obtenidos del DANE en 2022 de consumo de productos naturales y de bienestar personal. Es por esto que teniendo en cuenta las variables que afectan o involucran la industria del cannabis, los sectores y el mercado objetivo, se desarrolló un análisis Pestel para identificar los diferentes factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que generan un impacto en el modelo de negocio de Nabbi, así como las diferentes principales regulaciones que ha tenido el mercado del cannabis.

A continuación, se comparte un resumen del análisis realizado para cada uno de los factores:

Principales regulaciones y normativas para el análisis del mercado del cannabis:

Figura 1 Marco Jurídico



Fuente: Elaboración propia

Político: A partir de la Ley 1787 de 2016 y el Decreto 613 de 2017, por medio de la cual se reguló el acceso al uso clínico y científico del cannabis y sus derivados en el país, se da vía para poder empezar a desarrollar una industria que aún es incipiente, también al ser una industria emergente, la institucionalidad de Colombia hace que se tenga que recurrir a demasiados trámites volviéndose en una burocracia que afecta la asignación de licencias, así

como el otorgamiento de permisos. (Gómez y Guerrero, 2022). La industria se ha venido organizando, por lo que a través del decreto 811 del 2021 se logró extender y optimizar las condiciones para exportar la flor seca, y disminuir algunos trámites al unir algunas de los organismos que participan en el control de la industria en la plataforma del mecanismo de información para el control de cannabis (MICC), así como lograr incorporar en la red productiva del cannabis a otras entidades, como el Ministerio de Salud, la DIAN, y el INVIMA (Ministerio de Salud y Protección Social, 2017).

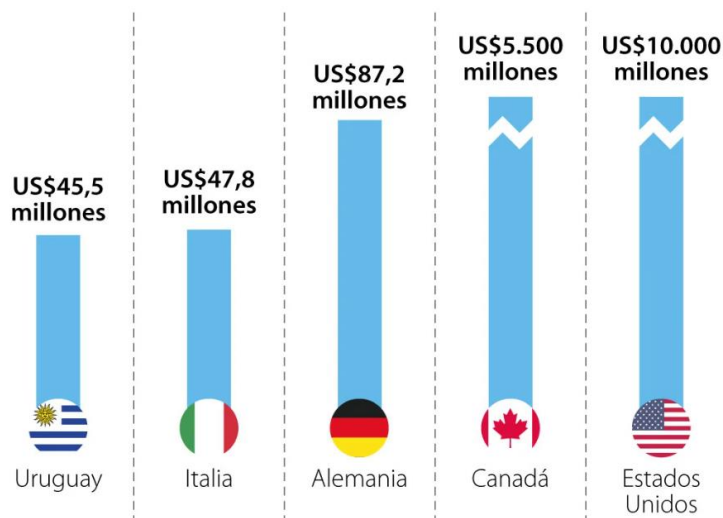
Para el nuevo Gobierno es importante estimular la producción agraria del país, por lo que el sector cannabis se ha convertido en una de sus principales estrategias para potencializar el sector agrícola. Dentro de estas maniobras, el gobierno logró presentar el proyecto de ley que intentaba que en el país se permitiera la venta, compra y comercialización del cannabis en uso adulto (Congreso de la República, 2016). Adicionalmente, en uno de los artículos del proyecto se disponía que los impuestos obtenidos a partir de las actividades comerciales del cannabis, se dispusiera para los territorios afectados por el conflicto armado y por el negocio ilícito de drogas. El mes pasado la plenaria del Senado hundió el proyecto de ley, con una votación de 47 a favor y 43 en contra, uno de sus principales promotores el representante a la cámara, Juan Carlos Losada afirma que “se ha dado un avance gigantesco para poner un tema tan polémico en lo más alto de la agenda pública,” de esta manera la esfera política del país que busca regular el uso del cannabis seguirá buscando despenalizar este sector. (Portafolio, 2023)

Económico: La creciente demanda de productos de consumo para el bienestar personal y cuidado de la salud, es un factor clave que impulsa el mercado global de productos en los últimos años, y se espera que la tendencia continúe, migrando además a una preferencia

por los productos con ingredientes naturales. Así pues “los productos cosméticos y de cuidado personal a base de CBD lideraron el mercado y representaron una participación del 40,9% en 2018. Estos tipos de productos han ido ganando una popularidad creciente en el mercado del cuidado personal.” (Market Analysis Report, 2020).

Esto permite evidenciar que los consumidores mundiales están buscando cada vez más, productos con mayores beneficios para organismo, prefiriendo aquellos con ingredientes naturales y además conscientes del cuidado del medio ambiente. Ejemplo de estos son los mercados internacionales que están en constante crecimiento y evolución. A medida que más países legalizan o regulan el uso terapéutico del cannabis, se ha generado un aumento en la demanda de productos relacionados, lo que se convierte que las ganancias obtenidas sean de millones de dólares:

Figura 2 Principales países con mayor rentabilidad del cannabis



Fuente: Statista 2021

Se observa un aumento en la inversión y la participación de empresas en la industria del cannabis medicinal. Grandes compañías farmacéuticas, empresas de tecnología y de productos de consumo están incursionando en este mercado, especialmente de los países que

le han apostado a la legalización, lo que ha llevado a una mayor demanda de productos relacionados con el cannabis medicinal, como aceites, cápsulas, cremas y otros productos derivados del cannabis con propiedades terapéuticas.

El mercado económico internacional del cannabis medicinal ha sido impulsado por varios factores, incluyendo:

- **Legalización y regulación:** La legalización del cannabis medicinal en diversos países ha permitido el desarrollo de industrias reguladas y seguras para la producción, distribución y venta de productos de cannabis con muchas médicas.
- **Investigación y evidencia científica:** A medida que aumenta la investigación sobre los beneficios médicos del cannabis, se han acumulado más pruebas de sus terapias para el tratamiento de diversas condiciones médicas, como el dolor crónico, la epilepsia, la ansiedad y los efectos secundarios de tratamientos médicos.
- **Cambio de percepción y actitudes:** La percepción pública del cannabis ha evolucionado, y cada vez más personas y profesionales de la salud reconocen sus posibles beneficios medicinales, lo que ha llevado a una mayor demanda de productos relacionados con el cannabis medicinal.
- **Oportunidades comerciales:** La expansión del mercado del cannabis medicinal ha atraído a inversores y empresarios que ven un potencial lucrativo en esta industria emergente.

Un modelo de esto es Estados Unidos, que 16 de los 50 estados permite el uso del cannabis con fines medicinales y su economía en 2021 logró obtener más de US\$26,5 millones y se pronostica que para el 2025 tenga ventas de más de US\$46 millones (Portafolio, 2022).

Por otra parte, en Latinoamérica, Uruguay quienes han legalizado completamente su uso le ha generado ingresos de alrededor de los US\$45,5 millones por actividades comerciales de 40 toneladas anuales (Editorial La República, 2023).

En Colombia, el mercado aún no es representativo, de acuerdo a un estudio de Fedesarrollo, indica que el sector del cannabis genera en promedio 17,3 empleos agrícolas formales por hectárea y podría generar 7.772 en total para el año 2025, y 26.968 y se espera que también aporte más de US\$1700 millones para el 2030 fruto de exportaciones. (Revista Semana, 2023)

Sociales: De acuerdo con el Ministerio de Salud, desde agosto de 2017 se finalizó todo lo concerniente al proceso para regular la fabricación, el uso de las semillas y cultivo del cannabis con propósitos medicinales y científicos, con esto se espera que su consumo en las diferentes variaciones aumente, especialmente en la industria medicinal y en el campo del bienestar gracias a las grandes bondades que se le han venido atribuyendo como alivio de ansiedad, tratamientos para dolores crónicos, mejoras para conciliar el sueño, así como ayudante en el tratamiento de pacientes con enfermedades como Alzheimer, Parkinson y la esclerosis múltiple (Ministerio de Salud, 2019).

Lo anterior representa una puerta para la generación de nuevos empleos, principalmente en las industrias farmacéutica y cosmética que incluyan dentro de sus componentes aquellos derivados del cannabis y además un posicionamiento del país como HUB de innovación. (Ramírez, 2019).

En Colombia, la percepción de la sociedad sobre el uso del cannabis medicinal ha experimentado un cambio significativo en los últimos años. A medida que se ha avanzado en la legalización y su regulación, ha habido una mayor aceptación y comprensión de sus

beneficios terapéuticos. El uso medicinal como una alternativa de tratamiento para diversas condiciones de salud, especialmente las mentales y enfermedades crónicas, hace que la sociedad reconozca el potencial que existe en su uso.

Además, el enfoque de Colombia en la producción y exportación de cannabis medicinal ha generado un interés económico y una percepción favorable en términos de generación de empleo y desarrollo de la industria.

Sin embargo, existe cierta preocupación y escepticismo en algunos sectores de la sociedad, algunas personas aún asocian el cannabis con el consumo recreativo y los estigmas asociados a la marihuana. Temen que la legalización del cannabis medicinal pueda al consumo recreativo sin control. La educación y la divulgación de información precisa son fundamentales para fomentar una comprensión más completa y objetiva del cannabis medicinal en nuestro país. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019)

Tecnológicos: El sector del cannabis medicinal ha experimentado varios desarrollos tecnológicos en los últimos años:

- **Sistemas de cultivo controlados:** Se han desarrollado sistemas de cultivo avanzados que permiten a los productores de cannabis medicinal controlar y optimizar las condiciones ambientales, como la iluminación, la temperatura, la humedad y la nutrición de las plantas.

- **Extracción y purificación de cannabinoides:** La extracción de cannabinoides de la planta de cannabis es un proceso crucial en la producción de medicamentos basados en cannabis. Se han desarrollado métodos avanzados de extracción, como la extracción con dióxido de carbono supercrítico (CO₂) y la extracción con disolventes orgánicos, que permiten obtener cannabinoides puros de alta calidad.

- Tecnología de vaporización: Los vaporizadores se utilizan cada vez más como una forma de consumir cannabis medicinal de manera segura y efectiva. Se han desarrollado vaporizadores avanzados que permiten a los usuarios controlar la temperatura y la liberación de cannabinoides, lo que proporciona una experiencia más personalizada y reducen la exposición a subproductos nocivos de la combustión. (Atehortúa, 2018)

- Plataformas de seguimiento y análisis: Se están desarrollando plataformas digitales que permiten a los productores, dispensarios y médicos realizar un seguimiento de la calidad, el control de inventario, el monitoreo de pacientes y la recopilación de datos en tiempo real. Estas plataformas facilitan la gestión eficiente de la cadena de suministro y ayudan a garantizar la trazabilidad y la conformidad normativa.

- Investigación y desarrollo de nuevos cannabinoides: A medida que la investigación sobre los cannabinoides avanza, se están descubriendo y desarrollando nuevos compuestos con propiedades terapéuticas potenciales. Esto incluye cannabinoides sintéticos y derivados de plantas, que podrían tener aplicaciones médicas específicas y ser más efectivos para tratar ciertas condiciones (Cannaworld Congress, 2022).

Nuestro país ha entrado ya en algunos desarrollos, actualmente existe una plataforma con un software que almacena registros de los cultivos de cannabis en un blockchain “que es como una caja fuerte de información que nadie puede modificar y que le da al consumidor la posibilidad de conocer, a través de un código de barras, todo el historial” (Rodríguez, 2020), con este registro se puede conocer la “información del producto, desde el origen de la semilla, los inventarios, el proceso de cultivo, la cosecha, la extracción del aceite, la elaboración del producto final en una farmacéutica de cualquier parte del mundo y demás información” (Rodríguez, 2020) esto permite que se pueda rastrear el producto que se está utilizando,

validar y confirmar la legalidad del mismo, incrementando así la confianza en la empresa que ofrece al consumidor.

Legales: A partir del 2017, Colombia entró con un marco regulatorio sobre las vías de acceso para el uso médico y científico del cannabis y sus compuestos. La normatividad permite aclarar diferentes aspectos para la regulación de todas aquellas actividades derivadas del cannabis, como su cultivo, comercialización y el uso de las semillas. Este marco legal también propicia el campo de la investigación que le permitirá a Colombia desarrollarse y potencializar su comercialización. A través de las leyes 1787 de 2016 y el Decreto 613 de abril de 2017 el Estado colombiano toma el control y la regulación de todas las actividades provenientes del cultivo de cannabis. Todo el marco que regula las actividades de cultivo, producción y manufactura de productos se convierte en uno de los más completos a nivel internacional, dado que incluyen medidas que contemplan el uso desde la semilla hasta el acceso a los derivados.

Finalmente, junto a los estudios Pestel, también se hizo una evaluación de validación de la oportunidad de negocio:

- Cliente: El estudio del cliente contempló realizar encuestas, entrevistas, mapas de empatía. Según las encuestas, el 90% de las personas encuestadas estaría dispuesta a consumir un producto natural, al hacer el abordaje acerca si estaría interesado en que el producto natural fuera de cannabis con fines medicinales, un 75% de las personas aceptaría hacer uso de productos con este componente. Las personas de la encuesta oscilan en las edades de 25 a 45 años de edad. De este mismo grupo poblacional, las respuestas a los productos que utilizaría serían aceites, gomitas y finalmente sprays.

Respecto al canal de compra el sitio web propio, seguido de las redes sociales serían los preferidos para llevar a cabo la compra y algo que se evidenció es que un 41% de los encuestados ya ha usado productos con componentes del CBD, lo que nos muestra que hay personas que conocen de este sector y que se podrían adoptar como compradores.

- Se desarrollaron 20 entrevistas a profundidad, y por su estructura flexible e interactiva nos ayuda a entrar en mayor confianza con el entrevistado, logrando que resulte más fácil validar hipótesis y construir ese arquetipo de usuario:

Figura 3 Entrevistas a profundidad: preguntas y objetivos

Preguntas	Objetivos
Presentación y el propósito de la entrevista	Obtener consentimiento y dar contexto
Cuéntame si padeces alguna enfermedad o en los últimos 5 años has tenido alguna.	Comprender si tiene algún padecimiento y cómo lo trata o trató para introducir la medicina natural.
¿Qué tipo de medicamentos consume o consumió?	
¿Con qué frecuencia?	
¿Alguna vez en tu vida has usado medicina natural para alguna molestia?	
¿Alguna vez has escuchado acerca del cannabis medicinal?	Establecer cómo percibe el cannabis y si hay estigmas en el uso.
¿Has tenido alguna experiencia personal o conoces a alguien que haya utilizado cannabis medicinal?	
¿Qué información has escuchado o leído sobre los beneficios y riesgos del cannabis medicinal?	
¿Usarías el cannabis con fines medicinales?	
¿Qué riesgos o efectos secundarios crees que podrían estar asociados con su uso?	
¿Crees que existen suficientes medidas de control y seguridad en torno al uso del cannabis medicinal?	Entender acerca de las regulaciones.

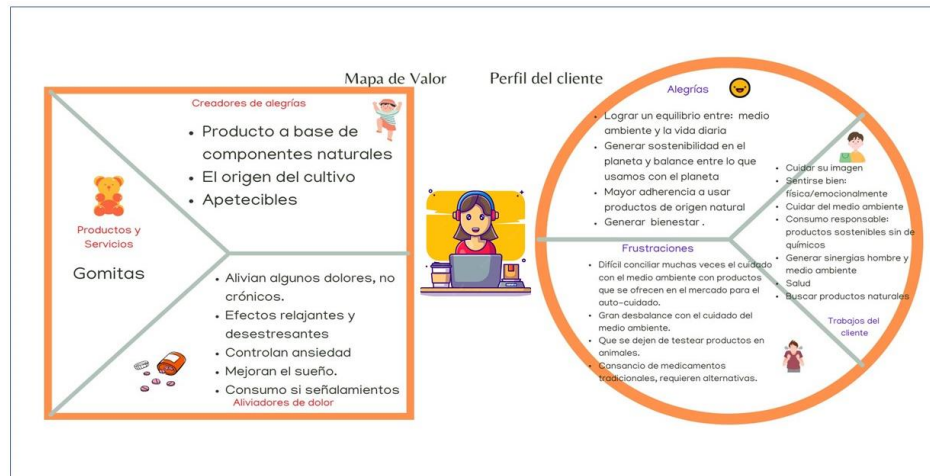
Si te pusieran a escoger entre una pasta/pastilla/cápsula a una goma que posee beneficios para tratar algunas molestias, dime con cuál te quedarías.	Identificar el lanzamiento del primer producto qué percepción genera.
Si has tenido alguna experiencia personal con el uso del cannabis medicinal, ¿puedes compartir cómo ha sido?	Identificar experiencias acerca del uso.

Fuente: Elaboración propia

-
- De las respuestas y la interacción que se logró nos permitieron explorar el conocimiento y la manera en que las personas interactúan con el cannabis. Se evidencia que hay temor aún por el uso de productos de cannabis, especialmente porque se cree que pueden generar adicción. Las personas mostraron interés en consumir productos naturales, libre de algún tipo de químico y de crueldad animal. Al preguntarles por consumir gomas que tenga beneficios muy aproximados a los de una pastilla, reaccionaron con agrado, pues prefieren consumir un producto similar a un “dulce” que un fármaco. Adicionalmente, aquí también se concluyó la labor que se debe hacer en educar referente a los beneficios del CBD y que este tipo de productos medicinales están libres de THC, tetrahidrocannabinol, el componente psicoactivo del cannabis.

A través de estas validaciones que se hicieron, se encontraron características que perfilan a los clientes consumidores de Nabbi y construir mapas de empatía:

Figura 4 Mapa de valor y perfil cliente Nabbi



Fuente: Elaboración propia

Estas personas actualmente consumen productos naturales, muchos de ellos están buscando en este tipo de alternativas lograr un equilibrio entre productos que le ayuden a su cuerpo, pero que no contenga químicos. Así mismo, estas personas buscan estar en su día a día más tranquilas y poder llevar a cabo sus actividades con cierto grado de relajación. En el punto de portafolio de cliente se desglosarán también características de estas validaciones.

De igual manera, se logró desarrollar el modelo de negocio desde el canvas:

Figura 5 Modelo de negocio Nabbi



Fuente: Elaboración propia

Así se establecieron aspectos claves para pensar en una aproximación de lo que sería el desarrollo del negocio, actividades, relacionamiento, canales y segmentación; puntos que se estarán desarrollando a lo largo del documento.

Dentro del desarrollo del mínimo producto viable (MVP), se han identificado tres características esenciales para el desarrollo del emprendimiento, la primera tiene que ver con el servicio de compra que estaría en primera fase del proyecto, la segunda con el envase del producto y la tercera con el sabor que tendrían las Nabbi Gummies:

Tabla 1 Desarrollo del MVP Nabbi

<p>Servicio de compra</p>	<p>Mediante un Service Blueprint se logró entender e identificar la experiencia de compra de cliente a través de Instagram. En la identificación de los pasos, se obtuvo que es necesario tener un sitio web dedicado al canal transaccional. Atender a los clientes para hacer efectiva la compra mediante</p>
----------------------------------	---

	mensaje directo demanda una alta operatividad, al igual que retrasaría la transacción por estar generando links de pago para cada proceso de compra.
Envase del producto	El MVP que se desarrolló fue a base de kraft, elaborados a partir de fibras naturales y reciclables y reutilizables. Se hicieron pruebas de impresión offset y digital. Algunas recomendaciones que se obtuvieron es la posibilidad de a futuro manejar envase de vidrio por el impacto ambiental que es menor, al igual que se puede generar oportunidad de reenvasado de producto.
Sabor del producto	Las características que se definieron del sabor de las gomas endulzadas con edulcorante, bajas en niveles de dulce, sin conservantes. El objetivo principal es eliminar el amargor del cannabis pero que se conserve todas las propiedades del CBD.

Fuente: Elaboración propia

2.2 Portafolio de productos y/o servicios

Una vez realizado el previo estudio y comparación entre la principal competencia a en el mercado nacional, es importante resaltar que, en un inicio, el emprendimiento se dedicará a comercializar un solo producto especializado: las gomas a base de CBD. Estas serán gomas producidas en Colombia, bajo el modelo de maquila marca propia, formulada y desarrollada por un laboratorio 100% nacional, que cumple con los más altos estándares de calidad y certificaciones necesarias para el desarrollo de productos, y que además comparte los valores corporativos de Nabbi.

Las gomas tendrán como componente principal el CBD, también llamado cannabidiol, “compuesto natural que se encuentra en la flor resinosa del cannabis [...] es uno de los más de cien fitocannabinoides, que son exclusivos del cannabis y le confieren a la

planta su robusto perfil terapéutico” (Project CBD, 2021), es el componente no psicoactivo de esta planta y tiene múltiples beneficios tanto para el tratamiento de enfermedades crónicas, así como beneficios terapéuticos. Algunos de las ayudas asociadas al CBD en consumo son un fuerte aliviador del dolor (migrañas, dolores menstruales, reumatismo, entre otras.), reducen inflamaciones, combate el insomnio y la inapetencia, mejora la memoria y la concentración (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).

Adicionalmente el producto estará envasado en un empaque a base de trigo, que no solamente conservará de manera adecuada el producto, sino que además será biodegradable y por lo tanto amigable con el medio ambiente. De esta manera continuaremos cumpliendo con nuestra política de sostenibilidad en la que no utilizaremos plástico en nuestro producto, pues el impacto que genera en el medio ambiente es muy alto y existen alternativas naturales en el mercado que suplen este material con las mismas condiciones de preservación.

Así entonces, Nabbi será un emprendimiento 100% colombiano que comercializará gomas a base de CBD, en un empaque amigable con el medio ambiente, que además conservará las características del producto.

La estrategia de posicionamiento de Nabbi estará fundamentada tanto en nuestro producto, como en nuestro consumidor. Para empezar, haremos especial énfasis en la diferenciación, pues como se indicó anteriormente, se ofrecerá un producto cuyas principales promesas son el compromiso con el medio ambiente y la innovación, tanto en la formulación del producto, por el uso de un ingrediente como el CBD, como en su envasado y etiquetado. La calidad del producto será altísima, pues se trabajará con un laboratorio colombiano certificado en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), con experiencia en la producción de diferentes productos con ingredientes naturales y el precio será similar al de la competencia.

Por otro lado, los beneficios y *claims* que el producto por sí mismo ofrece al consumidor, serán claves en la estrategia y será este mismo quien al enamorarse de la marca servirá como embajador de la marca y atraerá nuevos clientes.

Nabbi se posicionará en este segmento del cannabis, con un estilo de vida saludable, interés en el bienestar personal y conscientes de la importancia de usar productos amigables con el medio ambiente. Sin embargo, en la medida en la que la empresa sea reconocida, el portafolio de productos se incrementará y pasaremos a adoptar una posición de retadores y finalmente de líderes del mercado.

d. Cómo fijará el precio de su producto o servicio:

Nabbi es un emprendimiento que será comercializador y distribuidor, por tal razón el precio se basa en el costo de ventas, el cual se determina por el sistema de inventario promedio ponderado. También se tienen en cuenta otros costos de venta asociados al producto, tales como materiales indirectos, mano de obra y costos indirectos.

Para determinar el precio base de nuestro producto, tomamos como referencia al principal comercializador de este producto en Colombia:

- Just CBD: Precio frasco de 250 mg (\$85.326) + costo de envío (\$14.229)

De acuerdo con las entrevistas realizadas, las personas que participaron en este estudio y que consideraban que el precio de los productos de cannabis debía tener un precio intermedio y accesible a todo el público, la estrategia de precio seleccionada por Nabbi fue fijar un precio similar al de la competencia, de COP \$70.000 sin incluir el envío:

Tabla 2 Fijación precio Nabbi

COSTO	23.155
UTILIDAD	66%
<hr/>	
COSTO	
(1 - % UTILIDAD)	
<hr/>	
PRECIO	68.103
-COSTO	23.155
=UTILIDAD	44.948
PRECIO DE VENTA	70.000

Ahora, es importante tener en cuenta otros costos que puedan impactar al consumidor y debido a que este es un producto natural que hasta hace poco fue despenalizado para uso medicinal, es incierto predecir los diferentes factores que pueden surgir en torno a la legislación, lo cual puede ocasionar que en algún momento no se pueda comercializar y por lo tanto los consumidores no tengan la posibilidad de adquirirlo.

Otro factor que puede afectar el costo para el consumidor es que la producción de cannabis se limite a tal punto que se vuelva muy costosa la materia prima y sea necesario subir el precio del producto haciendo que no sea tan asequible para la mayoría de los estratos socioeconómicos. Sin embargo, puede ocurrir lo contrario, que la producción se libere y la materia prima baje de precio lo que bajaría el costo de producción lo que permitiría que se mantengan los precios y se incrementen las estrategias para ser más competitivos.

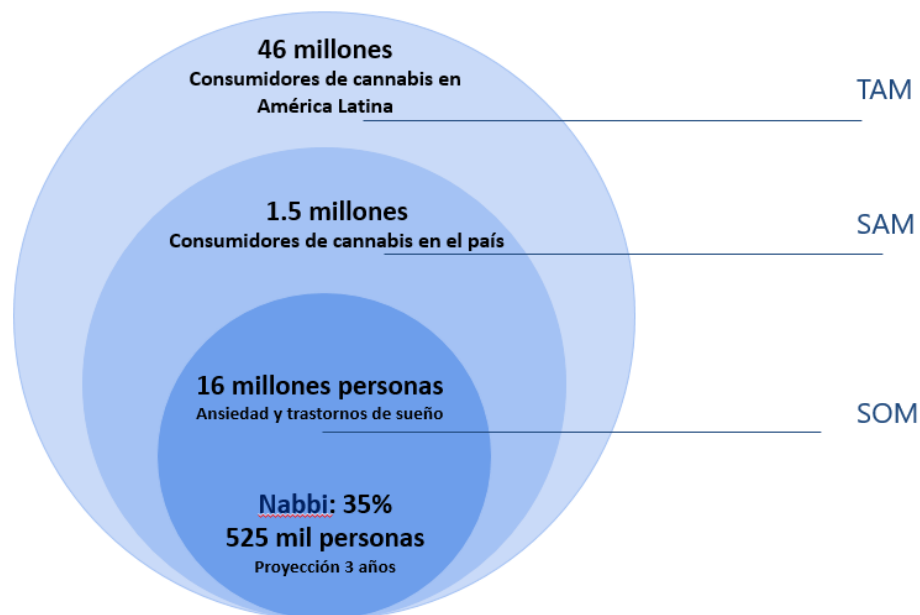
2.3 Fuentes de ingresos

Las proyecciones en fuentes de ingresos, se realizaron tomando el TAM (mercado total), SAM (volumen del mercado al que podemos llegar) y el SOM (mercado que Nabbi puede conseguir a un corto plazo).

De acuerdo a los estudios realizados por Procolombia, los valores que se estiman para el sector de los productos de cannabis son difícil de valorar con exactitud; ya que esta es una industria nueva en términos de regulación y con variedad de aplicaciones, especialmente para el mercado latinoamericano. Se tomaron para el ejercicio de TAM- SAM y SOM el reporte obtenido por New Frontier Data, en América Latina se estima un mercado de consumo de cannabis de unos 46 millones de personas, en Colombia los consumidores para el 2021 se reportaron en 1.5 millones, y frente a que estamos proyectando un mercado especialmente para personas que el cannabis les ayude a tratar el sueño y disminuir síntomas de ansiedad, se tomó un 35% de este segmento. (Procolombia, 2020).

Con este análisis, se llevó a cabo el grafico de mercado:

Figura 6 Análisis grafico de mercado TAM-SAM-SOM



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de New Frontier Data.

Se evidenció que, la inversión inicial puede ser cubierta bajo el modelo *Friends, Family and Fools*, esto quiere decir que los socios como círculo más cercano estaría en la apuesta financiera, por lo que no se necesitan inversionistas externos ni tampoco apalancamiento del sector financiero. Esto permite comenzar sin deudas y con un buen flujo de caja.

2.4 Portafolio de clientes

El producto está dirigido a personas mayores de edad, que se encuentran con trastornos de sueño y presentan niveles bajos de ansiedad, de acuerdo al último estudio de salud Mental por parte del Ministerio de Salud de 2022 son más de 16 millones de personas con estos padecimientos, los cuales podrían estar interesados en productos de origen natural, y que deseen encontrar un producto de fácil consumo, a un valor asequible y que genere el menor impacto posible en el medio ambiente.

El nivel económico deseado de los consumidores potenciales está en el rango de los 2 SMMLV hacía arriba. Teniendo en cuenta el nivel económico esperado, se presume que el nivel educativo mínimo que tenga esta población sea de estudios de pregrado.

Inicialmente el producto estará disponible en Colombia y especialmente su comercialización estará operando en Bogotá, razón por la cual la ubicación del mercado objetivo se tomó bajo esta locación. El producto puede ser usado indistintamente por hombres y mujeres.

Dentro de los intereses de los clientes potenciales están: la vida saludable, medio ambiente, viajes, tecnología, ejercicio al aire libre, camping, productos innovadores. El estilo

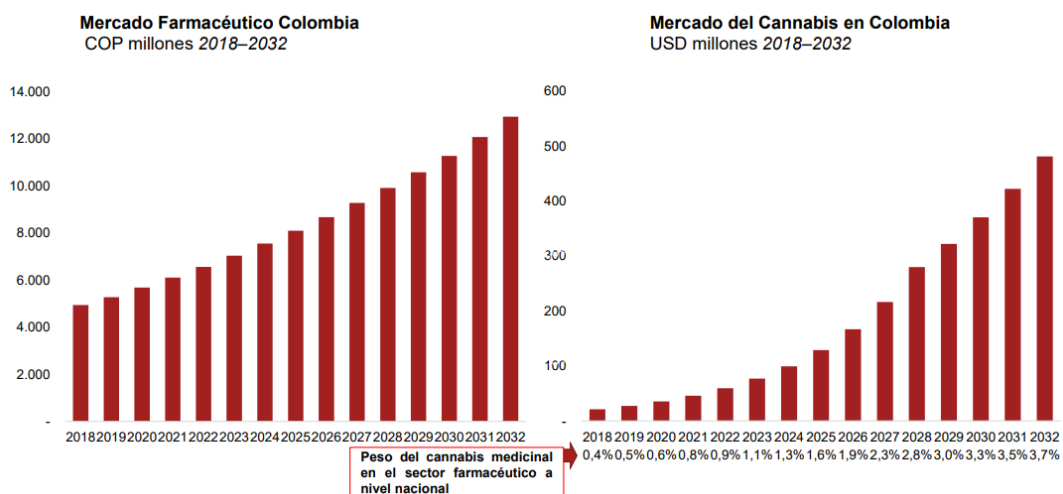
de vida es de una carga laboral alta, su principal medio de compra es internet, se preocupan por el cuidado personal y realizan dos o tres viajes al año.

Son personas preocupadas por el medio ambiente, en busca de mejor posición laboral, con vidas tranquilas y cuya principal motivación es el bienestar personal.

2.5 Posicionamiento en el mercado

En Colombia el sector del cannabis medicinal es promisorio, para el año 2025 en nuestro país se proyecta que esta industria genere ingresos por los US\$791 millones dólares (Kannabia, 2017). De acuerdo a los estudios proporcionados por Procolombia, estima un monto global, es decir que a 2025 los ingresos de la industria se proyectan a los 54 billones de pesos, de los cuales Colombia espera tener un 15% es decir, alrededor de los 8,1 billones de pesos. Este nuevo mercado espera tener para los próximos cinco años una participación estimada del 3.29%

Figura 7 Proyección del mercado de cannabis en Colombia



Fuente: Euromonitor

Colombia consume el 0.22 % de cannabis medicinal a nivel mundial. Este consumo interno puede llegar a 0.28% en 2030.

El mercado más interesante hoy en día es Norte América, sin embargo, es importante tener como referentes a Europa, ya que éstos dos concentrarán el 87% del consumo a nivel mundial.

Es así como a través de las 4p's se llevará cabo nuestro posicionamiento del mercado para llevarse a cabo en el país:

Plaza:

La comercialización de Nabbi se realizará a través del canal e-commerce, utilizando la página web propia, que contará con carrito de compras y pasarela de pagos. Así entonces, en un inicio por lo menos, no tendremos intermediarios en nuestro proceso de comercialización y distribución.

Adicionalmente se tiene proyectado hacer presencia en diferentes redes sociales como lo son: Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, Twitter, Pinterest y LinKedin y generar contenido especializado para cada una de ellas.

La forma de atraer el público será con micro-influencers, marketing, talleres gratuitos sobre el cuidado de la piel y tendencias actuales de moda y maquillaje; realizando alianzas estratégicas con emprendimientos complementarios, publicando en las redes sociales, haciendo concursos para que obtengan el producto y enviando muestras gratis.

Promoción:

En cuanto a la promoción que se puede hacer es importante tener a consideración el marco jurídico que existe para la industria del cannabis:

1. El cannabis medicinal está permitido en Colombia para uso terapéutico y científico, siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos y se obtengan las licencias correspondientes.
2. El cultivo, la producción, la venta y la exportación de cannabis medicinal están regulados por el Ministerio de Salud y Protección Social.
3. Los pacientes que deseen utilizar cannabis medicinal deben obtener una prescripción médica y registrarse en el Registro Nacional de Usuarios de Cannabis Medicinal.
4. Los productos de cannabis medicinal deben cumplir con ciertos estándares de calidad y seguridad, y deben ser producidos por empresas autorizadas por el Ministerio de Salud y Protección Social.
5. La publicidad de productos de cannabis medicinal está regulada y debe cumplir con ciertas normas y regulaciones, como la prohibición de publicidad dirigida a menores de edad y la obligación de incluir advertencias sobre los posibles efectos adversos del consumo de cannabis.

Teniendo en cuenta estas consideraciones y que somos un emprendimiento nuevo y los recursos económicos deben optimizarse de la mejor manera, se optará por dos estrategias de comunicación: marketing directo, social media marketing, y presencia en eventos y experiencias.

- Marketing Directo: Comunicación directa que solicita una respuesta directa de clientes específicos.
- Social Media Marketing: Medios digitales para mantener relaciones e interacciones de los consumidores con la marca.

- Eventos: Presencia en Expomedeweed, Expo Bogotá Cannabis, BizCann, entre otros, con el objetivo de mostrar el producto y posicionar la marca.

En Colombia, la publicidad de productos de cannabis medicinal está autorizada en medios especializados y dirigidos a profesionales de la salud, siempre y cuando cumpla con ciertos requisitos y restricciones establecidos por el marco jurídico existente. Algunos de los medios especializados en los que se puede hacer publicidad de productos de cannabis medicinal son revistas y publicaciones científicas, congresos y eventos médicos, y sitios web especializados en salud y medicina. Es importante tener en cuenta que la publicidad debe ser clara, veraz y no engañosa, y debe cumplir con todas las normas y regulaciones establecidas por el Ministerio de Salud y Protección Social.

En cuanto a redes sociales es limitante aún el uso de estos canales, los post se pueden hacer siempre y cuando sea bajo la categoría de cosméticos y en otras líneas en la categoría de cuidado personal, salvaguardando las condiciones normativas.

De acuerdo con el artículo 47 de la resolución 227 de 2022, es posible publicitar el cannabis como materia prima. Sin embargo, la publicidad sólo puede realizarse cuando el cultivo del que provienen esté inscrito en el Registro Nacional de Cultivares Comerciales del ICA, así como la publicidad de fitoterapéuticos, homeopáticos y medicamentos que contienen cannabis debe estar acorde a lo establecido en el Decreto 677 de 1995 y de las Resoluciones 4320 de 2004 y 1478 de 2006.

El mensaje que queremos transmitir teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, es el de un producto innovador, natural, amigable con el medio ambiente, responsable socialmente, a un precio justo y que contribuye al crecimiento de Colombia y su gente. Para esto utilizaremos como principal medio de comunicación Instagram.

Precio:

Nabbi cuenta con un precio competitivo en el mercado como se analizó en el apartado 2 de productos y servicios y en el 5.4.5. de precios. El valor con el que se lanzará las Nabbi Gummies, permite afianzar y cautivar a clientes

Producto

Las Nabbi Gummies, que son gomas a base de CBD y el primer producto lanzado al mercado, el cual busca brindar bienestar para el día a día y para aquellos momentos de intranquilidad. Queremos crear, promover y generar una cultura de información y disfrute a través de la elaboración de productos con CBD de origen natural.

Cada gomita de un empaque de 15 gomas, contiene 2.5 mg de CBD derivado de extracto de cañamo (Hemp), que podrás consumir en cualquier momento del día.

Teniendo en cuenta que nuestra marca y producto son nuevos consideramos que se debe hacer una inversión inicial alta para lograr posicionamiento del mercado potencial para conseguir a corto plazo, el cual se proyecta alcanzar a tres años, por lo anterior el presupuesto inicial para la estrategia de marketing será del 12% del total de la inversión.

3. Descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento

3.1 Propiedad y junta directiva (estructura organizacional)

Nabbi se constituirá por acciones simplificadas (S.A.S.). Para la composición accionaria se tendrá en cuenta los aportes realizados por los participantes que están inmersos en la realización del proyecto. La estructura accionaria estará desarrollada de la siguiente manera:

Tabla 3 Composición accionaria Nabbi

Accionista	Participación
Carlos Alberto Ramos	40%
Uwe Mauricio Kustner	60%

Fuente: Elaboración propia

3.2 Recursos humanos y/o empleados que requiere el emprendimiento

Se proyecta que luego del primer año de operación de Nabbi, se pueda ir consolidando la estructura organizacional con el fin de realizar de manera más eficaz las tareas a ejecutar y poder obtener mejores resultados. La estructura proyectada es:

Figura 8 Organigrama Nabbi



Fuente: Elaboración propia

Chief Executive Officer – CEO: Estará encargado de diseñar y apalancar todas las estrategias que Nabbi requiere para lograr los objetivos y el correcto funcionamiento del negocio.

Chief Financial Officer - CFO: Bajo este cargo se contará con un experto que dirija las decisiones financieras de Nabbi. Este CFO ejecutará toda la planeación financiera y velará por una adecuada contabilidad y desarrollo de los negocios.

Chief Marketing Officer – CMO: A través de esta gerencia se ejecutarán las responsabilidades de publicidad, ventas, desarrollo de productos de cannabis, diferentes estudios del comportamiento del mercado, así como la exitosa ejecución del canal de ventas.

Dentro de esta gerencia se tendrá un(a) asesor comercial que acompañe todo el proceso de comercialización, venta y manejo de redes sociales. Dará un acompañamiento a los clientes y usuarios de Nabbi sobre las líneas de producto.

Asesoría Externa Legal: Con la prestación de expertos abogados, se busca un adecuado asesoramiento legal, así como la continua atención para formular estrategias encaminadas a una correcta política de gobernanza y la supervisión de procesos internos y externos: contratación, adquisición de servicios y diferentes tipos de negociación.

3.3 Descripción de socios y/o alianzas que requieren el emprendimiento

Para poder crear Nabbi, se han tenido que generar alianzas con el sector propio del cannabis, especialmente para poder entender las dinámicas de este sector.

Una de las principales aliadas a lograr es con la Asociación Colombiana de Industrias de Cannabis – Asocolcanna, A través de esa asociación que promueve, protege y orienta todo lo referente al sector de cannabis, permitirá llegar de manera mucho más amplia a diferentes públicos de interés.

3.4 Procesos de negocio

Para llevar a cabo la idea de negocio, se investigó como estaba el mercado del cannabis en el país, las fortalezas que tenemos en la industria y la manera de cómo potencializarlo. Adicionalmente, se mapeo las bondades o beneficios que tiene el cannabis para la salud humana.

Es importante resaltar que como se ha mencionado, en un inicio, Nabbi solo estará comercializando un solo producto, las *hemp gummies*, estas gomas a base de CBD que estarán bajo el modelo de maquila marca propia, formulada y desarrollada por un laboratorio nacional.

3.5 Aspectos legales a considerar para la puesta en marcha del emprendimiento

A partir del 2017, Colombia entró con un marco regulatorio sobre las vías de acceso para el uso médico y científico del cannabis y sus compuestos. La normatividad permite aclarar diferentes aspectos para la regulación de todas aquellas actividades derivadas del cannabis, como su cultivo, comercialización y el uso de las semillas. Este marco legal también propicia el campo de la investigación que le permitirá a Colombia desarrollarse y potencializar su comercialización. A través de las leyes 1787 de 2016 y el Decreto 613 de abril de 2017 el Estado colombiano toma el control y la regulación de todas las actividades provenientes del cultivo de cannabis. Todo el marco que regula las actividades de cultivo,

producción y manufactura de productos se convierte en uno de los más completos a nivel internacional, dado que incluyen medidas que contemplan el uso desde la semilla hasta el acceso a los derivados.

El pasado 28 de marzo la Comisión Primera de la Cámara de Representantes aprobó el proyecto de ley que regula el cannabis de uso adulto, de esta manera se aplica una excepción a la prohibición absoluta que está trazada en el artículo 49 de la Constitución Política de Colombia y en consecuencia se autoriza la compra, venta y distribución y comercialización de cannabis y sus derivados en población mayor de edad.

4. Descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento

4.1 Instalaciones que requiere el emprendimiento

Para la operación a futuro de Nabbi se ha identificado alquilar una oficina de 14 m², con el fin de tener una oficina para el apoyo de las operaciones comerciales. Se requiere hacer una inversión inicial de adecuación del espacio:

Tabla 4 Instalaciones e inversión Nabbi

Requerimiento	Costo (COP)
Arrendamiento local anual	\$22.000.000
Adecuaciones	\$9.500.000
Mobiliario	\$4.000.000
Equipamiento en computador y papelería	\$4.500.000

Fuente: Elaboración propia

4.2 Infraestructura tecnológica y de TIC requerida por el emprendimiento

Para el desarrollo de Nabbi, se espera contar con el sitio web: www.nabbi.co, tener presencia inicialmente en las redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok. Así mismo como el principal canal de ventas es online, se tendrá Whastapp Business y una línea telefónica. Finalmente, al estar el proyecto bajo la figura de maquila, este externo cuenta con:

Equipos de análisis químico: Incluyen espectrofotómetros, cromatógrafos, espectrómetros de masas, equipos de titulación, entre otros. Estos equipos permiten realizar análisis químicos y físicos de muestras para determinar su composición y características.

Equipos de microbiología: Esto puede incluir incubadoras, autoclaves, microscopios, equipos de PCR, entre otros. Estos equipos son esenciales para realizar pruebas microbiológicas, como la detección de microorganismos patógenos o la evaluación de la calidad microbiológica de los productos.

Equipos de control de calidad: Esto puede incluir balanzas de precisión, pHmetros, medidores de temperatura, equipos de viscosidad, entre otros. Estos equipos permiten realizar pruebas de control de calidad para garantizar que los productos cumplan con los estándares establecidos.

4.3 Descripción de los requerimientos de producción y distribución del emprendimiento

Buscando contribuir además con el crecimiento económico y social del país, el 95% de nuestros procesos de producción, comercialización y proveeduría se realizarán de manera local, con miras a convertir este porcentaje en un 100% en la medida en la que las necesidades de Nabbi y la oferta nacional disponible lo permitan.

El trabajo como estará bajo maquila, hará que su rentabilidad sea más alta y con algunas ventajas como:

- Al ser un emprendimiento, utilizar la figura de maquila va a permitir que Nabbi sea más competitiva, dado que tendrá una manufactura estandarizada, haciendo que el producto sea de muy buena calidad y con una estructura de costos más ajustada.
- Una vez la regulación lo permita se podrá reducir procesos y gestiones, como permisos que se requieran.
- Disminuir costos y gastos administrativos, dado que toda la producción estará en manos de la maquiladora.
- Con el servicio de maquila, se garantiza que el producto está en manos de personal competente.
- Nabbi ahorrará en instalaciones.
- Nabbi estará concentrada en la comercialización del producto.
- El negocio crecerá con un capital de trabajo más reducido.

Con la maquiladora se establecerán medidas de seguridad y confidencialidad en el proceso de producción y distribución:

1. Establecer un acuerdo de confidencialidad: Antes de compartir la fórmula con la empresa de maquila, Nabbi establecerá un acuerdo de confidencialidad que establezca los términos y condiciones de la protección de la información.
2. Limitar el acceso a la fórmula: Solo las personas autorizadas deben tener acceso a la información, y se debe establecer un sistema de control de acceso para garantizar que no se comparta con terceros.
3. Monitorear el proceso de producción: Se debe supervisar el proceso de producción de cerca para garantizar que se está utilizando la fórmula solo para los fines acordados.

4. Establecer consecuencias legales: Se deben establecer consecuencias legales en caso de que se incumpla el acuerdo de confidencialidad o se utilice la fórmula para otros fines.

Así mismo, es importante las pautas que establece el Invima para solicitar el registro sanitario, tener la documentación técnica del producto que incluye información sobre la composición, proceso de fabricación, características físico-químicas, análisis microbiológicos, entre otros. Si la solicitud es aprobada, el Invima emitirá un certificado de registro sanitario para el producto alimenticio. Este certificado es necesario para la comercialización del producto en nuestro país.

De esta manera, se hará especial énfasis en la diferenciación, pues como se indicó anteriormente, se ofrecerá un producto cuyas principales promesas son el compromiso con el medio ambiente y la innovación, tanto en la formulación del producto, por el uso de un ingrediente como el CBD, como en su envasado y etiquetado. La calidad del producto será altísima, pues el laboratorio está certificado en BPM, con experiencia en la producción de productos naturales.

Longitud del canal

En Nabbi se utilizará dos canales para la distribución:

- Canal medio: Actúa de intermediario entre Nabbi y nuestros consumidores, se manejará medios digitales como el correo electrónico, redes sociales y pago de pauta en línea.
- Canal directo: Este canal Nabbi lo tiene proyectado a más de tres años, de acuerdo a los estados financieros se proyecta que luego de este tiempo se pueda llegar a vender los productos a nuestros consumidores finales a través de una tienda física.

Con base en lo anterior se plantea tener canales de distribución on line como son las tiendas virtuales y los Marketplace de productos de cuidado personal y consumo natural.

El número de intermediarios que median en la comercialización son:

- El canal directo: Proveedor – Nabbi – Consumidor

El producto estará disponible en el territorio colombiano, su principal operación es Bogotá, pero podrá despachar en las siguientes regiones:

- Región Andina (Tolima, Santander, Risaralda, Quindío, Norte de Santander, Huila, Cundinamarca, Caldas, Boyacá, Bogotá y Antioquia,)
- Región Caribe (Atlántico, Bolívar, Magdalena, Cesar, Córdoba y Sucre)
- Región Pacífica (Valle del Cauca, Cauca y Nariño)
- Región Insular (San Andrés).

Anchura del canal

El canal será de distribución para Nabbi será selectivo y se ha proyectado de la siguiente manera:

1. Tiendas distribuidoras especializadas: En Colombia, las tiendas especializadas en productos de cannabis medicinal están autorizadas para vender estos productos. Este canal de distribución puede ser efectivo para llegar a un público interesado en productos de salud y bienestar.

2. Comercio electrónico: El comercio electrónico es una opción cada vez más popular en Colombia, y puede ser una buena alternativa para Nabbi para llegar a un público más amplio y diverso. Además, permite una mayor comodidad y privacidad para los clientes. Claro está, salvaguardando las regulaciones jurídicas existentes.

Para el comercio electrónico que será ser el canal más inmediato, el público para Nabbi por este medio son los millennials y parte de la Generación Z dado que han crecido en un entorno digital y están más familiarizados con las compras en línea. Sin embargo, por las encuestas realizadas personas de alrededor de los 45 años también están adoptando esta forma de compra.

En cuanto al género, se ha identificado que las mujeres suelen ser las que más utilizan este canal, ya que valoran la comodidad y la facilidad de comprar en línea.

Nabbi cuenta con un proveedor certificado que proveerá el producto, también se tienen los proveedores para los envases y empaques que cuentan con todas las exigencias legales, sanitarias y respeta los valores de nuestra marca. Con esto aseguramos que el inventario se encuentre siempre disponible.

4.4 Estrategias de financiación del emprendimiento

Las estrategias de financiación planeadas para Nabbi, se encuentran establecidas a través de dos fuentes, una se llevaría a cabo con recursos propios de los dos inversionistas, y la segunda a través de un préstamo bancario.

Dentro de los requerimientos de financiación, se tendrá un grado de endeudamiento de un 30%, con una tasa de interés nominal del 21%, fijándose el crédito para pagarse a cinco años por un valor de \$6.361.072:

Tabla 5 Endeudamiento Nabbi

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo del Pasivo	\$ 5.088.858	\$ 3.816.643	\$ 2.544.429	\$ 1.272.214	\$ 0
Amortización a capital	\$ 1.272.214	\$ 1.272.214	\$ 1.272.214	\$ 1.272.214	\$ 1.272.214
Intereses	\$ 1.335.825	\$ 1.068.660	\$ 801.495	\$ 534.330	\$ 267.165

Fuente: Elaboración propia

4.5 Plan financiero del emprendimiento

Gastos Administrativos:

Los gastos en los que incurre Nabbi para llevar a cabo la gestión, organización, así como el gestionar los gastos con eficiencia, con el fin de garantizar la continuidad y fomentar el crecimiento del negocio en el mercado:

Tabla 6 Gastos Administrativos Nabbi

	2022	2023	2024	2025	2026
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Salarios	\$ 2.200.000,00	\$ 2.402.400,00	\$ 2.556.153,60	\$ 2.660.955,90	\$ 2.764.733,18
Papelería	\$ 20.000,00	\$ 21.840,00	\$ 23.237,76	\$ 24.190,51	\$ 25.133,94
Plan celular	\$ 50.000,00	\$ 54.600,00	\$ 58.094,40	\$ 60.476,27	\$ 62.834,84
Honorario contador	\$ 630.000,00	\$ 687.960,00	\$ 731.989,44	\$ 762.001,01	\$ 791.719,05
Servicio de agua	\$ 32.000,00	\$ 34.944,00	\$ 37.180,42	\$ 38.704,81	\$ 40.214,30
TOTAL GASTOS	\$ 2.932.000,00	\$ 3.201.744,00	\$ 3.406.655,62	\$ 3.546.328,50	\$ 3.684.635,31

Fuente: Elaboración Propia

El salario aquí contemplado corresponde a un community manager y el del coordinador administrativo-logístico.

Los honorarios de contador se dejan contemplados, pero existe a posibilidad de cubrirlos con servicios de plataformas tecnológicas durante los primeros años de operación como Tributi.

Gastos de ventas:

Nabbi estará operando de manera virtual, se utilizarán canales de compra como Instagram y Facebook, proyectando a tener el sitio web propio.

Los recursos necesarios para la promoción del producto están centrados en publicidad y diferentes activaciones que se estarían realizando por diferentes medios virtuales.

Tabla 7 Gastos de ventas Nabbi

	2022	2023	2024	2025	2026
GASTOS FIJOS					
Publicidad y campañas promocionales	\$ 550.000,00	\$ 600.600,00	\$ 639.038,40	\$ 665.238,97	\$ 691.183,29
Depreciación celular	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación computador	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costos fijos	\$ 550.000,00	\$ 600.600,00	\$ 639.038,40	\$ 665.238,97	\$ 691.183,29
TOTAL GASTOS	\$ 550.000,00	\$ 600.600,00	\$ 639.038,40	\$ 665.238,97	\$ 691.183,29

Fuente: Elaboración propia. Valores expresados en miles de pesos.

Caja:

De acuerdo con la cantidad de dinero que llegará en relación con las ventas previstas y con los costos y gastos en los que se incurre en la producción de las gomas, el saldo efectivo con el que va a operar el negocio durante los próximos 5 años es el siguiente:

Tabla 8 Saldos de caja Nabbi

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO DE CAJA	\$ 10.413.157	\$ 11.947.000	\$ 13.347.639	\$ 14.894.533	\$ 16.585.588
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$ 10.413.157	\$ 11.947.000	\$ 13.347.639	\$ 14.894.533	\$ 16.585.588

Fuente: Elaboración propia

CAPEX:

En el contexto del cannabis, el CAPEX se refiere a los gastos que una compañía del sector del cannabis realiza en inversiones a largo plazo en su negocio, como la construcción de cultivos, la compra de equipos y maquinarias, la investigación y desarrollo de nuevos productos y tecnologías, entre otros.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que los gastos de capital pueden ser significativos y requieren una planificación cuidadosa y una gestión eficiente de los recursos financieros. Por lo tanto, es importante que las empresas del sector del cannabis evalúen cuidadosamente sus opciones de inversión antes de comprometerse a grandes gastos de capital.

En resumen, el CAPEX es esencial para el crecimiento y la expansión de la industria, pero también requiere una planificación y una gestión financiera cuidadosa.

En consecuencia, en el análisis de requerimientos en activos fijos, respecto a las ventas se debe tener activos aproximadamente por valor de \$12 millones.

OPEX:

OPEX (Operational Expenses) se refiere a los gastos necesarios para mantener y operar un negocio. En el caso de Nabbi, los OPEX incluyen gastos como costos de producción, energía, alquiler, salarios y seguros, entre otros.

Además, hay ciertos costos regulados que deben ser considerados, como los costos de cumplimiento de la reglamentación y los costos de inspección y certificación de calidad.

Es importante tener en cuenta que los OPEX varían según la escala y el tipo de operación en la industria del cannabis, desde pequeñas operaciones de cultivo hasta grandes compañías con presencia a nivel nacional.

Por lo tanto, es crucial para cualquier empresa en la industria del cannabis tener una buena comprensión de sus OPEX para poder planificar y presuponer de manera efectiva.

En resumen, los OPEX son un factor crucial en la rentabilidad y el éxito de una empresa en la industria del cannabis, y es importante tenerlos en cuenta al planificar y gestionar un negocio en esta industria.

Los gastos fluctuantes relacionados con las operaciones y servicios que Nabbi reporta se relacionan de la siguiente manera:

Tabla 9 OPEX Nabbi

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$550.000	\$572.000	\$594.880	\$618.675	\$643.422

Fuente: Elaboración propia

Es así, que bajo este análisis del OPEX, se estima que para los primeros cinco años de funcionamiento de Nabbi los gastos de operación se deben tener un estimado de \$2.978.977,00 esto con el fin del funcionamiento desde la producción de lo que se vende hasta arreglos imprevistos que sufra la empresa.

Una vez revisado el criterio de inversión del valor del dinero en el tiempo, para determinar los flujos de efectivo netos de Nabbi, con el fin de poder hacer comparaciones

correctas entre flujos de efectivo en diferentes periodos a lo largo del tiempo, se encontró que:

- La proyección de ventas para el producto de las Hemp Gummies es 5500 paquetes y se tomó un crecimiento del mercado del 7,1%; esto tomando como fuente a Passport en el mercado de productos de consumo saludables y naturales.
- El valor del presente neto que generó la proyección quedó en \$54.480.094, el flujo operativo para el primer año es \$9.170.842 y comienza a tener un incremento en los siguientes años:

Tabla 10 Flujo operativo Nabbi

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 9.170.841,96	\$ 10.311.407,88	\$ 11.356.545,60	\$ 12.509.429,99	\$ 13.769.526,06

Fuente: Elaboración propia

Se encontró un flujo de caja luego de considerar los gastos operativos, activos y pasivos corrientes y las inversiones que se proyectan en mantenimiento de los activos de capital, por lo que el flujo de caja para Nabbi cuenta con las siguientes proyecciones:

Tabla 11 Flujo de caja Nabbi

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 99.546.957,01	\$ 89.442.814,18	\$ 78.313.043,17	\$ 66.051.167,67	\$ 52.281.641,61

Fuente elaboración propia

El estado de resultados (ganancias y pérdidas) que proyecta Nabbi para los próximos 5 años:

Tabla 12 Estado de resultados Nabbi

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 1.095.618	\$ 1.087.649	\$ 1.157.259	\$ 1.204.707	\$ 1.251.690

Fuente elaboración propia

Balance general:

Tabla 13 Balance general Nabbi

Balance General					
Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja + Bancos	\$ 9.387.944	\$ 13.529.827	\$ 15.358.605	\$ 17.132.273	\$ 19.070.883
Cartera, deudores, Cuentas por cobrar a clientes	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventarios	\$ 1.582.826,67	\$ 220.873,96	207.265,04	\$ 226.774,59	\$ 247.554,49
Activos Corrientes	\$ 10.970.771	\$ 13.750.701	\$ 15.565.870	\$ 17.359.048	\$ 19.318.437
Activo Fijo Bruto	\$ 19.620.748	\$ 19.620.748	\$ 19.620.748	\$ 19.620.748	\$ 19.620.748
Depreciación Acumulada	\$ 3.924.150	\$ 7.848.299	\$ 11.772.449	\$ 15.696.598	\$ 19.620.748
Activo Fijo Neto	\$ 15.696.598	\$ 11.772.449	\$ 7.848.299	\$ 3.924.150	\$ 0
Total Activos	\$ 26.667.369	\$ 25.523.150	\$ 23.414.169	\$ 21.283.197	\$ 19.318.437

Fuente elaboración propia

Finalmente, se puede concluir que el proyecto de Nabbi es viable financieramente, dado la rentabilidad operativa y bruta que genera, así como la evaluación que se tiene en cuenta de los flujos de efectivo, permitiéndonos conocer el valor del dinero en el tiempo.

3. Estrategia para el relacionamiento con los clientes y grupos de interés

El mercado del cannabis requiere fuertes campañas de educación acerca de las bondades de esta planta y para alejar todos los estigmas que existen con respecto a su uso. Es importante para Nabbi generar alianzas con sectores como Asocolcanna que promueven y orientan el desarrollo de la industria del cannabis, así como las diferentes estrategias que se pueden generar en marketing, especialmente las BTL para estar enfocados a segmentos muchos más específicos y alcanzar una interacción más objetiva.º

5.1 Estrategia de marca (Branding)

La propuesta de branding de Nabbi estará fundamentada en 2 puntos principales: el primero serán los beneficios que el producto aporta al consumidor y a su estilo de vida, y el segundo es aquello que le hace sentir, este factor se centrará en la experiencia de usuario desde el momento del ingreso a cualquiera de las redes sociales asociadas, hasta el momento en el que recibe y hace uso del producto. Lo que busca es generar un lazo emocional fuerte con el consumidor para que este se convierta en “brand lover” y en embajador de la marca.

Inicialmente, la marca de Nabbi que se proyectaba para salir al mercado con un logo en tonos verdes – azules suaves, en tipografía pompiere mayúsculas y tratando de evocar la hoja del cannabis:

Figura 9 Logo inicial Nabbi



Se realizó la validación de focus reuniendo a un grupo de personas representativas del público objetivo y se les mostró el logo, y se le realizaron las siguientes preguntas con el fin de conocer la percepción que había:

¿Qué mensaje transmite el logo? ¿Es coherente con la identidad de la marca y los valores que representa?

¿Es fácil de recordar y reconocer? ¿Es distintivo?

¿Es legible y fácil de entender? ¿Es adecuado para su uso en diferentes tamaños y formatos?

¿Es atractivo visualmente? ¿Utiliza colores, formas y tipografías que sean agradables y coherentes con la marca?

¿Es adaptable a diferentes contextos y situaciones? ¿Funciona bien en diferentes medios y plataformas?

¿Qué emociones o sensaciones evoca el logo? ¿Es coherente con la imagen que Nabbi como marca desea proyectar?

¿Es el logo atractivo para el público objetivo? ¿Se sienten atraídos por el diseño y lo relacionan con la marca?

Tabla 14 Ficha técnica de encuesta logo

Ficha Técnica	
Realizada por:	Mauricio Kustner Escobar
Nombre de la encuesta:	Percepción imagen de Nabbi
Universo:	Población en Bogotá
Unidad de la muestra:	Hombres y mujeres mayores de 18 años y consumidores de productos naturales
Fecha de creación:	17 de marzo de 2023
Área de cobertura:	Usaquén y Chapinero
Técnica de recolección de datos:	Encuesta realizada mediante plantilla de Forms - focus
Financiación:	Recursos propios
Objetivo de la encuesta:	Conocer la percepción que se tiene referente a un logo y la proyección que se tendría en el mercado
Número de preguntas formuladas:	14
Tipo de preguntas aplicadas:	Abiertas

Fuente: elaboración propia

Al explicarles qué es Nabbi y el proyecto de negocio se llegó al actual logo, con variaciones de colores y cambio en su tipografía.

Nabbi será una marca moderna, fresca y atemporal. Sus mensajes estarán siempre basados en el empoderamiento, los beneficios de consumir productos naturales, la igualdad y el respeto. Se resaltarán además el poder de la naturaleza como fuente de bienestar. Esta es una

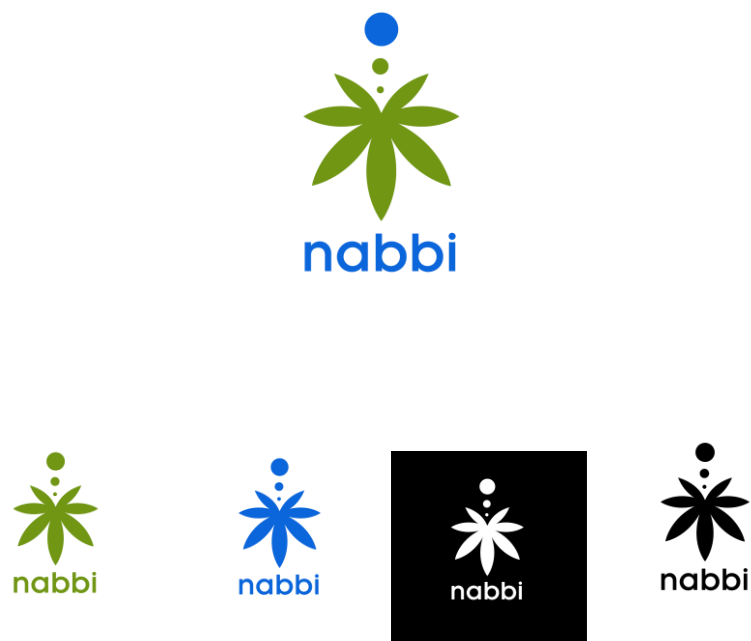
marca orgullosa de su origen colombiano y el talento humano con el que cuenta, es una marca innovadora y comprometida con el desarrollo de nuevos productos y el crecimiento del país.

La paleta de colores utilizada por la marca estará compuesta por verde y azul, acompañadas de la representación de la hoja de cannabis y el cuerpo, lo que permitirá transmitir un mensaje de unión entre la naturaleza y el bienestar, sin necesidad de asociar la marca a un género específico.

La fuente utilizada para el logo y los títulos de las comunicaciones será Insignia LT Std Roman, la elección de este tipo de fuente se realizó teniendo en cuenta la sobriedad y modernidad que transmiten, lo que va muy alineado con la marca. El logo en algunas ocasiones irá acompañado del Slogan “Tu bienestar” con fuente Helvetica Neue.

A continuación, se presenta el logo de Nabbi con algunas variaciones de colores de acuerdo con la paleta previamente seleccionada.

Figura 10 Logos Nabbi



5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento

Las comunicaciones estarán enmarcadas por un lenguaje sencillo, inclusivo y haciendo alusión a los beneficios del CBD. Se tendrá presencia a través de página web y especialmente en redes sociales:

Figura 11 Redes sociales de Nabbi



Fuente: Elaboración propia

A través de estas redes sociales se permitirá interactuar directamente con los clientes o clientes potenciales, sin ningún tipo de intermediario, de forma mucho más rápida, sencilla y económica en comparación con otros medios tradicionales de publicidad, pues actúan como una vitrina de respuesta casi inmediata. Adicionalmente permitirán crear un vínculo emocional con los usuarios, fundamentado en el amor por la marca y lo que ella representa. Por esta razón, se contará con un presupuesto destinado a publicidad en redes sociales como Tik Tok, Instagram, y Facebook.

Una proyección del lanzamiento del primer producto de cannabis medicinal que tendrá Nabbi se estaría proyectando para hacerse en un centro especializado de cannabis medicinal, en los que se muestre el producto y se hable de sus beneficios y características. Otra alternativa, es hacer presencia en eventos tipo Expomedeweed o Expo Bogotá Cannabis con banner publicitario y muestra del producto.

5.3 Proceso de ventas y servicios



El proceso de venta se realizará de manera virtual, para esto se contará con un carrito de compras dinámico, asociado a la cuenta personal de cada cliente, que les permita controlar con facilidad sus compras, añadiendo, eliminando o modificando los productos que han elegido, sin necesidad de cambiar de página web.

Se hará una alianza con PayU, pasarela de pagos que ya se encuentra regulada en Colombia, mediante la cual se ofrecerá a los clientes, diferentes medios de pago para realizar su compra: tarjeta de crédito, PSE, efectivo; esto con el objetivo de que seleccionen aquel que les genere mayor confianza y facilidad. Adicionalmente se aprovecharán algunos beneficios que ofrece esta plataforma de pagos como el módulo antifraude y la terminal virtual para el procesamiento de pagos presenciales.

5.4 Plan de mercadeo

Para nuestra estrategia de mercadeo que se ejecutará inicialmente de manera digital, se llevará a cabo un plan a través de redes sociales de la siguiente manera:

Tabla 15 Plan de marketing en redes sociales

Red Social	Objetivo principal	Objetivos secundarios	Audiencia
	Crear una comunidad evangelizadora de la marca, salvaguardando las regulaciones jurídicas existentes.	Fortalecer la marca Atraer tráfico al sitio web	Personas mayores de edad, amigos de lo sostenible
	Proporcionar historias que contribuyan al bienestar de los usuarios, y que a su vez generen	Generar ventas Atraer tráfico al sitio web Fortalecer la marca	Millennials y Centennials

	cercanía emocional con la marca		
	Generar contenido de alto valor agregado	Fortalecer la marca Generar tráfico a la página web	Profesionales de diferentes áreas interesados en el sector de productos naturales y bienestar personal
	Oficializar este canal como medio de comunicación de la empresa	Fortalecer la marca Generar tráfico a la página web	Personas interesadas en el autocuidado
	Crear videos que generen cercanía con la marca a través de contenido que dé conocimiento del producto, su fabricación y quienes lo producen	Fortalecer la marca Generar tráfico a la página web Aumentar las ventas	Público en general
	Generar contenido visual que permita tener identidad de marca	Fortalecer la marca Generar tráfico a la página web Aumentar las ventas	Personas interesadas en el cuidado personal
	Realizar vídeos divertidos y útiles relacionados con el producto	Fortalecer la marca Generar tráfico a la página web	Millennials y Centennials

Fuente: Elaboración propia

5.4.1 Investigación de mercado

La investigación de mercado que se realizó se tuvo en cuenta los siguientes pasos y con la cual se pretende estar en una revisión constante y en una adaptación a los cambios en el mercado y en las necesidades del público objetivo:

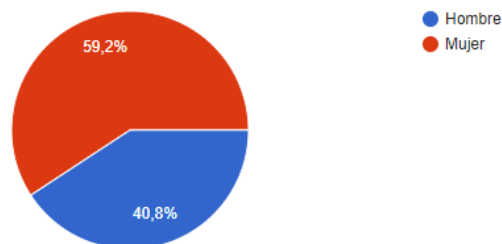
Reconocer el público objetivo: Se identificó al que sería el primer cliente, el cual se relacionó anteriormente, personas con problemas leves de ansiedad, trastornos de sueño y que buscan alternativas naturales para el tratamiento de este tipo de padecimientos.

Investigar el mercado: Se analizó el mercado de cannabis medicinal en Colombia, incluyendo la oferta y demanda de productos similares, los precios, los canales de distribución, los competidores, las tendencias y las regulaciones aplicables.

Realizar encuestas y entrevistas: Se ejecutaron encuestas y entrevistas a diferentes personas y otros actores relevantes en el mercado para conocer sus necesidades, deseos y preferencias en cuanto a productos de cannabis medicinal:

Se ha desarrollado investigación tanto primaria, como secundaria. Para la primaria, que tiene como objeto recopilar datos con el propósito de entender el mercado y cómo la gente está percibiendo el cannabis y qué tanto conocen acerca de él; es por esto que se realizó una encuesta en la que participaron 176 personas, entre hombres y mujeres, con un rango de edad de los 18 a 40 años:

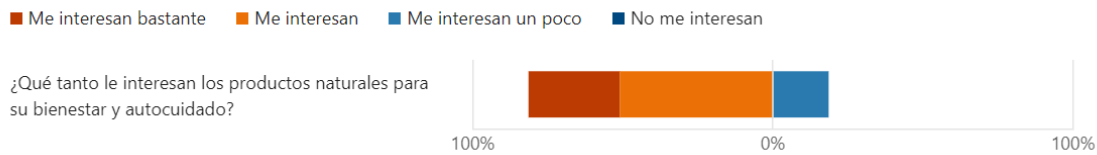
Figura 12 Género investigación primaria Nabbi



Fuente: Forms

Se indagó acerca del interés en los productos naturales con fines de bienestar y cuidado personal:

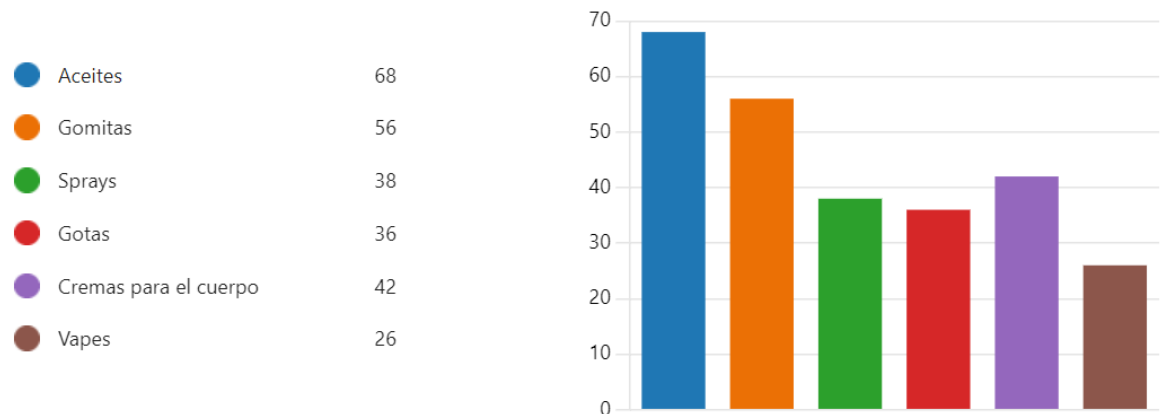
Figura 13 Interés en productos naturales



Fuente: Forms

También se preguntó si de hacer uso de productos de cannabis, con cuál de la siguiente línea de productos estaría interesado en consumir y comprar:

Figura 14 Productos de consumo de cannabis



Fuente: Forms

De acuerdo con la participación de los encuestados es posible determinar que los jóvenes y adultos a partir de los 18 años, están abiertos a conocer y probar un producto de origen natural, de base de cannabis. Se puede establecer además que el público objetivo tiene un interés en el autocuidado, y cuidado del medio ambiente. Por otro lado, es importante mencionar que, si bien la mayoría de la muestra eran mujeres, el porcentaje de hombres participantes fue importante, confirmando la tendencia del mercado, en el que el nicho masculino crece cada vez más.

Analizar los datos: Los datos recopilados nos han permitido identificar patrones y tendencias en el mercado de cannabis, así como para identificar oportunidades y desafíos que para Nabbi puede ser una oportunidad.

Establecer el precio: Para Nabbi tener un precio competitivo juega un papel importante en este mercado, teniendo en cuenta los costos de producción, los precios de la competencia y las expectativas del público objetivo.

Desarrollar una estrategia de marketing: Contar con una estrategia de marketing efectiva que permita dar a conocer el producto a nuestro público de interés, destacando los beneficios y características de las Nabbi Gummies.

Respecto a la investigación secundaria, se tomó una investigación publicada acerca de los tratamientos hechos a partir del cannabis, de acuerdo a *Clinical outcome data of anxiety patients treated with cannabis-based medicinal products in the United Kingdom: a cohort study from the UK Medical Cannabis Registry*, se mostraron algunos casos de evidencia de como se trató la ansiedad con las flores secas del cannabis, en unos intervalos de tiempo un mes, tres y seis meses. Aquí se midió la escala del sueño e índices de calidad de vida que los participantes, las pruebas que permitieron identificar estos patrones son pruebas T pareadas (prueba estadística que contrasta promedios, medias y desviaciones en grupos). Con este estudio se permitió obtener información de mejoras en la ansiedad, calidad del sueño y de vida. (Rifkin-Zybutz et al., 2023).

5.4.2 Barreras de entrada

El mayor desafío para Nabbi, es el desconocimiento que existe por el uso del cannabis, así como el estigma que aún persiste para las personas que consumen este tipo de productos.

El esfuerzo inicial que se debe realizar en campañas de educación es alto, pero generando diferentes campañas de comunicación se logrará mostrar los beneficios del cannabis medicinal, todo enmarcado por las leyes existentes.

5.4.3 Amenazas y oportunidades

Una vez que el emprendimiento supera las barreras de entrada que se describieron en la sección anterior, se podría definir las amenazas adicionales se podría enfrentar, las cuales pueden ser: Cambios en las regulaciones gubernamentales, tecnología, economía y/o industria.

5.4.4 Competidores claves

Los 4 principales competidores que fueron seleccionados en el mercado colombiano para el análisis fueron seleccionados debido a que ofrecen productos nacionales posicionados en el mercado cuyo producto base es el cannabis, además tomando como criterio:

- Línea de productos de cannabis o servicios similares.
 - Mercado objetivo.
 - Ubicación geográfica.
 - Estrategias de marketing que están desarrollando.
-
- Kuida: Marca de productos de cuidado personal de Khiron Lifesciences, una “empresa completamente enfocada en salud y bienestar en el creciente mercado mundial del cannabis medicinal” (Khiron, 2021) Kuida ofrece 12 productos para el cuidado de la cara,

cuerpo, pelo y manos, todos utilizando como componente el CBD más otros activos que benefician el cuidado de la piel. (Kuida, 2021)

- **Botánica:** “Empresa enfocada en crear productos de alto rendimiento, que utilizan las propiedades beneficiosas del cannabis para aliviar y nutrir el cuerpo. Todos sus productos están formulados con aceites derivados de esta planta, y son fortificados con otros ingredientes naturales para maximizar sus efectos” (Botánica, 2021) Su catálogo está compuesto por 3 productos: mantequilla corporal, bálsamo labial y jabón.

- **Biopronnabis:** Marca de la empresa, nacionalmente reconocida, Natural Freshly. Bajo esta marca se producen y comercializan cremas, aceites y bálsamos con cannabis, para el cuidado de la cara y el cuerpo.

- **Just CBD:** Es una plataforma digital especializada en comercializar productos de CBD de salud, belleza y bienestar. Dentro de su portafolio tienen aceites, gomas, vapeadores y cremas para el cuerpo. No los producen en el país manejan líneas comerciales con importaciones.

Con esta información se procedió una matriz que resume las principales características:

Tabla 16 Características competidores de Nabbi 1

Competencia	Productos	Web y Redes Sociales	Ventaja competitiva
-------------	-----------	----------------------	---------------------

	<p>Ofrece una línea de productos más completa. En la línea facial, por ejemplo, ofrecen 4 productos complementarios. Cuentan con Invima. Productos libres de crueldad animal.</p>	<p>Página web estructurada en términos de diseño, es limpia y maneja colores llamativos. Trabajan con diferentes personajes de farándula en la promoción de sus productos. Diferentes modalidades de pago.</p>	<p>Trayectoria en el mercado. Pertenece a la compañía canadiense Khiron Life Sciences Corp. Tiempos de entrega de 1 a 2 días hábiles en principales ciudades.</p>
	<p>Tiene línea de productos destinada únicamente al cuidado de la piel. Única marca que ofrece productos con envases en material reciclable. Cuentan con Invima. Productos libres de crueldad animal.</p>	<p>Es la única marca que le explica al usuario qué es el CBD y menciona algunos de sus beneficios. Ofrece un descuento del 10% por inscribirse al boletín de la marca. Diferentes modalidades de pago.</p>	<p>Incursionaron en línea de cuidado íntimo a base de CBD. Garantía de entrega aproximada de 1 a 3 días hábiles. Sus productos tienen sachá inchi, otros con caléndula.</p>
	<p>Diversidad de productos. No se evidencia Invima.</p>	<p>No maneja canales transaccionales, solo transferencias a cuentas Bancolombia. A través de Instagram hacen una fuerte presencia. Está trabajando con influencers.</p>	<p>Su variedad de productos como vapes, gomas, lociones.</p>
	<p>Cuentan con Invima, Sus productos son comercializados en algunas droguerías nacionales.</p>	<p>No cuenta con sitio web.</p>	<p>Trabajan con Natural Freshly.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, se analizaron otras características respecto a variedad, contenido y material del envase y producto de 3 de los mayores competidores en el mercado:

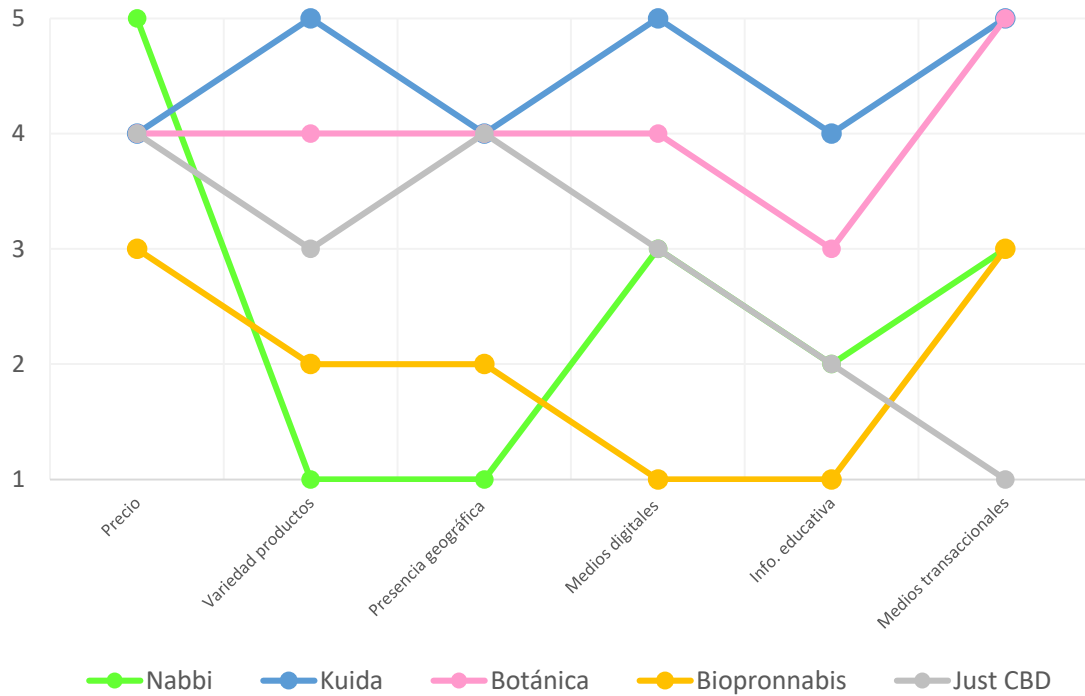
Tabla 17 Características competidores de Nabbi 2

NOMBRE DEL PRODUCTO	BOTÁNICA	KUIDA	BIO PRONNABIS
VARIEDAD	•Cuentan con 3 productos formulados con derivados del cannabis e ingredientes naturales: mantequilla corpórea, bálsamo labial y jabón corporal (producto en desarrollo).	Cuentan con 4 líneas de negocio especializadas: corporal, facial, manos y capilar, dentro de las cuales se clasifican los 11 productos de su portafolio: aceites, cremas, contorno de ojos, spray relajante y exfoliante. Ofrecen la opción de KITS especializados.	Cuentan con 7 productos dentro de la línea Bio Pronnabis, en los cuales utilizan el aceite de semillas de cannabis sativa: aceite para masajes, bálsamo labial, crema corporal, jabón exfoliante, gel corporal, crema contorno de ojos para el día y para la noche.
CONTENIDO	•Mantequilla corporal: 90 gr. •Bálsamo labial: 8,3 gr. •Jabón de baño: No específicos (producto en desarrollo).	•Aceites: 120 ml •Contorno de ojos: 15 ml •Cremas faciales: 30 ml, 50 ml •Cremas corporales y manos: 30 ml, 450 ml •Exfoliante: 150 ml •Spray relajante: 250 ml.	•Crema corporal: 55 gr. •Contorno de ojos día: 30 gr. •Contorno de ojos noche: 30 gr. •Jabón exfoliante: 90 gr. •Gel corporal: 30 gr. •Aceite masajes: 240 ml •Bálsamo labial: 3 gr.
MATERIAL DEL ENVASE	•Envase ecológico, reciclable, hecho de papel para el bálsamo labial y los jabones de baño. •Envase en hojolata para la mantequilla corporal. •Entregan muestras gratis en envases pequeños de caucho.	•Todos sus envases son plásticos, algunos de ellos son tubos colapsables y otros rígidos. Hacen uso además de atomizadores, tapas dosificadoras y de rosca. •Para la opción de KITS cuentan además con una caja de cartón.	•Los envases primarios utilizados para las cremas (tanto de contorno de ojos como corporal), el bálsamo labial, el gel y el aceite corporal son plásticos. Utilizan tapas de rosca, atomizadores y dosificadoras. •Para el jabón y empaques secundarios de los productos anteriormente mencionados, utilizan una caja de cartón.
CARACTERÍSTICAS ASOCIADAS AL PRODUCTO	•Tamaño: Tanto la mantequilla como el bálsamo, que son los productos que ya se encuentran disponibles, tienen un tamaño promedio ajustado a los cosméticos de su categoría. Las muestras gratis tienen un tamaño ideal para cargar en el bolso. •Colores: Utilizan una paleta monocromática en los diseños de sus empaques, alineados con los colores corporativos y el mensaje que quieren transmitir (natural).	•Tamaño: Teniendo en cuenta la amplia oferta de productos con los que cuentan, manejan diferentes tamaños de acuerdo a la categoría. Las cremas de manos, faciales y contorno son fáciles de llevar en el bolso, sin embargo las otras presentaciones requerirán un espacio mayor. •Colores: Utilizan un diseño limpio y moderno, involucrando los colores corporativos en un empaque de fondo blanco o negro. Juegan con las tapas para darle un toque de color.	•Tamaño: El tamaño de los productos es promedio comparado con otros de la misma categoría, algunos de ellos como las cremas de contorno de ojos, el gel y el bálsamo labial se pueden llevar en el bolso. •Colores: Utilizan principalmente los colores verde y blanco para la mayoría de los productos de la línea, sin embargo para el caso de las cremas de ojos hacen uso del rojo y el azul. Utilizan además la hoja de cannabis en su logo y en todos los empaques. El diseño de las etiquetas y empaques es antiguo.
CERTIFICACIONES / CLAIMS DEL PRODUCTO	• Registro INVIMA • Sin THC • Cruelty Free • 100% colombianos	• Registro INVIMA • Sin THC • Cruelty Free • Libre de parabenos • Sin fragancias	• Registro INVIMA • 100% libres de parabenos

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, y de acuerdo a la información examinada de los competidores, se elaboró la curva de valor la cual nos permite analizar los principales atributos o características con respecto a la competencia:

Figura 15 Curva de valor Nabbi



Fuente: Elaboración propia. Escala de 1 a 5, en la que 5 se califica como lo más destacado y 1 lo más bajo.

5.4.5 Precios

Las marcas que comercializan actualmente productos de CBD no tienen gomas en su inventario. Actualmente Just CBD está ofreciendo el producto el cual está importado desde Estados Unidos. Nabbi al producir el producto internamente, comercializará a un costo más bajo. Adicionalmente, la ventaja de la relación precio vs calidad, y otra característica importante de las Nabbi Gummies es que no tienen sabor amargo, estarán conservando las características de una goma comercial y las propiedades del CBD.

Para determinar el precio base de nuestro producto, tomamos como referencia marcas con productos de CBD:

- BOTANICA: Precio competitivo (\$40.000) + costo de envío (\$11.000)

- KUIDA: Precio competitivo (\$64.000) + costo de envío (\$10.500)
- NATURAL FRESHLY: Precios inferiores (\$32.550) + costo de envío (\$6.500)
- JUST CBD: Precio competitivo y más cercano (\$85.326) + costo de envío (\$14.229)

Descuentos:

Tabla 18 Descuentos clientes Nabbi

PORCENTAJE DE DESCUENTO	APLICACIÓN
10%	Para los clientes que se suscriban al newsletter y realicen su primera compra a través del sitio web de Nabbi.
15%	Para clientes que durante el mes de su cumpleaños realicen una compra a través de los canales habilitados.

Fuente: Elaboración propia

5.4.6 Canales de distribución

En Nabbi los clientes serán atendidos de manera directa, B2C. Las gomitas estarán contempladas en la venta a través de:

Tabla 19 Canales de distribución Nabbi

Redes sociales	Sitio web	Domicilios
Se distribuirá solo a través de Instagram y Facebook.	Venta y asesoría a través de nuestra página.	Servicio de domicilio, con pago contra entrega en principales ciudades.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Evaluación canales de distribución Nabbi

	Redes sociales	Sitio web	Domicilios
Facilidad de entrada	5	5	4
Proximidad geográfica	2	3	3

Costos	4	4	3
Posición de los competidores	3	3	3
Capacidades del personal	4	3	3
Necesidades de mercado	4	4	3

Nota: Para cada factor enumerado en la primera columna, se evaluó en una escala de 1 a 5, siendo 5 = muy buena y 1 = muy mala

Se ha evidenciado que nuestro público objetivo prefiere la compra a través de redes sociales o sitio web, por ser un producto “innovador” y la edad a la que va dirigido, el canal de compra digital es el preferido, especialmente la compra a través de dispositivos móviles.

5.5 Red de contactos

Es un factor clave hacer un relacionamiento estratégico con personas y redes. Los contactos de la industria del cannabis son un factor clave dentro de esta red de contactos, participación en eventos afines realizados por Asocolcanna, así como Flora Growht, Allied Corpy y Avicanna permitirán que el negocio esté al tanto de las nuevas tendencias del mercado, así como convertirse en un factor de visibilidad.

Otra segunda red de contactos para Nabbi está el del mundo del emprendimiento, contactos como Incubar Colombia e instituciones que apoyan el fortalecimiento de la economía de Colombia como Innpulsa y Cámaras de Comercio, las cuales permiten buscar diferentes oportunidades para fortalecer el negocio.

Finalmente, los contactos que se logran a través de redes sociales y no sin menos importancia la red de amigos y familiares que ayudan al crecimiento de este tipo de iniciativas.

Referencias bibliográficas

Atehortúa, L. (2018). *Nuevas fronteras científicas y tecnológicas para el mejoramiento y la producción de cannabis.*

Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *Clúster Farmacéutico Bogotá.*

<https://trayectoriamegacolombia.com/Clusteres/Cluster-Farmacutico-Bogota-region/Noticias/2019/Febrero-2019/Cannabis-medicinal-Colombia-se-vuelve-potencia>

Ceupe Magazine. (2023). *Marketing mix: La importancia de los canales de distribución*.

Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/marketing-mix-los-canales-de-distribucion.html>

Congreso de la República. (2016). *Ley 1787 de 2016*.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1787_2016.html

Editorial La República. (2023). *El mercado de cannabis latinoamericano*. La República.

<https://www.larepublica.co/empresas/el-mercado-de-cannabis-latinoamericano-crecera-mas-de-100-en-2023-tarkus-pharma-lab-industria-farmaceutica-de-cannabis-medicinal-3511919>

Euromonitor. (2020). *Ventas Mundiales Cannabis*. Euromonitor.

<https://www.euromonitor.com/article/se-espera-que-las-ventas-mundiales-de-cannabis-recreativo-legal-aumenten-un-376-para-2025>

ExpoCannaBiz. (2023). *ExpoCannaBiz: Qué se puede hacer con la planta*. ExpoCannaBiz

Colombia. <https://expocannabiz.com/expocannabiz-que-se-puede-hacer-con-la-planta/>

Fundación Canna. (s. f.-a). *¿Qué es el Cannabidiol?* Fundación Canna.

<https://www.fundacion-canna.es/cannabidiol-cbd>

Fundación Canna. (s. f.-b). *¿Que son los cannabinoides?* Fundación Canna.

<https://www.fundacion-canna.es/cannabinoides>

Fundación Canna. (s. f.-c). *Tetrahidrocannabinol (THC)*. Fundación Canna.

<https://www.fundacion-canna.es/d-9-tetrahidrocannabinol-the>

Informe-01-Onudi-2015-Web-Analisis.pdf. (s. f.). Recuperado 12 de julio de 2023, de

<https://www.andi.com.co/Uploads/Informe-01-Onudi-2015-Web-Analisis.pdf>

- Kalapa Clinic. (2020). Uso de cannabis en el trastorno de estrés postraumático. *Kalapa Clinic*. <https://www.kalapa-clinic.com/uso-cannabis-en-el-trastorno-de-estres-postraumatico/>
- Ministerio de Salud. (2019). *Cannabis de uso medicinal*. Ministerio de Salud y Protección Social. <https://www.minsalud.gov.co/salud/MT/Paginas/cannabis-uso-medicinal.aspx>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2017). Decreto 613 de 2017. *Diario Oficial No. 50.202*.
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%20613%20de%202017.pdf
- Muñoz, A. (2020). Análisis del sector cosmético colombiano en época Covid-19. *How2Go*.
<https://h2gconsulting.com/how2go-colombia/analisis-del-sector-cosmetico-colombiano-en-epoca-covid-19/>
- Procolombia. (2020). *El crecimiento del sector de aseo y cosméticos en Colombia continúa*. Sala de Prensa | PROCOLOMBIA. <https://prensa.procolombia.co/colombia-hoy/el-crecimiento-del-sector-de-aseo-y-cosmeticos-en-colombia-continua>
- Project CBD. (2023). ¿Qué Es el CBD? *¿Qué Es el CBD?*
<https://projectcbd.org/es/ciencia/que-es-el-cbd/>
- RAE. (2023). *Cáñamo*. Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario.
<https://dle.rae.es/cáñamo>
- Ramírez, J. M. (2019). *La Industria del Cannabis Medicinal en Colombia*.
- Revista Semana. (2023). *Oro verde: Cannabis medicinal*. *Semana.com*.
<https://www.semana.com/economia/inversionistas/articulo/oro-verde-cannabis-medicinal-aportaria-mas-de-us1700-millones-en-exportaciones-al-2030/202119/>

Rifkin-Zybutz, R., Erridge, S., Holvey, C., Coomber, R., Gaffney, J., Lawn, W., Barros, D., Bhoskar, U., Mwimba, G., Praveen, K., Symeon, C., Sachdeva-Mohan, S., Rucker, J. J., & Sodergren, M. H. (2023). Clinical outcome data of anxiety patients treated with cannabis-based medicinal products in the United Kingdom: A cohort study from the UK Medical Cannabis Registry. *Psychopharmacology*, 1-11.
<https://doi.org/10.1007/s00213-023-06399-3>