



Escuela de Administración  
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación

PANACEA

Modalidad: Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

Laura Camila Giraldo Rico

John Mario Tejada Arias

Bogotá, D.C.

30 de mayo de 2023



Escuela de Administración

Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación

PANACEA

Modalidad: Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

Laura Camila Giraldo Rico

John Mario Tejada Arias

Bajo la dirección de:

Julián Esteban Gutiérrez Rodríguez Mg.

Bogotá, D.C.

30 de mayo de 2023

## Tabla de contenido

	Pág.
Declaración de originalidad y autonomía.....	VI
Declaración de exoneración y responsabilidad .....	VII
Resumen ejecutivo .....	XII
Abstract.. .....	XIII
Palabras clave: turismo agroecológico, industria cannábica, derivados cannábicos, nuevos paradigmas. .....	XIII
1. Descripción general del proyecto.....	14
1.1 Antecedentes.....	14
1.1.1 Misión y visión.....	16
1.1.2 Metas y objetivos.....	17
1.1.3 Mercado objetivo.....	17
1.1.4 Descripción de la industria o el sector .....	18
1.1.5 Fortalezas y competencias básicas .....	18
1.1.6 Licencias o permisos .....	19
1.1.7 Forma jurídica .....	20
2. Validación de la oportunidad .....	20
2.1 Aspectos básicos de la validación de la oportunidad.....	20
2.2 Principales hallazgos o insights .....	35
2.3 Perfil básico de los early adopters.....	36

3.	Construcción y validación del mínimo producto viable (MVP) .....	38
3.1	Aspectos básicos de la validación del mercado .....	38
4.	Producto o Servicio .....	55
4.1	Especificaciones y características técnicas del producto.....	55
4.2	Beneficios del producto.....	59
4.3	Servicio postventa .....	61
5.	Plan de mercadeo.....	62
5.1	Entorno económico del emprendimiento .....	62
5.1.1	Datos y cifras del sector .....	62
5.1.2	Tendencias del mercado objetivo.....	66
5.1.3	Análisis grafico mercado TAM-SAM-SOM .....	69
5.1.4	Barreras del mercado objetivo .....	71
5.2	Tipo de clientes del producto .....	71
5.3	Competencia .....	72
5.4	Análisis competitivos .....	74
5.4.1	Descripción de Fortalezas y Debilidades .....	75
5.5	Planeación estratégica .....	76
5.6	Estrategias de mercado.....	76
5.6.1	Estrategia de distribución.....	77
5.6.2	Canales de distribución .....	78
5.6.3	Estrategia de precio .....	79

5.6.4	Promoción y presupuesto promocional.....	80
5.6.5	Pronóstico de ventas.....	82
5.6.6	Publicidad.....	84
6.	Plan de operaciones.....	87
6.1	Producción.....	87
6.2	Localización.....	99
6.3	Costos.....	101
6.4	Entorno legal.....	102
6.5	Personal.....	103
6.5.1	Políticas de evaluación.....	104
6.6	Inventarios.....	105
6.7	Proveedores.....	106
7.	Gestión y organización.....	108
8.	Plan financiero.....	110
9.	Riesgos y supuestos.....	111
10.	Beneficio a la comunidad.....	112
10.1	Impacto en el desarrollo económico.....	112
10.2	Impacto en el desarrollo de la comunidad.....	112
	Referencias bibliográficas.....	113

### **Declaración de originalidad y autonomía**

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

Declaramos que hemos 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.



---

Laura Camila Giraldo Rico



---

John Mario Tejada Arias

Firmado en Bogotá, D.C. el 30 de mayo de 2023

### **Declaración de exoneración y responsabilidad**

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



---

Laura Camila Giraldo Rico



---

John Mario Tejada Arias

Firmado en Bogotá, D.C. el 30 de mayo de 2023

## Listado de figuras

	Pág.
Figura 1. Diagrama Espina de Pescado – PANACEA .....	20
Figura 2. Perfil cliente 1.....	23
Figura 3. Perfil cliente 2.....	24
Figura 4. Perfil cliente 3.....	25
Figura 5. Conocimiento sobre agroturismo .....	26
Figura 6. Actividades realizadas con relación al agroturismo .....	27
Figura 7. Lo que piensan al hablar de cannabis .....	28
Figura 8. Han visitado un cultivo de cannabis .....	28
Figura 9. Porcentaje que gustaría visitar un cultivo de cannabis .....	29
Figura 10. Productos de cannabis que comprarían .....	30
Figura 11. Diagrama Propuesta de Valor – PANACEA .....	32
Figura 12. Análisis Modelo CANVAS – PANACEA.....	34
Figura 13. Mapa de Empatía – PANACEA.....	37
Figura 14. Perfil de la demanda del cliente– consumidor final.....	39
Figura 15. Mapa de valor– consumidor final .....	40
Figura 16. Video introductorio de PANACEA .....	41
Figura 17. Explicación funcionamiento hidráulico de PANACEA .....	42
Figura 18. Entrega y puesta de EPP’s .....	43
Figura 19. Explicación uso energía solar 1 .....	44

Figura 20. Explicación uso energía solar 2 .....	45
Figura 21. Explicación sistema de goteo .....	46
Figura 22. Explicación proceso de siembra 1 .....	47
Figura 23. Explicación proceso de siembra 2.....	49
Figura 24. Regreso al lugar de las plantas .....	50
Figura 25. Medición PH agua .....	51
Figura 26. Proceso tratamiento del agua .....	52
Figura 27. Proceso empacado al vacío .....	53
Figura 28. Cliente con productos de PANACEA.....	54
Figura 29. Bloque Cabezal de Riego – Tour Cannábico PANACEA.....	56
Figura 30. Bloque Invernadero – Tour Cannábico PANACEA.....	57
Figura 31. Bloque Invernadero – Tour Cannábico PANACEA.....	58
Figura 32. Comentario feedback cliente 1.....	60
Figura 33. Comentario feedback cliente 2.....	61
Figura 34. Principales destinos de la producción del cannabis colombiano.....	65
Figura 35. Análisis grafico de mercado TAM-SAM-SOM.....	70
Figura 36. Publicidad PANACEA 1 .....	84
Figura 37. Publicidad PANACEA 2.....	85
Figura 38. Plano georeferenciado – Finca El Recuerdo.....	89
Figura 39. Plano instalaciones Panacea – Finca El Recuerdo.....	89
Figura 40. Vista Nave 1 invernadero – Finca El Recuerdo.....	89

Figura 41. Vista medición de temperatura del suelo .....	89
Figura 42. Vista etapa de poda .....	90
Figura 43. Vista medición de temperatura y humedad.....	90
Figura 44. Vista general plantas listas para cosecha .....	91
Figura 45. Vista general iluminación suplementaria.....	91
Figura 46. Vista 1 reservorio de captación de agua lluvia .....	92
Figura 47. Vista 2 reservorio de captación de agua lluvia .....	92
Figura 48. Vista zona de riesgo .....	93
Figura 49. Vista control de PH y CE del agua .....	94
Figura 50. Vista riego por goteo .....	94
Figura 51. Vista 1 cosecha, descogollado y trimeado .....	95
Figura 52. Vista 2 cosecha, descogollado y trimeado .....	95
Figura 53. Vista 3 cosecha, descogollado y trimeado .....	96
Figura 54. Vista análisis de laboratorio .....	96
Figura 55. Vista general del proceso sin trazabilidad .....	97
Figura 56. Vista general del proceso con trazabilidad - PANACEA.....	97
Figura 57. Sistema de alertas del proceso PANACEA .....	98
Figura 58. Objetivos del proceso PANACEA.....	98
Figura 59. Vista general Finca El Recuerdo.....	99
Figura 60. Vista general Vereda Bulucaima.....	100
Figura 61. Ubicación en el mapa finca EL Recuerdo .....	100

Figura 62. Política de Evaluación por Objetivos - PANACEA .....	104
---	-----

### Listado de tablas

	Pág.
Tabla 1. Resumen ejecutivo.....	XII
Tabla 2. Abstrac .....	XIII
Tabla 3. Tipos de licencias, modalidad y entidad que otorga .....	63
Tabla 4. Análisis de competencia 1 .....	73
Tabla 5. Análisis de competencia 2 .....	73
Tabla 6. Matriz de análisis competitivo.....	74
Tabla 7. Descripción de fortalezas y debilidades .....	75
Tabla 8. DOFA - PANACEA .....	76
Tabla 9. Precios servicios y productos - PANACEA.....	79
Tabla 10. Presupuesto promocional - PANACEA .....	81
Tabla 11. Pronóstico de ventas en unidades - PANACEA .....	82
Tabla 12. Pronóstico de ventas en pesos - PANACEA.....	83
Tabla 13. Costos - PANACEA.....	101
Tabla 14. Entorno legal - PANACEA .....	102
Tabla 15. Personal - PANACEA .....	103
Tabla 16. Costos Unitarios Mínimos Inventario - PANACEA .....	106
Tabla 17. Proveedores - PANACEA.....	107

Tabla 18. Matriz de personal - PANACEA ..... 108

Tabla 19. Plan financiero - PANACEA ..... 110

## Resumen ejecutivo

**Tabla 1**

### *Resumen Ejecutivo*

<b>Nombre del emprendimiento</b>	PANACEA
<b>Información básica del proyecto</b>	Emprendimiento agroindustrial sobre la planta de cannabis que esta incursionando en el turismo cannábico
<b>Oportunidad de mercado</b>	Crecimiento del turismo y la diversificación de este
<b>Costo total previsto del emprendimiento</b>	\$77.000.000 COP anual
<b>Financiamiento</b>	Recursos propios y utilidades de las ventas

*Nota:* elaboración propia.

### Abstract

**Tabla 2**

*Abstrac*

<b>Name of the venture</b>	PANACEA
<b>Basic project information</b>	Agro-industrial venture on the cannabis plant that is venturing into cannabis tourism
<b>Market opportunity</b>	Tourism growth and diversification of this
<b>Total expected cost of the venture</b>	\$77.000.000 annual COP
<b>Financing</b>	Own resources and sales profits

*Nota:* elaboración propia.

**Palabras clave:** turismo agroecológico, industria cannábica, derivados cannábicos, nuevos paradigmas.

## **1. Descripción general del proyecto**

PANACEA es un emprendimiento desarrollado en la finca El Recuerdo, la cual se encuentra ubicada en la zona rural del Municipio de La Vega, en el Departamento de Cundinamarca – Colombia, cuyo principal producto o enfoque es el cultivo del cannabis no psicoactivo, siendo este la base para la proyección de los demás productos y servicios a ofrecer por medio de este emprendimiento.

Como emprendimiento, PANACEA trae consigo de manera implícita una apuesta a lograr un cambio de paradigma frente al uso del cannabis, el cual por tradición ha sido estigmatizado como un producto psicoactivo, dejando de lado todas las propiedades que esta planta posee a nivel medicinal y alimenticio principalmente, además de su relevancia en la industria del agroturismo.

Desde PANACEA, se piensa potencializar el agroturismo ecológico para la zona rural del Municipio de la Vega – Cundinamarca, al tiempo que se da provecho a la industria cannábica y sus derivados, rompiendo con ello un paradigma para el bien de la comunidad donde pertenece este emprendimiento.

### **1.1 Antecedentes**

El sector del turismo colombiano viene evolucionando de la mano de un creciente respaldo estatal, lo que ha mejorado las condiciones de promoción y crecimiento para los diferentes tipos y formas de turismo desarrolladas en el país. Lo anterior, queda ratificado con el anuncio del nuevo gobierno nacional mediante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MINCIT, argumentando que:

“Colombia, como potencia mundial de la vida, es elegida por los viajeros del mundo por el gran potencial turístico que tiene. Por su importancia estratégica para el desarrollo de los territorios y para la transición hacia una economía productiva y sostenible, para este 2023 se incrementará el presupuesto para el sector turismo en más del 85 %, con respecto al año pasado.” (MINCIT, 2023a, p. 1).

Precisamente, el auge y diversidad del sector turismo en el país se presentó con la creación del El Consejo Superior de Turismo, el cual “es un órgano de coordinación entre los entes estatales creado por la Ley 1558 de 2012, para adoptar y liderar programas y proyectos en armonía con la política turística formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo” (MINCIT, 2023b, p. 1), quien lleva el liderazgo en el mencionado Consejo.

No obstante, teniendo en cuenta la estigmatización que se tiene sobre el cannabis en el país por su histórica lucha contra las drogas, se presenta un reto comercial y promocional muy fuerte para emprendimientos alternativos como PANACEA, que en particular se dedica al cultivo de cannabis no psicoactivo.

En el contexto colombiano, la historia con el cannabis se retoma desde el año de 1920 donde ya se tenía conocimiento de la existencia de estos cultivos, y un poco más adelante empieza su prohibición y erradicación. A pesar de esto, el cannabis se ha venido desarrollando y enfocando en diferentes industrias con fines como: medicinal, veterinario, cosmético, industrial, recreacional, entre otros.

En correspondencia a esa evolución del cannabis en la historia colombiana, a partir de la Ley 1787 de 2016 (Congreso de Colombia, 2016), la cual tiene como “objeto crear un marco regulatorio que permita el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis y sus derivados en el territorio nacional colombiano” (p. 1), se dio una apertura en los aspectos comercial y agroindustrial a todo lo referente al cultivo de cannabis en el país.

Alineando esto al latente crecimiento de Colombia en el sector turístico (MINCIT, 2023), PANACEA quiere ser un eslabón importante en esta creciente industria cannábica por medio del turismo, apuntándole a romper paradigmas que se han sembrado frente a la misma por su uso como sustancia alucinógena y psicoactiva, proponiendo un cambio de pensamiento al impulsar las visitas de tipo turístico a los cultivos en donde se explicará todo el proceso y robustez que tiene la producción de cannabis, además de apuntar por ingresar a mercados importantes tanto a nivel nacional como internacional, exponiendo todos los beneficios que tiene la planta en diferentes sectores como son el farmacéutico, cosmético, veterinario e industrial, entre otros.

### ***1.1.1 Misión y visión***

La misión de PANACEA es: ser un eslabón significativo en la industria del turismo y Cannabis ofreciendo una experiencia innovadora de calidad, a través de tours guiados por personal especializado y calificado.

Por su parte, la visión es: impulsar la industria del cannabis en el país por medio del turismo, rompiendo paradigmas y logrando generar el reconocimiento de los beneficios de la planta.

### ***1.1.2 Metas y objetivos***

El objetivo principal que se ha trazado para PANACEA es: ofrecer tours cannábicos de calidad que informen a la población nacional e internacional, en cuanto al proceso de cultivo, transformación y comercialización de los derivados de la planta junto con sus beneficios.

Por su lado, la meta que se persigue es: generar alianzas con hoteles y operadores turísticos que permitan impulsar este tipo de actividades innovadoras para el sector del Agroturismo.

### ***1.1.3 Mercado objetivo***

El mercado objetivo de PANACEA se encuentra inicialmente en turistas de todas partes, sea de origen nacional o internacional, en un rango de edad a partir de la mayoría de edad para garantizar autonomía de decisión sin restricciones de permisos por parte de tutores, hasta una edad estimada de 60 años, teniendo en cuenta las condiciones que caracterizan el recorrido y su exigencia física.

Sin distinción de género y estrato socioeconómico, dado los precios asequibles de PANACEA, se tendría como única restricción que la persona pueda movilizarse por sus propios medios, o que no padezca alguna condición de salud que pueda complicarse con la exigencia física que demanda el recorrido.

A nivel general el turismo en Colombia viene en crecimiento, según datos de MINCIT:

“Entre enero y marzo de 2023 llegaron al país 1,4 millones de visitantes no residentes, lo que representa un aumento del 49% respecto al mismo periodo del año 2022, según

datos preliminares de un análisis realizado por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.” (MINCIT, 2023c, p. 1).

A este crecimiento significativo de la visita por parte de extranjeros al país, se suma el aumento del turismo interno, en el cual la población colombiana también está interesada en conocer cada vez más su propio país. Tal como lo explica el Ministro German Umaña del MINCIT, quien argumenta que "para el sector de turismo, un aumento en la tasa de cambio se traduce en una oportunidad de atraer más visitantes, debido a que la devaluación del peso colombiano hace que el país se abarate como destino para visitantes extranjeros” (Forbes, 2023, p. 1), se estima que el turismo dentro del país para extranjeros y para la misma población crezca cada vez más.

#### ***1.1.4 Descripción de la industria o el sector***

El sector del agroturismo permite ofrecer tanto a turistas extranjeros como nacionales de Colombia, experimentar una conexión con el ecosistema, ya que este tipo de turismo va desde caminatas ecológicas hasta la enseñanza de las actividades desempeñadas a nivel de producción agrícola.

#### ***1.1.5 Fortalezas y competencias básicas***

PANACEA es un emprendimiento que ofrece la oportunidad de conocer el proceso industrial de producción del cannabis no psicoactivo, a través de un tour agroecológico en una zona rural de Colombia, con lo que lleva a que toda persona que viva esta experiencia se conecte con la naturaleza, el aprendizaje y la innovación.

La principal fortaleza de PANACEA es contar con instalaciones propias que permiten una fácil adaptación a los cambios, una licencia para operar y la innovación como punto de partida para generar impacto en el turismo que se siente atraído por este tipo de procesos agroturísticos.

### ***1.1.6 Licencias o permisos***

A nivel nacional se cuenta con la Ley 1787 de 2016 (Congreso Colombia, 2016), por la cual se reglamenta el Acto Legislativo 02 de 2009, cuyo objeto es crear un marco regulatorio que permita el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis y sus derivados en el territorio nacional colombiano. Así también, el Decreto 613 de 2017 (Minsalud, 2017) fue el encargado de reglamentar la ley anteriormente mencionada y donde se dieron los lineamientos para la obtención de diferentes licencias: uso de semillas para siembra, cultivo de cannabis no psicoactivo, cultivo de cannabis psicoactivo y fabricación de derivados de cannabis.

PANACEA fue notificado y certificado por el Ministerio de Justicia y del Derecho con la Licencia de Cultivo de cannabis no psicoactivo por medio de la Resolución 2152 del 30 de noviembre de 2020. Esta licencia le permite a PANACEA tener 14 hectáreas licenciadas en el municipio de La Vega más precisamente en la Finca El Recuerdo.

A partir de ello, se puede contar con los mencionados cultivos de cannabis de forma legal, aunque la conformación como actor del sector turístico y el proceso de obtener la respectiva licencia para ello se encuentre dentro del proceso de crecimiento y consolidación de PANACEA como emprendimiento del sector agroturismo.

### ***1.1.7 Forma jurídica***

Panacea se constituirá y funcionará ante cámara de comercio como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), constituida por dos personas naturales: Laura Camila Giraldo Rico y John Mario Tejada Arias.

## **2. Validación de la oportunidad**

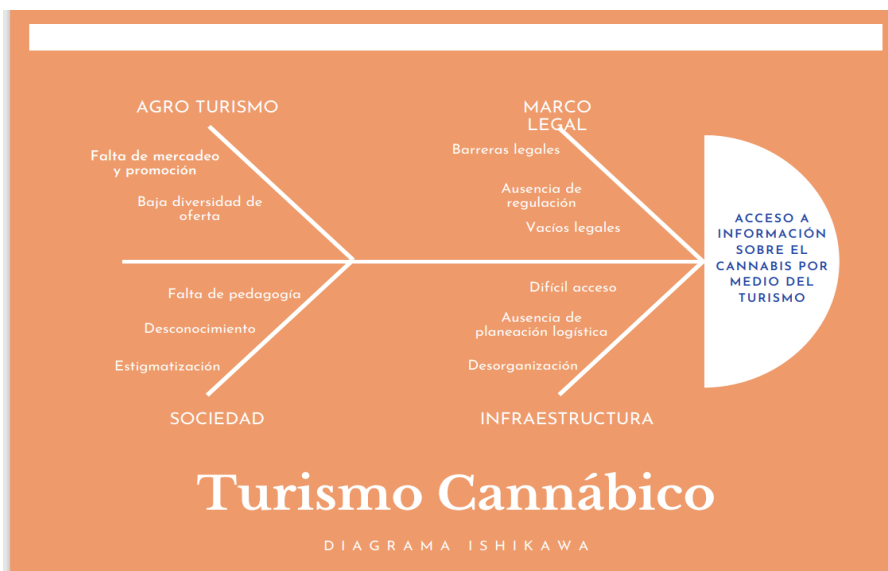
### **2.1 Aspectos básicos de la validación de la oportunidad**

En la tarea de entender el potencial que tiene el agroturismo en Colombia y específicamente el brindar una experiencia diferenciadora e innovadora por medio de los cultivos y producción de cannabis, PANACEA quiso identificar las necesidades de los clientes potenciales y ofrecerles un servicio que cumpla con sus expectativas.

Para esto se empezó entendiendo las posibles causas de esta necesidad, las cuales se ilustran mediante el Diagrama Espina de Pescado en la Figura 1, en donde se analizó que la información que se puede tener sobre la planta de cannabis es muy limitada y es posible la mal interpretación y adaptación de los conceptos e ideas.

### **Figura 1**

*Diagrama Espina de Pescado – PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.

Continuando con un análisis a la oferta agroturística en el mercado colombiano, se encontró que no se compone de una variedad que evidencie procesos de innovación en la mencionada oferta, siendo las actividades de caminatas, bici-montanismo, camping o deportes extremos el grueso de esta (Tripadvisor, 2023a; 2023b).

Siendo la internet el motor de búsqueda utilizado para el mencionado análisis, entre las reseñas halladas de esta oferta agroturística, se encontró varios factores que hacían que las experiencias se tornaran negativas, resaltando el impacto que le genera a los consumidores que se ofrezcan experiencias en torno al medio ambiente, pero el cuidado que se le otorgue no sea el adecuado (Tripadvisor, 2023a; 2023b).

Además de la falta de organización por parte del personal que presta estos servicios, a tal nivel que no cumplen al 100% las actividades que promocionan, teniendo como consecuencia la inconformidad de los clientes con respecto al precio que pagaron y la experiencia recibida (Tripadvisor, 2023a; 2023b).

Añadiéndole a esto el potencial que tiene Colombia en ofrecer un servicio diferenciador juntando el Agro y Turismo se quiso entender cómo se podía generar una propuesta de valor con una mayor retribución tanto pedagógica como económica. Se comprendió que el concepto de agroturismo aún no está en su totalidad adoptado por la población y que su diversidad y potencial no está siendo explotado al máximo, sumándole a esto que hay una ausencia de organización y planeación logística adecuada para lograr brindar experiencias que generen valor.

Además, hay que entender que debido a los malos usos que se le ha dado a la planta del cannabis y la estigmatización que esta tiene a nivel social, hace que las barreras y vacíos legales sean muchas veces una brecha grande y conlleve consigo a que la sociedad tenga desconocimiento de la realidad de este producto y su sin fin de propiedades.

Para la validación de estas causas encontradas anteriormente y entendiendo que la oferta alrededor del Cannabis regulado en el país es realmente algo nuevo en el país, se realizó una investigación exploratoria con la finalidad de obtener una visión general y una aproximación del mercado. Para esto se realizó una encuesta a población colombiana y también a extranjeros que permitiera entender el conocimiento actual en cuanto al agroturismo cannábico y lo que se espera de este sector.

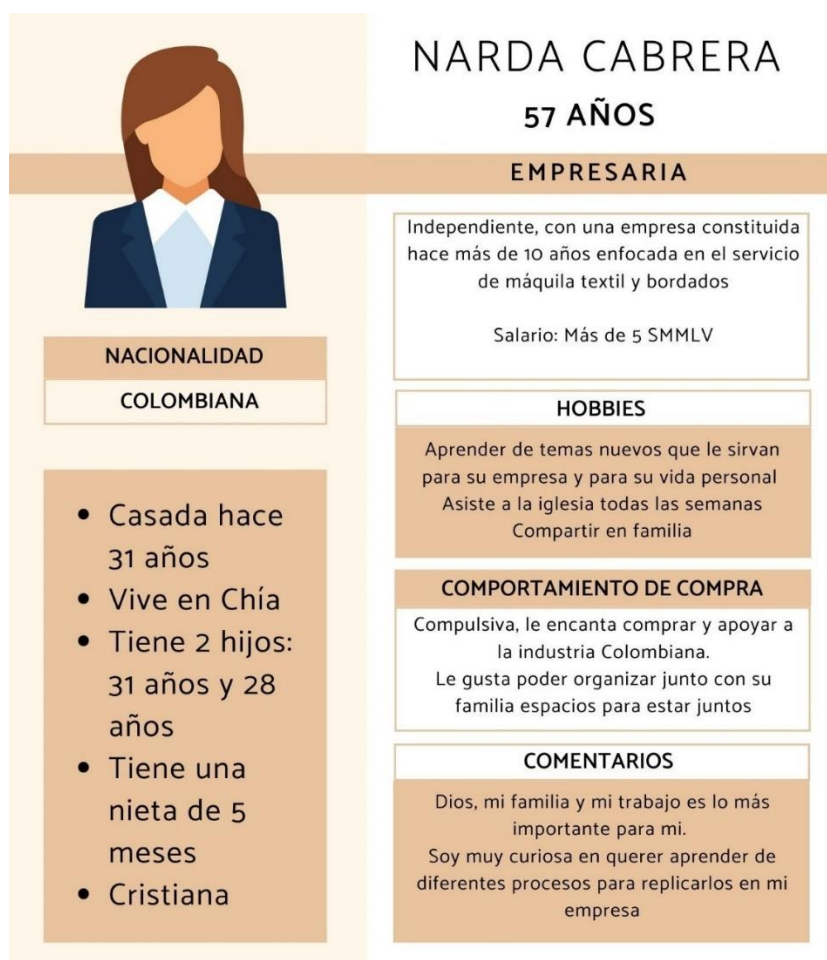
Se obtuvieron 126 resultados de los cuales 96 personas que representan el 76% de la encuesta indican conocer el concepto de Agroturismo y de ese número de personas 85 han participado de estas experiencias en donde se encuentra que las actividades que más han realizado son: Caminatas ecológicas, Deportes extremos (Kayaking, Rafting, Trekking, Buceo, Tirollesa, etc) y Tours en cultivos o viñedos.

En consecuencia, se observan algunos perfiles de las personas que fueron encuestadas durante el proceso de validación de la oportunidad. El desarrollo de estos perfiles ayuda a entender que temáticas y puntos de interés podían tener los usuarios de PANACEA y de tal manera dar información acertada y actualizada a la hora de prestar el servicio del tour.

Lo anterior, se ilustra a continuación en las Figuras 2, 3 y 4.

**Figura 2**

*Perfil cliente 1*



*Nota:* elaboración propia.

Figura 3

## Perfil cliente 2



## JENNIFER MARTIN

### 34 AÑOS

**DIRECTORA DE SUPPLY CHAIN**

**NACIONALIDAD**

**ALEMANA**

Ingeniera industrial, trabaja en toda la cadena de abastecimiento de una empresa Alemana dedicada a proveer tintas de calidad a diferentes mercados industriales

Salario: Más de 10 SMMLV

**HOBBIES**

Le encanta hacer senderismo, realizar actividades al aire libre, conocer personas y lugares.  
Hacer deportes extremos

**COMPORTAMIENTO DE COMPRA**


No le gusta invertir tanto en cosas materiales.  
Disfruta invirtiendo su tiempo y dinero en experiencias diferentes que le permitan salir de su rutina

**COMENTARIOS**

Conozco más yo de Colombia que muchas personas que nacieron acá.  
Me encanta viajar y conocer lugares diferentes y sobre todo estar al aire libre

- Casada con un Colombiano hace 5 años
- Nacida en Delbruck, Alemania
- Viviendo en Colombia hace 10 años
- Tiene una hija de 2 años
- Toda su familia vive en Alemania

*Nota:* elaboración propia.

**Figura 4***Perfil cliente 3*


**FELIPE SANCHÉZ**  
**22 AÑOS**

**ESTUDIANTE DE AGRONOMÍA**

Estudiante de 7 semestre de la universidad de Cundinamarca sede Facatativá. Trabaja los fines de semana como mesero en restaurantes  
Salario: Más de 1 SMMLV

**NACIONALIDAD**  
COLOMBIANO

- Soltero
- Vive con la mamá y los hermanos en Facatativá
- Padre ausente
- Tiene 2 hermanos, uno de 26 años y otra de 17 años
- Tiene un perro y dos gatos

**HOBBIES**  
Conectar con la naturaleza de todas las formas posibles  
Cuidar su autocultivo de cannabis y su huerta casera  
Pasear con su perro

**COMPORTAMIENTO DE COMPRA**  
Ahorrador, invierte en espacios con su familia que les permita unirlos cada vez más. No le duele invertir en nada que tenga que ver con sus mascotas

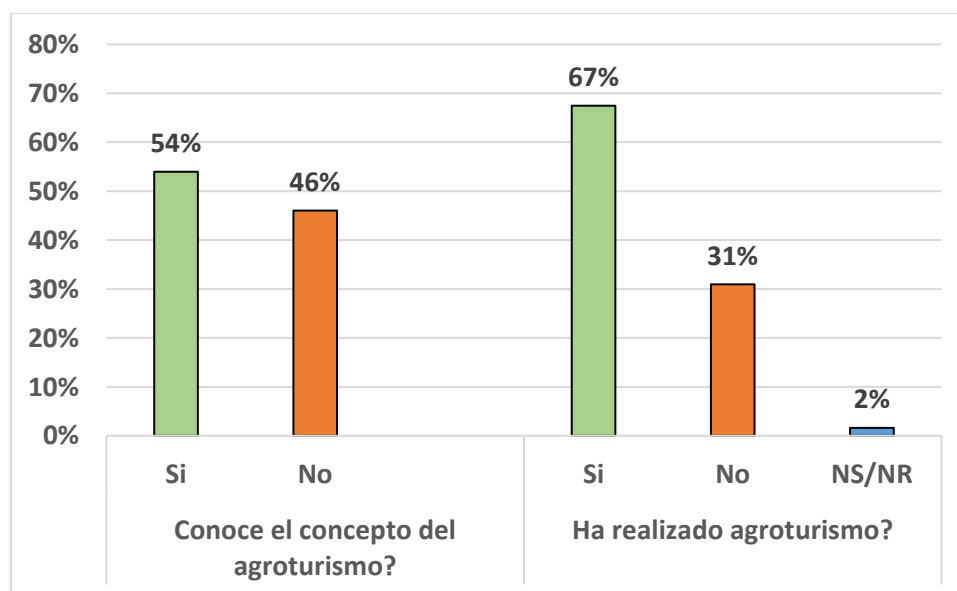
**COMENTARIOS**  
Amo mi carrera, pienso que los jóvenes Colombianos deben conectarse cada vez más con la naturaleza y el agro, no verlo como algo aburrido

*Nota:* elaboración propia.

Cuando se indago por medio de la encuesta en temas de cannabis se encontró que la gente entiende y asemeja hoy en día a la planta con temas medicinales y calmantes, superando la relación y estigmatización que se tenía hace unos años entendiéndola solo para temas recreativos. Como punto inicial, se identificó que el 46% de los encuestados no tiene claro cuál es el concepto del agroturismo, pero por otro lado el 67% del mismo grupo afirma haber realizado este tipo de actividades. Esto se ilustra en la Figura 5.

**Figura 5**

*Conocimiento sobre agroturismo*



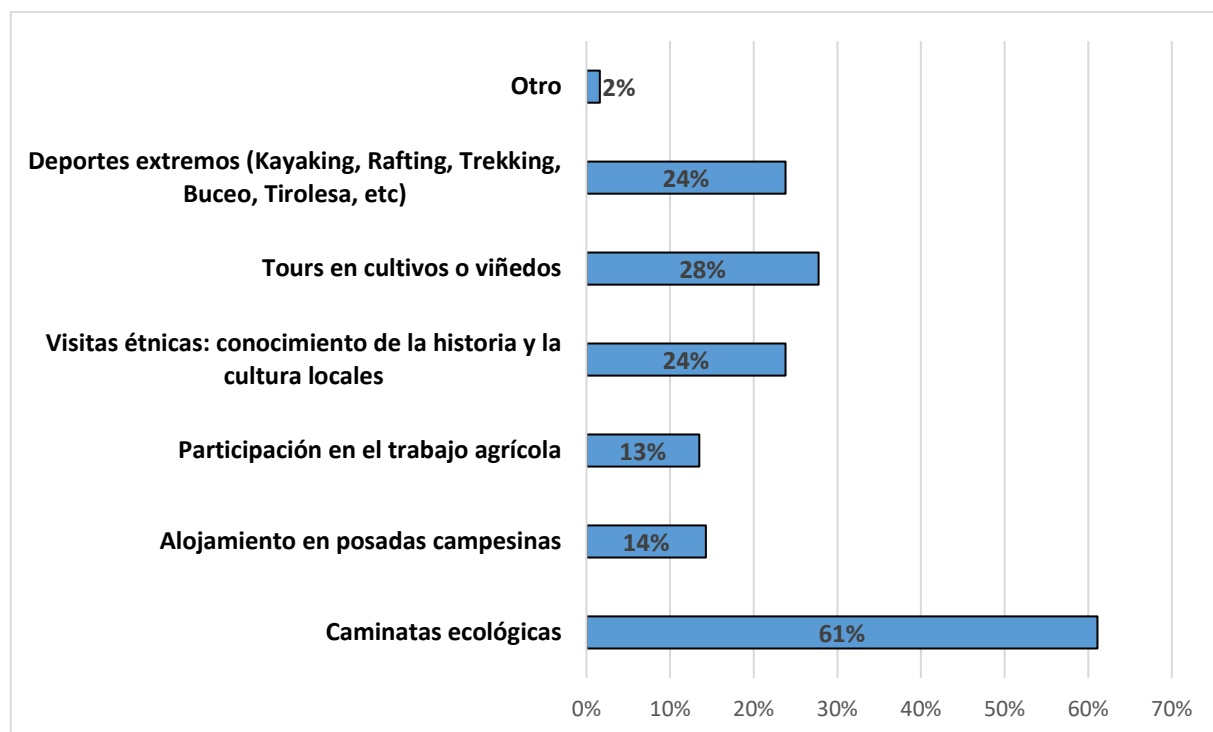
*Nota:* elaboración propia.

Dentro de las actividades que relacionadas con el agroturismo que han realizado el grupo de encuestados, se encuentran las caminatas ecológicas con el 61% y un 28% han hecho tours en cultivos y/o viñedos. Por otro lado, un 24% han realizado visitas a grupos étnicos y un mismo porcentaje realizaron deportes extremos. Las actividades menos frecuentes fueron

hospedaje en casa campesina con un 14% y trabajo agrícola con el 13%. Lo anterior se ilustra en la Figura 6.

**Figura 6**

*Actividades realizadas con relación al agroturismo*

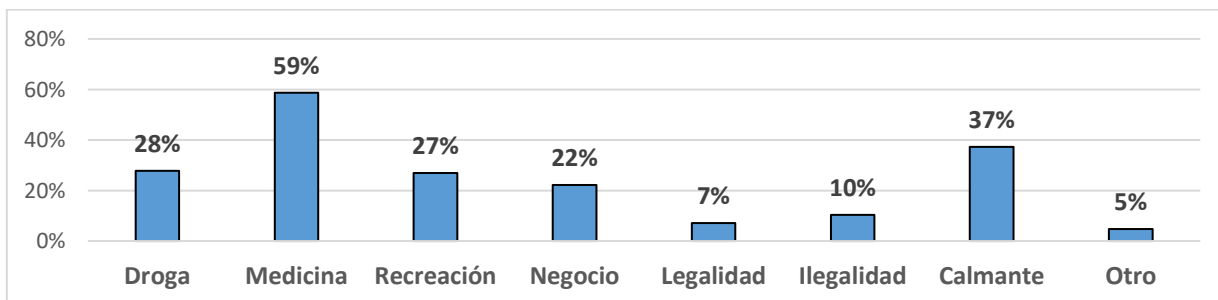


*Nota:* elaboración propia.

Entrando en la temática del cultivo del cannabis, frente a la pregunta: ¿En qué piensa cuando le hablan de Cannabis?, un 59% respondió que medicina, mientras que un 37% dijo que calmante, un 28% dijo que droga, un % 27 expreso que recreación, un 22% piensa en negocio, mientras que un 10% piensa en ilegalidad frente a un 7% que piensa en legalidad. Estas respuestas se ilustran en la Figura 7.

**Figura 7**

*Lo que piensan al hablar de cannabis*

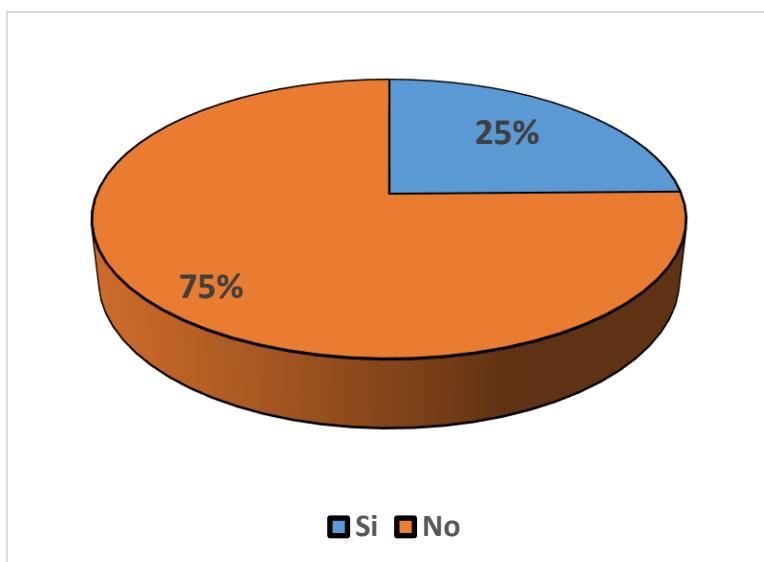


*Nota:* elaboración propia.

Para la pregunta: ¿Ha tenido la oportunidad de visitar un cultivo de Cannabis?, las respuestas fueron un 25% para sí, frente a un 75% no, tal como se ilustra en la Figura 8.

**Figura 8**

*Han visitado un cultivo de cannabis*

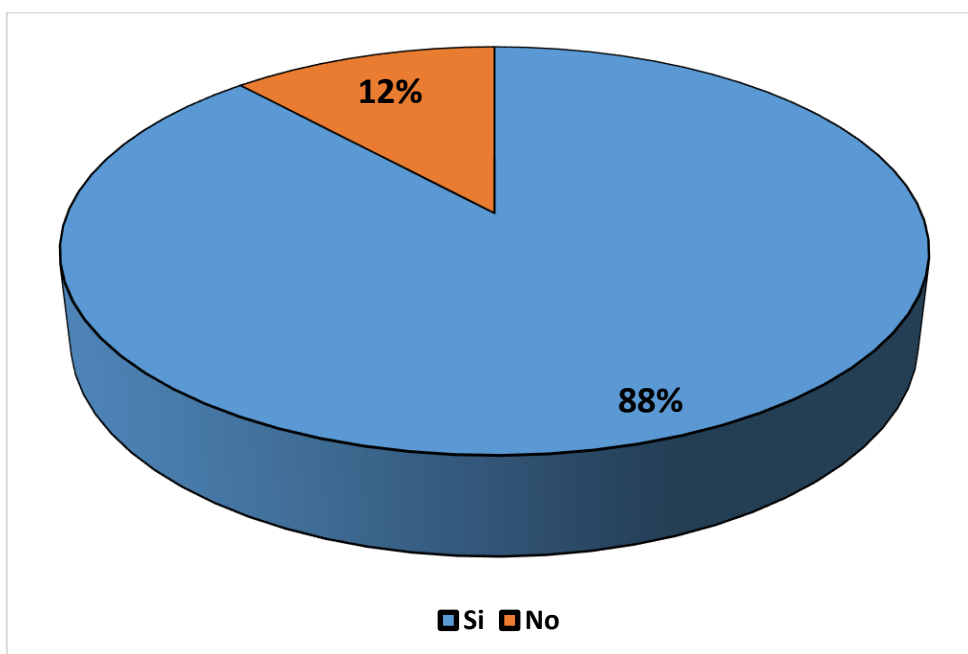


*Nota:* elaboración propia.

Como pregunta situacional, se les consultó: ¿Le gustaría visitar un cultivo de Cannabis?, obteniendo como respuesta un 25% para sí, frente a un 75% no, tal como se ilustra en la Figura 9.

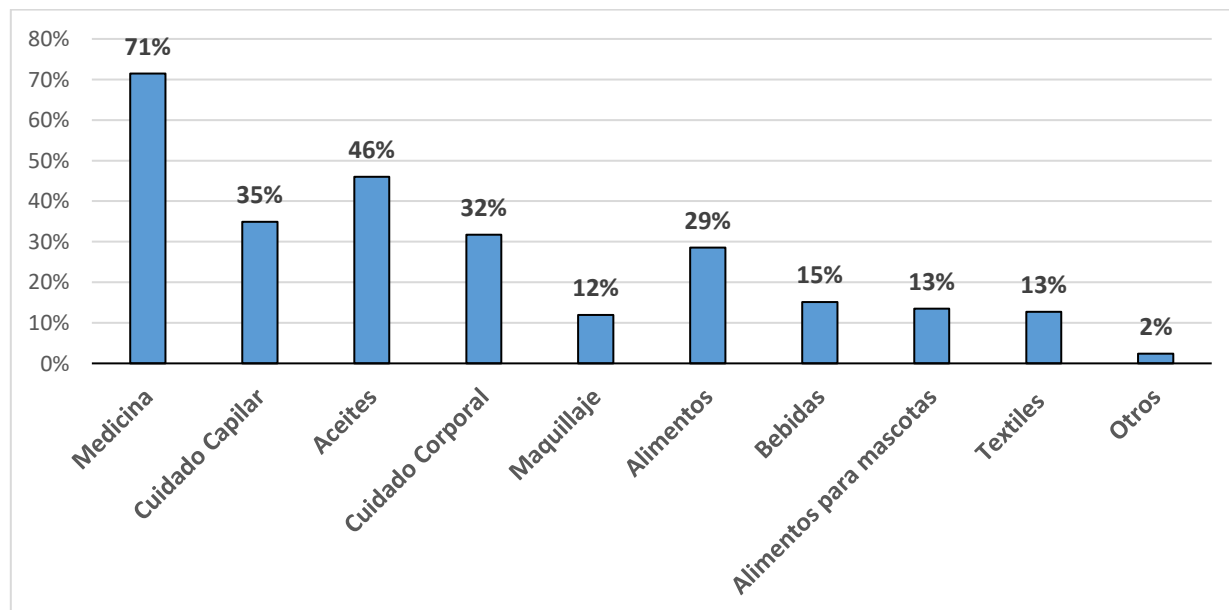
**Figura 9**

*Porcentaje que gustaría visitar un cultivo de cannabis*



*Nota:* elaboración propia.

En la última pregunta se consultó: ¿Qué productos con Cannabis compraría?, obteniendo como respuestas que el 71% compraría medicina a base de cannabis, un 46% aceites, un 35% cuidado capilar y otro 32% cuidado corporal, por otro lado, un 29% compraría alimentos y otro 13% alimentos para mascotas, un 15% bebidas, por último, un 13% compraría textiles y otro 12% maquillaje. Esto se ilustra en la Figura 10.

**Figura 10***Productos de cannabis que comprarían*

*Nota:* elaboración propia.

Analizando una a una las respuestas a la pregunta: ¿Qué les gustaría aprender de la planta de Cannabis?, se definieron tres categorías: 1. Usos y beneficios, 2. Características de la planta: cultivo y transformación y 3. Las dos anteriores.

Encontrando que dentro de la primera categoría hay un 36% de los encuestados que están deseando aprender de los beneficios de la planta, dejando insights como: “Usos como medicina y energía alternativa”, “Aplicación para la piel y maquillaje”, “Como ayuda al ser humano”, “Usos medicinales y concepción desde las comunidades”.

Dentro de la segunda categoría se sitúa el 30% de los resultados en donde se identifica la necesidad de la gente por entender el proceso de cultivo de la planta, su transformación,

comercialización y la diversidad de productos que se pueden realizar con sus derivados, las personas expresaron textualmente que desean conocer: “Sus componentes químicos y como la cultivan”, “El proceso para trabajarla y volverla medicinal” “Características del cultivo, propiedades y dificultades regulatorias”, “Proceso de cultivo e influencia medicinal”.

Para la última categoría las respuestas obtenidas estaban enfocadas a conocer en general de todo lo relacionado con cannabis, los encuestados contestaron así: “Cultivo, procesos, beneficios, consejos y cuidados”, “Principales beneficios medicinales, el proceso de cultivo y conocer más de que otra manera es usada”, “Propiedades, beneficios, proceso de fabricación, mercado”, este tipo de respuestas representaron el 16%. Detallando estas respuestas se identificó que además de enseñar el proceso productivo de inicio a fin se debe ahondar en explicarle detalladamente a las personas el bienestar que trae el cannabis en diferentes aspectos de la vida, logrando así seguir informando y desmitificando su uso.

Por otro lado, se hizo una pregunta con el fin de entender qué tipo de productos se podrían ofrecer dentro de la experiencia del tour cannábico. En esta pregunta 90 personas respondieron que comprarían medicinas con cannabis, lo que permite analizar que si se comprende el alto potencial que tiene la planta en temas de mejorar la calidad de vida de las personas.

Seguidamente se cuestionó con respecto a los aceites, ya que 58 personas indicaron que comprarían aceites que en su contenido tuvieran cannabis, es en este punto en donde se puede analizar los diferentes aceites que hay en el mercado para poder ofrecer un producto que genere mayores beneficios. Dentro de la siguiente línea de productos que estarían dispuestos a comprar están enfocados al cuidado corporal y capilar.

El cannabis tiene muchas propiedades ya que sus diferentes componentes pueden ser de mucha ayuda para diferentes industrias, en el caso de las cosméticas aporta elasticidad, combate la sequedad, es antioxidante, entre otros beneficios. Para finalizar la última clase de productos en la que están interesados es en los alimentos, estos tienen impactos positivos ya que son antiinflamatorios, analgésicos, inmunomoduladores, anti convulsionantes, antioxidantes y uno de los más importantes debido al aumento de casos de ansiedad y depresión es un ansiolítico natural. La Figura 11 ilustra el proceso de consolidación que resultó en el Diagrama de Propuesta de Valor para PANACEA.

**Figura 11**

*Diagrama Propuesta de Valor – PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.

La Propuesta de Valor para PANACEA ilustrada en la Figura 11, resultó luego de tener un mayor entendimiento de los perfiles de posibles clientes mediante las respuestas obtenidas en la encuesta, a la vez que se tiene referencia de las posibles inconformidades y necesidades de la población que evidencian actualmente con las propuestas que existen en el mercado enfocadas en el mundo del Agroturismo.

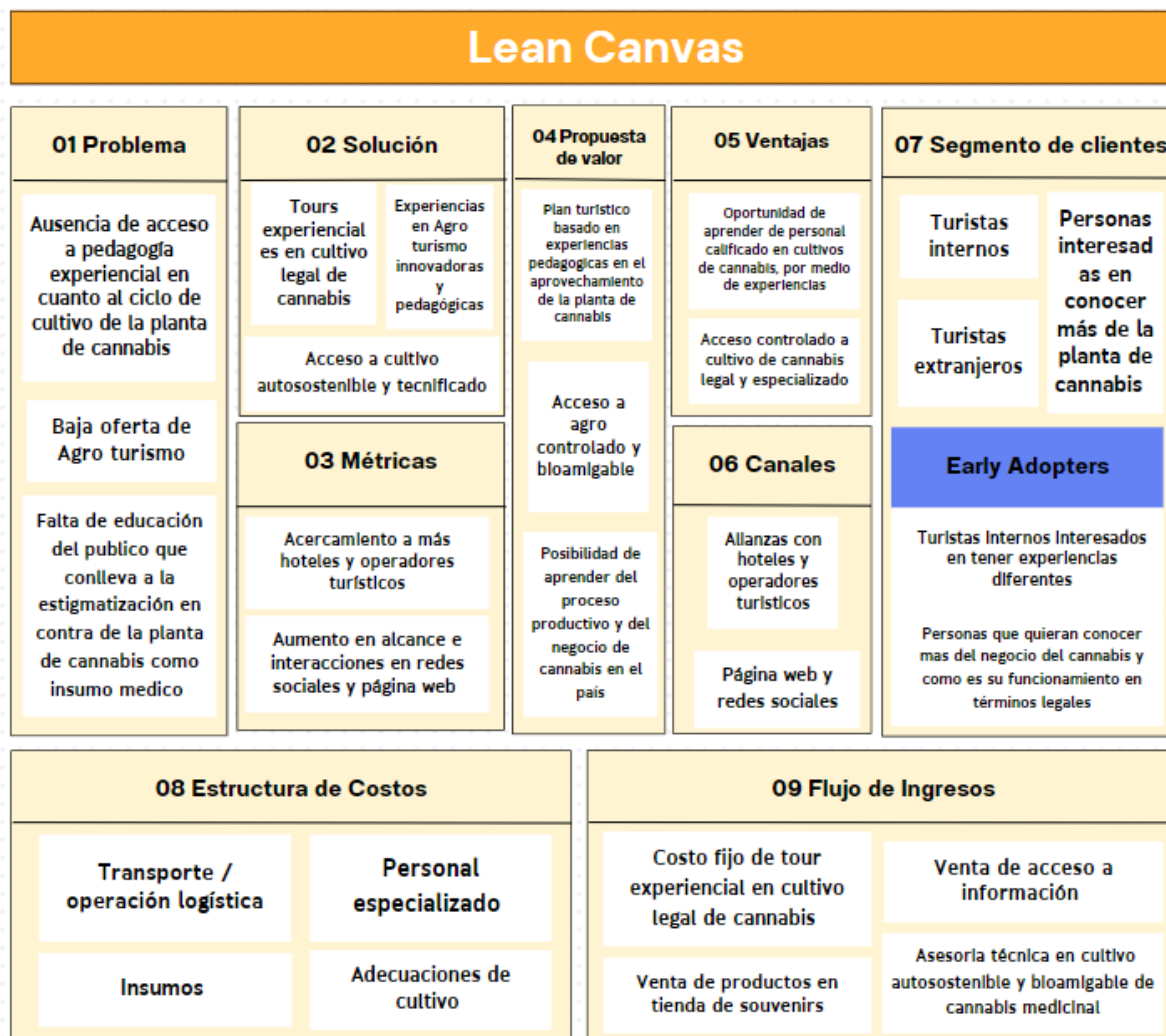
Como resultado de las respuestas que se analizaron a fondo junto con las hipótesis de Modelo CANVAS, el cual se ilustra en la Figura 12, se encontraron que existe un número considerable de personas que están interesadas en ampliar su conocimiento acerca de la planta de cannabis a través de experiencias, sin embargo, no han tenido la oportunidad de acceder a espacios pedagógicos y a la vez recreativos que les permita ampliar sus conocimientos.

Para esto, PANACEA decide construir para este segmento de personas la siguiente propuesta de valor:

“Estamos en un mundo con costumbres ancestrales, pero a la vez en constante cambio, es por esto que desde Panacea queremos ofrecer a la gente una experiencia de Agroturismo diferente en la que puedan conocer a fondo de una planta que tiene tanta historia, desde su siembra hasta su transformación en producto terminado. Nos enfocamos en prestar un servicio de tour cannábico en una finca licenciada para cultivo de cannabis no psicoactivo donde junto con nuestros expertos podrás entender todos los procesos que vive la planta y adicional conocer de los beneficios que puedes obtener a partir de ella”.

Figura 12

Análisis Modelo CANVAS – PANACEA



Nota: elaboración propia.

Para lo anterior, también se tuvo como insumo el análisis de las ofertas que existen actualmente en el mercado, enfocando en las inconformidades que han expresado los clientes (Tripadvisor, 2023a; 2023b), dado que es un referente a tener en cuenta como punto de éxito a perseguir, para lograr contar con un factor diferencial.

## 2.2 Principales hallazgos o *insights*

Conforme a lo obtenido y analizado previamente, se puede determinar que en Colombia hay un potencial grande para desarrollar el sector del Agroturismo, ya que la población colombiana y extranjera es consciente que el país tiene muchos atractivos turísticos, sin embargo, estas mismas personas consideran que las actividades que se promocionan se vuelven repetitivas y monótonas (Tripadvisor, 2023a; 2023b).

Tal como se ilustra en la Figura 5, un 54% de los encuestados tiene claridad sobre el agroturismo, con un 67% que afirma haber realizado alguna actividad referente al tema. Adicional a esto, el porcentaje de ellos que quieren saber cada vez más de la planta del cannabis es alto, con un 88% de los encuestados tal como lo demuestra la Figura 9. Algo que cabe resaltar es el deseo de ellos por querer entender cómo pueden llegar a incorporar a su vida cotidiana productos derivados del cannabis, con las respuestas obtenidas sobre los productos a adquirir en base a esta planta.

Por otra parte, un insight a considerar es que todavía hay un segmento de la población que más allá del hecho de no interesarle el cannabis es el tema de la estigmatización que tienen sobre la planta, es por esto que es importante poder darles información muy acertada y precisa a las personas que si están más abiertas con el fin de empezar a crear ese voz a voz después de vivir la experiencia del turismo cannábico y que ese primer grupo de personas mencionadas decidan conocer del tema.

### 2.3 Perfil básico de los *early adopters*

El perfil básico de los *early adopters* de PANACEA, se caracteriza por ser personas con disposición a conocer nuevas cosas, que abren su mente para disfrutar de las novedades que trae para ellos el mundo, que a pesar de que pueda existir un pensamiento generalizado, sea bueno o malo frente a una situación determinada, se toma el tiempo de conocer por su cuenta las variables que componen esa verdad y emitir su propio juicio al respecto.

Siendo la mayoría de edad y hasta pasados los 55 años el rango de edades de estos *early adopters*, se entiende que esto representa un amplio mercado que atender como una diversidad de gustos a considerar por las diferencias en edades, dudas que en gran parte han sido subsanadas con los resultados y análisis de las encuestas.

Otra característica para resaltar es que son personas que se permiten nuevas experiencias para adquirir más conocimiento del mundo que habitan, valorando el esfuerzo de quienes ofrecen novedosas propuestas para ello, con un 88% de encuestados que estarían dispuestos a conocer un cultivo de cannabis.

Así también, un amplio 71% de encuestados que elegiría comprar productos medicinales a base de cannabis, demuestra que a esta planta se le reconoce atributos importantes para la sociedad, lo que se puede utilizar como un bastión para crecer como emprendimiento, teniendo en cuenta los otros usos que también son de importancia para la producción agrícola adelantada en PANACEA.

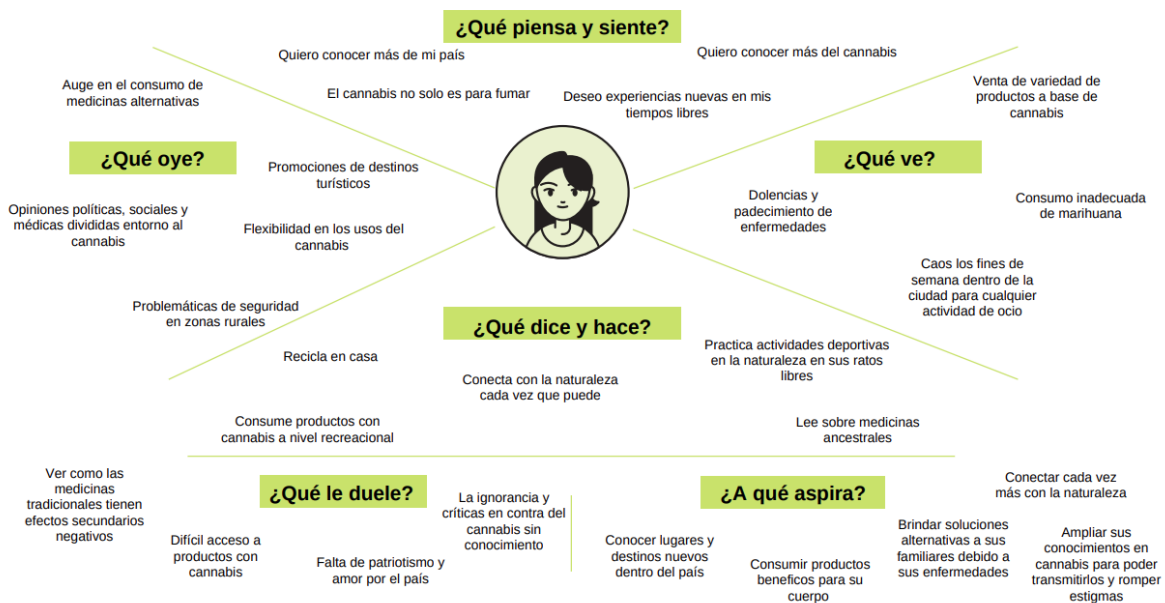
En resumen, el perfil de los *early adopters* de PANACEA se ilustra mediante un Mapa de Empatía en la Figura 13.

Figura 13

## Mapa de Empatía – PANACEA

PANACEA

# Mapa de Empatía



Nota: elaboración propia.

### 3. Construcción y validación del mínimo producto viable (MVP)

#### 3.1 Aspectos básicos de la validación del mercado

La determinación de los *early adopters* permite establecer que el perfil de los clientes de PANACES son personas que oscilan entre los 18 y 60 años, sin distinción de estrato socioeconómico, que los une tanto el deseo por conocer los atributos de bienestar que ofrece el cannabis no psicoactivo, beneficiarse de ello para los casos en que la condición de salud así lo demanda, conocer el proceso agroindustrial de este cultivo, resumiendo todo en adquirir el bienestar que a nivel general pueden obtener de la oferta que hace PANACEA como emprendimiento.

Precisamente, tomando como base los resultados de la encuesta se definió este perfil para del mismo modo construir la oferta de productos de PANACEA, la cual busca generar beneficios desde lo medicinal, terapéutico, educativo, experimental como diversión o ocio, con un definido enfoque al componente medio ambiental y la preservación del mismo a través de la agroindustria.

Con esto, el Mínimo Producto Viable – MPV de PANACEA es la experiencia de un “Tour Cannábico” que conlleve a aprender sobre el proceso agroindustrial de esta planta, disfrutar de espacios agradables mediante la conexión con el medio ambiente, adquiriendo nueva y veraz información sobre las bondades del cannabis, generando con ello un aprendizaje único e inolvidable.

Las características de los *early adopters* que fundamentan el Mínimo Producto Viable – MPV de PANACEA, ilustran en la Figura 14.

Figura 14

*Perfil de la demanda del cliente– consumidor final*

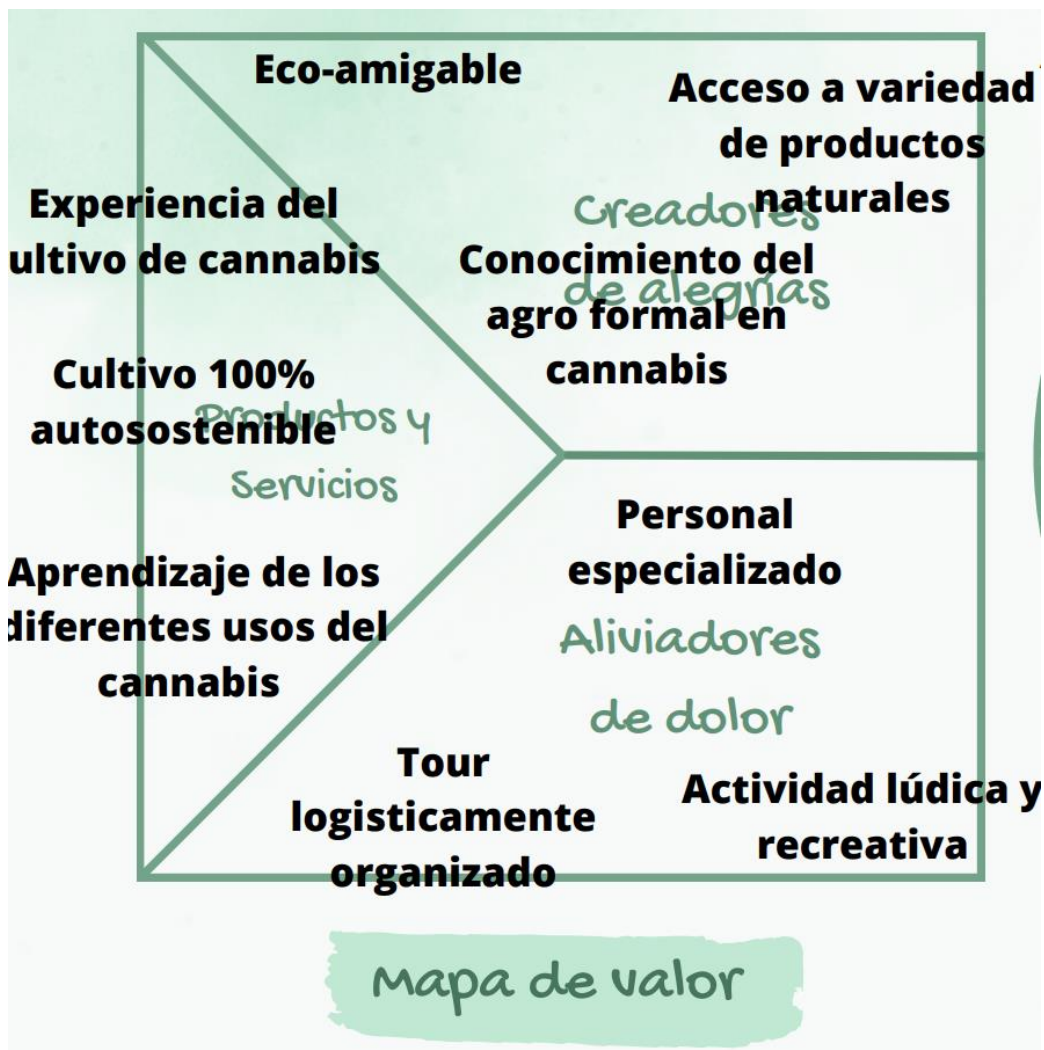


*Nota:* elaboración propia.

Por su parte, las características finales que configuran el Mínimo Producto Viable – MPV de PANACEA, ilustran en la Figura 15.

Figura 15

Mapa de valor– consumidor final



Nota: elaboración propia.

Para el MVP se empezó desde la recogida en el hotel de un grupo de personas interesadas en realizar el recorrido, las cuales fueron llevadas en el medio de transporte contratado hasta las instalaciones de PANACEA ubicada en la Vereda Bulucaima en la Finca El Recuerdo. Una vez se llegó al cultivo, lo primero fue ubicarlos en el área destinada a darles la bienvenida a PANACEA, acá se les dio las indicaciones y normas necesarias que debían

cumplir para poder tener un espacio enriquecedor y adecuado. Se les presentó un video introductorio en donde se cuenta la historia de los inicios de la empresa y porque se tomó la decisión de enfocarse en brindar flor de cannabis premium al mercado nacional e internacional. Esto se ilustra en la Figura 16.

### Figura 16

*Video introductorio de PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.

El recorrido inicio en el área de cabezal de riego, en este lugar se les explico cómo es el funcionamiento hidráulico del sistema de riego su importancia en temas productivos, adicional se tuvo la experiencia de realizar la mezcla nutricional que se le da a las plantas dependiendo de la etapa productiva en la que se encuentre y medir el PH y conductividad eléctrica de la solución. Esto se ilustra en la Figura 17.

### **Figura 17**

*Explicación funcionamiento hidráulico de PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.

Para poder dar inicio como tal a la ruta por el cultivo cumpliendo con las normas recién explicadas, se le entregó a cada persona sus elementos de protección personal – EPP's, comprendidos en una bata, cofia, tapabocas, guantes y cubre pies, tal como se ilustra en la Figura 18.

### Figura 18

*Entrega y puesta de EPP's*



*Nota:* elaboración propia.

Antes de ingresar a la segunda área, se hizo una explicación en el cuarto de baterías del funcionamiento de los paneles solares. PANACEA es una empresa 100% sostenible donde el recurso hídrico utilizado para el riego es agua lluvia recolectada y tratada, en cuanto al recurso energético se cuenta con 7 paneles solares y un banco de 8 baterías de gel con un inversor lo

cual permite darle energía a toda la operación productiva. Para la entrada al invernadero que correspondía a la segunda área se realizó el protocolo de higiene necesario, una vez adentro el grupo fue dirigido al área de propagación de esquejes en donde pudieron observar las bandejas de germinación con las plántulas listas para que ellos sembraran, tal como se evidencia en la Figuras 19 y 20.

### **Figura 19**

*Explicación uso energía solar 1*



*Nota: elaboración propia.*

**Figura 20***Explicación uso energía solar 2*

*Nota:* elaboración propia.

Una vez se llevó al grupo a la nave 1 en la cual se realiza la siembra, se les hizo la explicación previa de las etapas de cultivo que tiene la planta de cannabis, en donde aprendieron la importancia de los goteros auto compensados, la iluminación y horas de luz que se requiere según cronograma, la preparación de la tierra, el tipo de plástico del invernadero y la importancia de la trazabilidad de actividades que se le hacen a cada una de las plantas, tal como se ilustra en la Figura 21.

**Figura 21**

*Explicación sistema de goteo*



*Nota:* elaboración propia.

Entendiendo estos conceptos se inició la siembra de los esquejes, cada uno de los participantes según las indicaciones del guía procedió hacer un agujero en la tierra, aplico los productos necesarios y posteriormente sembró la plántula, tal como se observa en la Figura 22.

**Figura 22**

*Explicación proceso de siembra*



*Nota:* elaboración propia.

Realizado este proceso se hizo la explicación de la importancia de las podas en las plantas de cannabis según el mercado objetivo que se tenga, en este caso como se está sembrando plántulas para un mercado internacional de flor fumable se le realizó la primera poda apical, en donde se retiró el ápice de crecimiento vertical de cada esqueje.

Además de esta poda el grupo fue dirigido a otras plantas que se encontraban en la semana número 5 de su etapa vegetativa y requerían de una poda fitosanitaria, para esto a cada persona se les entregó unas tijeras de poda desinfectadas y se les hizo un ejemplo previo a como debían realizar este tipo de actividad.

Una vez terminada esta etapa inicial el grupo fue llevado al área de mezclas, en donde se encuentran los insumos que permiten hacer control de plagas y enfermedades del cultivo. La flor de cannabis al estar destinada para mercados farmacéuticos, alimenticios, veterinarios y cosméticos, por lo que requieren de un estricto cumplimiento de uso de productos orgánicos que no generen ningún impacto negativo ni trazas a la hora de consumirlo o procesarlo.

En esta área se explicó el origen de algunos de los productos que se utilizan, dentro de los ejemplos estuvo el Alisin, el cual es un producto que solo contiene 2 ingredientes: ajo y ají. Este plaguicida orgánico ayuda a combatir plagas de algunos insectos debido a su olor tan fuerte y repulsivo. Se realizó la preparación de los productos en la bomba de espalda y más adelante se dispuso a los participantes para que vivieran la experiencia de aplicarle al cultivo estos productos. Lo anterior se ilustra en la Figura 23.

**Figura 23**

*Explicación proceso de siembra*



*Nota: elaboración propia.*

Al regresar al lugar donde están las plantas, se inició la toma de muestras del suelo que permiten realizar mediciones del sustrato por medio del método de pasta saturada, en donde al recolectar de diferentes partes tierra se introducen en una jarra medidora que permite saber cuánta agua destilada se debe aplicar para realizar el experimento. Esto se ilustra a continuación en la Figura 24.

## Figura 24

*Regreso al lugar de las plantas*



*Nota: elaboración propia.*

Una vez reposada la tierra y obteniendo esa pasta saturada con ayuda del medidor se tomaron los datos del PH y conductividad eléctrica del suelo, con estos resultados se explicó la importancia de estas dos variables para el buen crecimiento de las plantas, tal como se ilustra en la Figura 25.

**Figura 25***Medición PH agua*

*Nota:* elaboración propia.

Para finalizar el recorrido dentro del invernadero, se hizo un acercamiento a algunas plantas para determinar si ya podían ser cosechadas. Los cogollos de las plantas de cannabis tienen unos pistilos los cuales dependiendo de su estado de maduración van cambiando su color, una vez encontramos una planta la cual tuviera sus pistilos color ámbar nos dispusimos a empezar con el proceso de cosecha. A cada una de las personas se les entrego un par de guantes nuevos y tijeras de poda desinfectadas, se realizó bajo supervisión del guía el deshoje de la planta para más adelante cada uno cortará una rama, la cual llevarían al proceso de secado.

Una vez el grupo salió del invernadero, cada integrante del tour tenía su rama de la planta cosechada para disponerse a ir al cuarto de secado. Para ingresar a esta área se hace uso de los cubre pies previamente entregados, para realizar el proceso de desinfección antes de ingresar a la habitación. Este cuarto es el área más crítica de todo el proceso debido a que es el lugar donde la planta empieza a perder agua lo que significa que es una zona muy húmeda, razón por la cual cuenta con varios equipos: 2 deshumidificadores, 2 ventiladores, un extractor y un generador de ozono para el ambiente. Para este proceso cada uno de los participantes colgó su rama en las mallas de secado, el guía realizó una explicación en cuanto a los parámetros que debían tener las variables de temperatura y humedad del ambiente. Esto se ilustra en la Figura 26.

### Figura 26

#### *Proceso tratamiento del agua*



*Nota: elaboración propia.*

Finalizando la explicación de los procesos que se llevan a cabo en esta área se explicó el método de empaque que se debe tener para la flor, para este paso cada participante tuvo la oportunidad de empaquetar al vacío unos cogollos de cannabis que ya estaban secos, como se ilustra en la Figura 27.

**Figura 27**

*Proceso empacado al vacío*



*Nota: elaboración propia.*

Terminado el recorrido en el área de secado, se dispone el grupo para que disfrute en una zona de la finca que tiene una vista espectacular donde se le dio a cada persona un refrigerio básico y fue en este momento donde el guía empezó a explicar los diferentes métodos de extracción que tiene el cannabis y los diferentes usos que se le puede dar. Finalizando el recorrido el grupo es dirigido a la tienda de souvenirs en donde los integrantes del tour pudieron ver diferentes clases de productos que hoy en día se realizan tanto a nivel nacional como internacional con derivados de cannabis y algunos decidieron comprar productos, tal como se ilustra en la Figura 28. A partir de este momento se disponen a abordar el transporte contratado para poder desplazar a las personas de retorno a su hotel.

### **Figura 28**

*Cliente con productos de PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.

Durante el recorrido de vuelta al hotel su tuvo la oportunidad de preguntarle a las personas que les había parecido y que recomendaciones tenían en cuanto al tour, por lo cual accedieron a dar comentarios muy positivos y expresando lo sorprendidos que estaban de las normas y requisitos que se tiene para poder cultivar cannabis de forma legal y tecnificada. Adicional aportaron un feedback en cuanto al guía, el cual fue muy válido y se trababa del vocabulario que este usaba, ya que al ser una persona tan especializada en el tema su forma de expresarse era muy técnica lo que en ciertos momentos impedía que las explicaciones fueran entendidas en un 100%.

#### **4. Producto o Servicio**

##### **4.1 Especificaciones y características técnicas del producto**

El Tour Cannábico de PANACEA se compone de un total de 19 pasos o etapas, las cuales van desde la recogida y vuelta al hotel, pasando por los diferentes puntos que componen el proceso agroindustrial del cannabis no psicoactivo, hasta el refrigerio y el momento de adquirir los productos en el punto de venta o tienda.

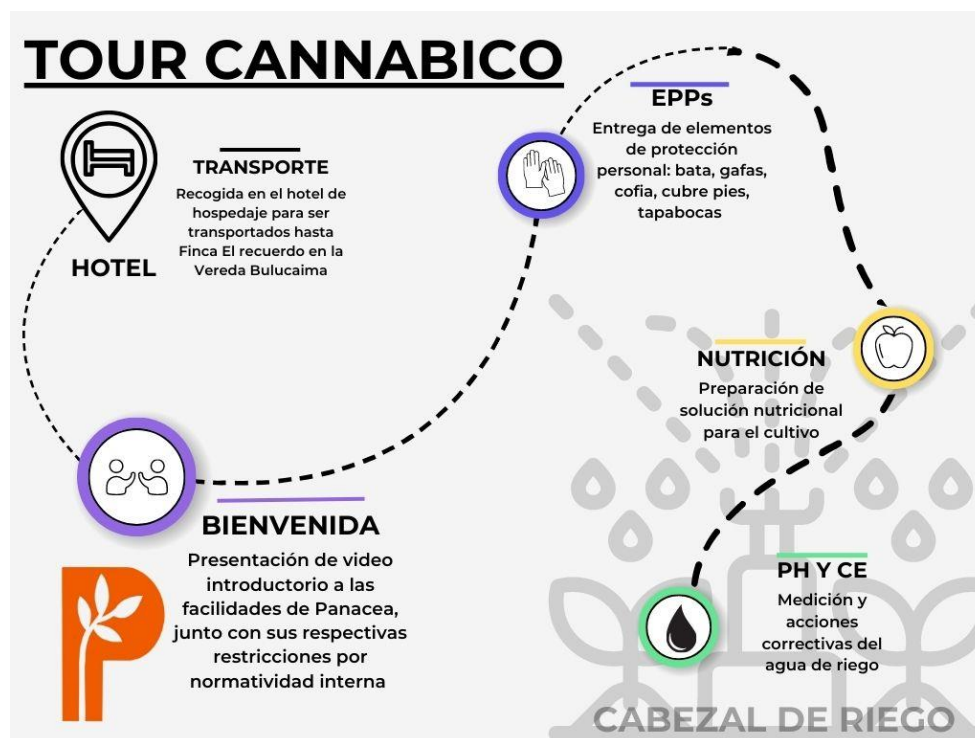
El Tour Cannábico de PANACEA tiene una duración aproximada de 4 horas, desde su inicio hasta el final, empezando a las 9:00 am y culminando a la 1:00 pm. En cuanto el cupo máximo por Tour es de 30 personas máximo, con el ánimo de ofrecer un servicio de calidad y evitar cualquier tipo de problemas por hacinamiento en las instalaciones de PANACEA.

El Tour Cannábico de PANACEA está estructurado en tres bloques, los cuales son: a) Cabezal de Riego; b) invernadero; y c) proceso final, el cual se compone a su vez de las etapas cuarto de secado, extracción y tienda. Se culmina con le llevada de regreso al hotel.

Por su parte, el bloque Cabezal de Riego se compone de las etapas: a) transporte, que comprende la recogida en el hotel de hospedaje y llevada a la finca El Recuerdo, ubicada en la Vereda Bulucaima de la zona rural del Municipio La Vega en – Cundinamarca; b) Bienvenida, una vez llegados a la finca El Recuerdo, se les brinda información general del cultivo cannábico, incluyendo las particularidades legales del mismo mediante video introductorio; c) EPPs, lo cual es la entrega de los elementos de protección a cada persona antes de iniciar el Tour; d) Nutrición, que consta del primer momento del proceso agroindustrial, donde se muestra cómo se prepara la solución nutricional del cultivo; y e) PH y CE, donde se mide la calidad del agua y nutrientes antes de utilizarlos en los cultivos. Lo anterior, se ilustra en la Figura 29.

**Figura 29**

*Bloque Cabezal de Riego – Tour Cannábico PANACEA*



Nota: elaboración propia.

En cuanto al bloque Invernadero, se compone de las etapas: a) iluminación, donde se explica la forma en que se aprovecha la luz solar; b) Esquejes, donde se prepara la tierra para la siembra; c) Podas, donde se hace la poda de hojas y ramas del cannabis; d) Plagas, donde se hace control de plagas y enfermedades; e) PH y CE, se hace un aforo para medir PH y CE como parte del control de calidad; f) Cosecha, se hace un piloto de la cosecha de la planta de cannabis en su estado natural. Esto, se ilustra en la Figura 30.

**Figura 30**

*Bloque Invernadero – Tour Cannábico PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.

Culminando, el bloque Final, que se compone de tres grandes etapas, siendo la primera Cuarto de Secado, comprendida por: a) Mallas, donde se cuelgan las hojas en mallas para su

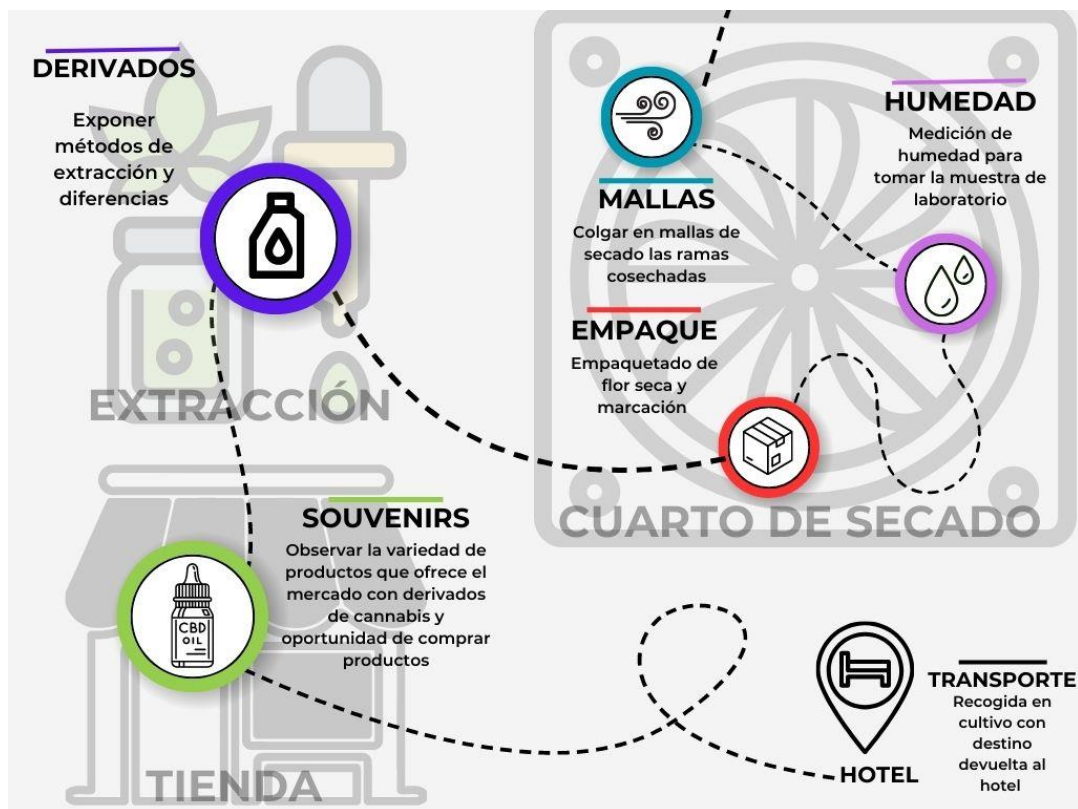
secado; b) Humedad, midiendo la humedad para las muestras de laboratorio; y c) Empaque, donde se realiza el empaquetado de la flor seca y se hace la marcación correspondiente.

La segunda parte que compone el Bloque Final del Tour Cannábico de PANACEA es la etapa de Extracción, donde se aprende como se sacan los derivados del cannabis no psicoactivo, haciendo una diferenciación entre sus métodos de extracción.

La tercera y última parte de este bloque es el de Tienda, donde los turistas pueden admirar los diferentes productos del cannabis no psicoactivo y adquirirlos, también se les ofrece el refrigerio. De allí, se les lleva de regreso al Hotel. Esto se ilustra en la Figura 31.

**Figura 31**

*Bloque Invernadero – Tour Cannábico PANACEA*



*Nota:* elaboración propia.


## **4.2 Beneficios del producto**

En primer lugar, los beneficios que ofrece el Tour Cannábico de PANACEA, es adquirir una experiencia novedosa e innovadora, donde se aprende todo lo relacionado con el proceso agroindustrial del cannabis, disfrutando de una agradable conexión con el medio ambiente en espacios donde se muestra el respeto por la misma, llevando consigo información real tanto de esta planta como de su proceso, con lo cual se adquiere un importante conocimiento de las bondades que ofrece el cannabis no psicoactivo.

En segundo lugar, sin duda alguna el tener la oportunidad de adquirir uno o varios productos derivados de esta planta para beneficios en la salud u otros, una vez se tiene pleno conocimiento de estos, es algo que se debe destacar. Por último, el poder tener un espacio de contacto directo con la naturaleza, mediante una experiencia novedosa e innovadora, es un beneficio que hace parte del todo que compone el Tour Cannábico de PANACEA. Lo anterior, se validó con la experiencia compartida de algunos de los turistas que han visitado a PANACEA, tal como se ilustra en las Figuras 32 y 33.

Figura 32


Comentario feedback cliente 1

		<p>Para Panacea fue un placer tenerte con nosotros en nuestro Tour Cannábico, es por esto que nos gustaría saber tu opinión y tus recomendaciones</p>			
		Nombre: Paola Ramos		Edad: 32	
Fecha: 04/03/23					
<b>TEMA</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Se cumplieron tus expectativas					X
Las instalaciones fueron adecuadas					X
La logística fue adecuada					X
Satisfacción por el evento					X
Se cumplió la programación					X
Manejo del tema por parte del guía					X
<b>¿QUE LE MODIFICARÍAS AL TOUR?</b>					
Me encanto, no le modificaria nada.					
<b>SUGERENCIAS,</b>					
El manejo de los temas, a veces me perdía en la explicación por los términos y definiciones.					

Nota: elaboración propia.

**Figura 33**

*Comentario feedback cliente 2*

		Para Panacea fue un placer tenerte con nosotros en nuestro Tour Cannábico, es por esto que nos gustaría saber tu opinión y tus recomendaciones			
		Nombre:	Felipe Sánchez		Edad:
Fecha:	04/03/23				
	<b>TEMA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	Se cumplieron tus expectativas				x
	Las instalaciones fueron adecuadas				x
	La logística fue adecuada				x
	Satisfacción por el evento				x
	Se cumplió la programación				x
	Manejo del tema por parte del guía				x
¿QUE LE MODIFICARÍAS AL TOUR?					
<p><b>SUGERENCIAS,</b></p> <p>Todo el tour estuvo muy interesante, la única sugerencia es que el guía hablara o diera las explicaciones sin tanto vocabulario técnico, ya se queda conocer o entender aún más de todo el proceso!</p>					

*Nota:* elaboración propia.

### 4.3 Servicio postventa

Los clientes contarán con la información necesaria del proyecto de emprendimiento PANACEA sus redes sociales y página web, con lo cual pueden contactarse directamente por si requieren alguna asesoría en caso de tener o decidir construir su auto cultivo el cual es legal

según el Decreto 811 de 2021, cualquier persona mayor de edad puede tener hasta 20 plantas de cannabis para uso personal. Adicional, orientación respecto a los productos derivados que adquieran, así como la posibilidad de comprar otros más y ser enviados a donde deseen.

## **5. Plan de mercadeo**

### **5.1 Entorno económico del emprendimiento**

#### ***5.1.1 Datos y cifras del sector***

Si bien, sobre cultivos de cannabis en Colombia se tiene una larga historia, el auge de su producción agroindustrial de forma legal en el país a partir de que fuera promulgada la Ley 1787 de 1787 (Congreso de Colombia, 2016) y su posterior Decreto 613 de 217 (Minsalud, 2017), se puede determinar a partir de la expedición de Decreto 811 de 2021 (Minsalud, 2021), donde se permitió la venta de los derivados de uso medicinal en las droguerías, es que se dio un giro histórico a nivel nacional frente a lo que representaba esta planta a nivel social y cultural (Portafolio, 2021).

Con esto, organizaciones como Clever Leaves empezaron a figurar en el espectro nacional con contratos significativos celebrados con grandes cadenas farmacéuticas del país, resaltando por parte de Andrés Fajardo, presidente de esta compañía los siguiente:

“Estamos muy orgullosos de que, desde nuestros cultivos en Pesca-Boyacá, y nuestra planta de extracción y laboratorio en Tocancipá, estemos suministrando productos de cannabis medicinal, productos cultivados por colombianos y para colombianos, a médicos y pacientes de nuestro país” (Portafolio, 2021, p. 1).

Precisamente, a partir de la expedición del Decreto 613 de 2017 (Minsalud, 2017), mediante el cual se entra a reglamentar lo estipulado en la Ley 1787 de 2016 (Congreso de Colombia, 2016), es que se tiene claridad sobre el tipo de licencias que se pueden adquirir para cultivar y/o procesar cannabis, la modalidad en que cada licencia permite hacerlo, y cuál es la autoridad competente de expedir cada cual. Esto se ilustra en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Tipos de licencias, modalidad y entidad que otorga*

TIPO	MODALIDAD	OTORGA
<b>Licencia de Fabricación de derivados de cannabis</b>	-Para uso nacional -Para investigación científica -Para exportación	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA
<b>Licencia de Cultivo de cannabis psicoactivo</b>	-Para producción de semillas para siembra -Para producción de grano -Para fabricación de derivados -Para fines científicos -Para almacenamiento -Para disposición final	Ministerio de Justicia y del Derecho
<b>Licencia de Cultivo de cannabis no psicoactivo</b>	-Para producción de grano y de semillas para siembra -Para fabricación de derivados -Para fines industriales -Para fines científicos -Para almacenamiento -Para disposición final	Ministerio de Justicia y del Derecho
<b>Licencia de Semilla</b>	-Comercialización o entrega -Fines científicos	Ministerio de Justicia y del Derecho

*Nota:* tomado de *Cannabis de uso medicinal* (p. 1), por Ministerio de Salud, 2023. Gobierno de Colombia.

Sin embargo, para los expertos en materia la industria del cannabis aún se encuentra en proceso de construcción, tal como lo asegura Johan Barbosa como director de Asuntos

Regulatorios de la organización Professional Growers, quien afirma que respecto a la Ley 1787 de 2016, *“Esa ley estaba enfocada en pacientes con una necesidad particular, pero era necesario el acceso a la planta de forma segura, con calidad y buen precio”* (Portafolio, 2022a, p.1).

Lo anterior, teniendo en cuenta que para entonces los términos de calidad nacionales estaban muy distantes de los estándares internacionales, por lo que fue necesario la presión ejercida por parte de la industria nacional del cannabis, con lo cual se logró mediante la expedición del Decreto 811 del 2021 (Minsalud, 2021), se establecieran estrategias para ampliar sus posibilidades en el mercado.

A partir de allí, se estableció una nueva hoja de ruta que le dio apertura a los usos industriales del cannabis, más allá del médico y farmacéutico, lo que a su vez permitió la exportación de la flor seca con fines comerciales, para que finalmente a través de la Resolución 227 de 2022, se lograra tener reglamentado al respecto según lo establecido por ley (Portafolio, 2022a).

El desarrollo de la industria del cannabis en Colombia se ve reflejada en su actual diversificación de productos, haciendo que el país sea productor de gran variedad de servicios medicinales con la planta, pero, con la más reciente regulación de su uso, el sector ha incursionado en los campos textil, cosmético y de alimentos y bebidas, entre otros. A su vez, las exportaciones han ido aumentando progresivamente (Portafolio, 2022a).

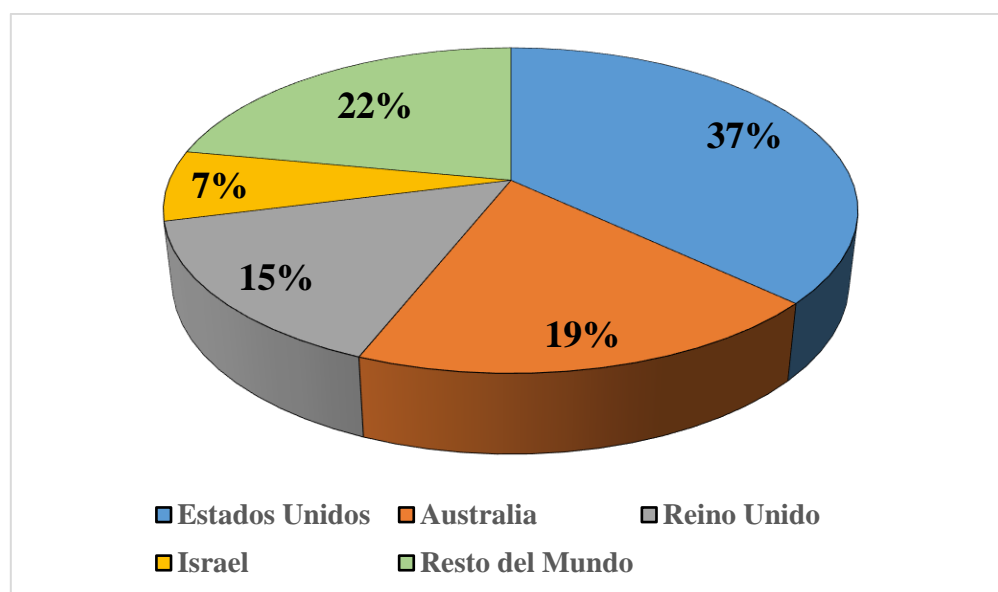
El sector en cifras, registro para la vigencia del 2019 unos US\$310.270 en ventas al exterior, teniendo un gran salto hacia el 2020, que consolidó US\$5.175.620 según el software de análisis de importaciones y exportaciones Treid (Portafolio, 2022a).

En el 2021, esa cifra fue de US\$5.063.200. Entre enero del 2020 y el mismo mes del 2021 ya se registraba un aumento del 65% en las ventas foráneas, siendo Antioquia, Bogotá y Cundinamarca los principales exportadores de productos con cannabis (Portafolio, 2022a), teniendo en cuenta que en este último se encuentra localizada la finca El Recuerdo, lugar donde opera PANACEA.

Por su parte, según lo reportado por Treid, los principales destinos para esta producción nacional son Estados Unidos con un 37 %, seguido de Australia con 19 %, luego se encuentra el Reino Unido con 15%, cerrando Israel con 7% (Portafolio, 2022a). Lo anterior, se ilustra en la Figura 34.

**Figura 34**

*Principales destinos de la producción del cannabis colombiano*



*Nota:* elaboración propia basado en *Cannabis en Colombia: una industria aún en construcción* (p. 1), por Portafolio 2022.

En cuanto al inventario de cultivos de cannabis regulado, con corte al primer semestre de 2021, el Ministerio de Justicia y del Derecho informó que existen 57.380 hectáreas licenciadas para el cultivo de plantas de cannabis (La República, 2022).

Otras cifras, según los datos de Árpez, compañía que realiza consultorías legales y técnicas para las industrias globales de cannabis y otros estupefacientes, revelan que hasta febrero del 2022 en Colombia se habían solicitado 2.634 licencias, de las cuales se emitieron 1.753, donde van incluidas aquellas de semillas para siembra y grano y de cultivo de plantas de cannabis (La República, 2022).

### ***5.1.2 Tendencias del mercado objetivo***

El nuevo marco regulatorio frente a la producción y comercialización del cannabis y sus derivados hace que la industria no solo tenga un auge a nivel nacional, sino que su proyección a nivel internacional sea de un atractivo bastante interesante en los sectores donde esta planta hace presencia, como es el sector de la medicina, por ejemplo, o en el caso del turismo para el emprendimiento PANACEA, entre otros.

Al respecto, Andrés Fajardo como presidente de Clever Leaves agregó:

“Colombia tiene un marco regulatorio robusto que le ha permitido, en los últimos cinco años, crecer, proyectarse y posicionarse como un país pionero en el mercado latinoamericano, ahora abriendo las puertas para que los pacientes tengan acceso seguro a los medicamentos a base de cannabis. Clever Leaves, como proveedor a gran escala, con la colaboración de Pharmalab, contribuirán de manera significativa a la

comercialización de productos de cannabis medicinal dentro de Colombia"(Portafolio, 2021, p. 1).

Lo anterior, se ve reflejado en que, para el mes de mayo del año 2020, el Instituto Colombiano Agropecuario – ICA reporto la inscripción de un total de 240 cultivares de cannabis. En cifras comerciales, se presentaron para entonces la exportación de 100 mil semillas de cannabis no psicoactivo desde de Colombia a la ciudad de Denver, estado de Colorado, en los Estados Unidos, por lo que el ICA, los ministerios de Agricultura y de Justicia, así como empresas productoras, abrieron una nueva oportunidad de mercado para los productos colombianos cultivados al amparo de la legalidad y calidad fitosanitaria (ICA, 2020).

Resaltando la importancia de la apertura de la exportación como motor del auge en la producción agroindustrial del Cannabis en Colombia, la entonces Gerente del ICA resalto que:

“Hemos otorgado 336 registros como productores de semilla seleccionada, 58 registros a importadores de semillas, 31 registros a exportadores de semillas, 219 registros como Unidad de Evaluación Agronómica y 35 registros como Unidades de Investigación en mejoramiento, bajo el estricto cumplimiento de los requisitos fitosanitarios y de legalidad ante el Gobierno Nacional, y con Perú logramos un acuerdo similar en el mes de febrero del 2020”, indicó la gerente general del ICA.” (ICA, 2020, p. 1).

Actualmente la industria del cannabis en el país presenta un gran potencial exportador, con la producción de aceites, resinas y extractos que son materias primas para la industria farmacéutica del mundo, incluyendo la elaboración de productos intermedios y líneas de cosméticos accesibles para todo el público, como la flor seca de esta (Portafolio, 2022a).

Sin embargo, los grandes retos están a nivel de la generación de estrategias para garantizar un mejor acceso a clientes tanto a nivel nacional como internacional, sin dejar de lado la estigmatización que culturalmente se conserva en Colombia contra de la planta y todo lo que ella representa (Portafolio, 2022a). Al respecto, el presidente de Asocolcanna expresa su preocupación manifestando que:

“El único banco comercial en Colombia que desde el principio ha apoyado esta industria es el BBVA. El resto de la banca ha sido muy indiferente, a pesar de que hay, por ejemplo, en Estados Unidos, regulaciones según las cuales el cannabis por debajo del 0,2% de psico actividad no es considerado como sustancia a controlar. Los bancos no se toman el trabajo de leer estas reglamentaciones. En el caso del Banco Agrario, aunque ha habido avances, el proceso ha sido lento” (p. 1).

No obstante, se ha depositado una gran esperanza en esta industria, con una regulación de comercio exterior en desarrollo, garantizando una ruta de exportación con un nuevo y adecuado manual tarifario. Precisamente, la nueva etapa que empieza para la industria del cannabis en Colombia viene con la regulación enfocada en la producción de alimentos con contenidos de cannabinoides en el territorio nacional, por parte del Ministerio de Salud (Portafolio, 2022a).

En consecuencia, la industria cannábica colombiana tiene como oportunidad el enfocarse en producir la mejor flor del cannabis para que sea uno de los productos más apetecidos en el mercado internacional, al tiempo que se deben fortalecer los planes de mercadeo, como el seguir dando provecho a las condiciones tanto climáticas como de costos que favorecen enormemente la producción en el país (Portafolio, 2022a).

Esto, respecto al Informe Global de Cannabis emitido por New Frontier Data, en donde se expone el desempeño crucial que ha consolidado la producción y comercialización de la flor de TCH, ósea la flor de cannabis en las industrias nacionales. (Portafolio, 2022b).

Aunque en el mercado local de cannabis, la industria ha recibido poca atención, según el informe, la firma, realizó un estimado de las ventas de cannabis como medicina legal en Colombia, en donde los resultados arrojaron que, en el 2020, el comercio de la planta dejó ganancias por US\$3,5 millones, seguido del estimado para 2021, en donde la cifra alcanzaría los US\$8.8 millones. Para el 2022 la estimación siguió en tendencia al alza, llegando a los US\$13,2 millones (Portafolio, 2022b).

Las estimaciones para los siguientes años presentaron que, en el 2023, la venta de cannabis bordearía los US\$16,7 millones, mientras que para 2024 la cifra se elevaría a los US\$20,2 millones. Finalmente, el estimado para 2025, alcanzaría los \$23,5 millones (Portafolio, 2022b).

### ***5.1.3 Análisis grafico mercado TAM-SAM-SOM***

Según New Frontier Data, para el 2021, había en el país 1,5 millones de consumidores de cannabis. Así mismo, el gasto total en la industria ha sido de \$709,7 millones y la tasa promedio de consumo anual alcanza el 3,8%. Por su parte, la firma calculó el precio promedio por gramo de la flor de cannabis, el cual estimó en \$2,66 y frente a los pacientes tratados con cannabis medicinal, se alcanza la cifra de 11.382 (Portafolio, 2022b).

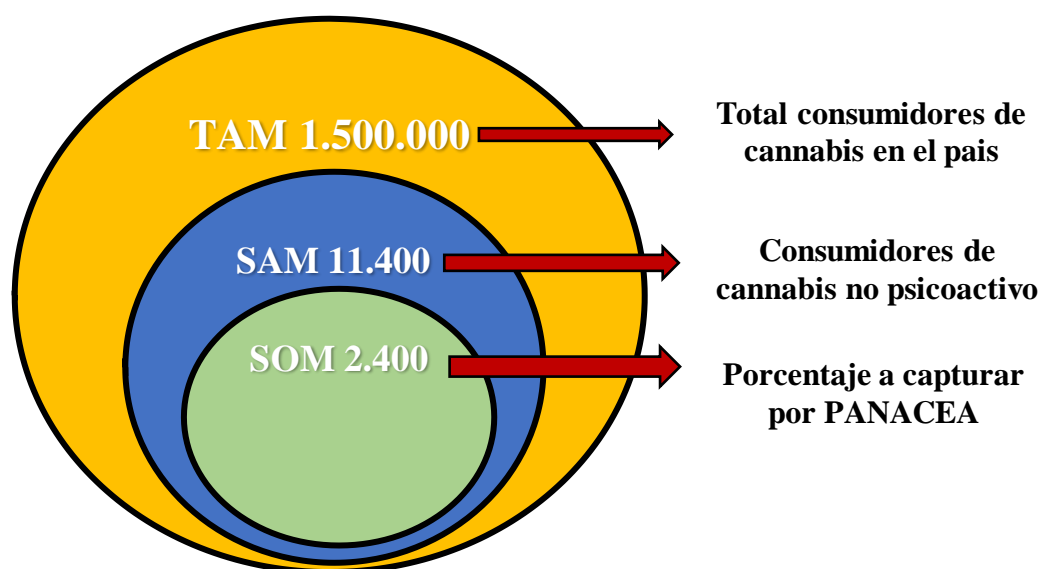
A partir de estos datos, basado en la proporcionalidad de habitantes que tienen tanto Bogotá D.C. y el Departamento de Cundinamarca, los cuales suman un aproximado de

11.000.000 de personas de los casi 52 millones de habitantes en el territorio nacional, lo que equivale a un 21% de ese total. Con esta referencia, se toma como cifra global el total de consumidores que es de 1.500.000 de personas, a su vez el mercado disponible sería aproximadamente unas 11.400 personas que consumen cannabis no psicoactivo, cifra a la cual se le aplica el porcentaje del 21% estimado anteriormente, para obtener un aproximado de 2.400 personas como mercado a obtener inicialmente.

Con estas cifras, se elabora el análisis gráfico de mercado *TAM-SAM-SOM*, siendo el primero el que representa el mercado total, el segundo el mercado potencial que se podría llegar a atender, y por último el mercado que se está atendiendo actualmente. Lo anterior, se ilustra en la Figura 35.

### Figura 35

*Análisis gráfico de mercado TAM-SAM-SOM*



*Nota:* elaboración propia basado en *El cannabis generaría 23,5 millones de dólares en el 2025* (p. 1), por Portafolio 2022b.

#### **5.1.4 Barreras del mercado objetivo**

Las barreras que se han identificado para acceder al mercado objetivo se relacionan en la siguiente lista a continuación:

- La estigmatización que se conserva a nivel general en contra el cannabis.
- Esto acarrea una falta de conocimiento generalizada frente a la industria del cannabis no psicoactivo y sus productos derivados.
- Con lo anterior, la limitación en la decisión informada de los potenciales consumidores por buscar de los productos derivados del cannabis.
- Sumado a ello, la falta de apoyo del sector financiero para mejorar estas condiciones, precisamente por la estigmatización a esta industria.
- En consecuencia, la dificultad para acceder a canales de promoción y divulgación masiva de los productos derivados del cannabis.
- Otras limitaciones pueden ser de tipo financiero y tiempo, las cuales pueden ser generalizadas en un país cuya coyuntura económica es compleja.

#### **5.2 Tipo de clientes del producto**

El tipo de clientes de los productos ofrecidos por PANACEA, son personas que se caracterizan por buscar información nueva por encima de la estigmatización social frente al cannabis, que están dispuestos a nuevas experiencias y son amigos del medio ambiente, valorando la belleza, frescura, tranquilidad y paz que ofrece la naturaleza.

Además de personas que estén buscando turismo diferencial, innovador y de fácil alcance debido a la cercanía que tiene el Municipio de La Vega con respecto a Bogotá D.C.,

haciendo que el acceso sea posible para el público objetivo, junto a los bajos costos de los servicios ofrecidos por PANACEA, hace que este emprendimiento sea competitivo.

Así mismo, son personas que valoran los esfuerzos de personas que emprenden para ofrecer productos que buscan aportar al bienestar de las demás personas, tal como lo hace PANACEA desde las bondades de los derivados del cannabis no psicoactivo.

### **5.3 Competencia**

Al ser Panacea una empresa que busca brindar experiencias de agroturismo cannábico se pueden analizar dos clases de competencia: indirecta y directa. En la primera clasificación se encuentran las empresas que prestan servicios de agroturismo como caminatas ecológicas, acampar, deportes extremos (Tripadvisor, 2023a; 2023b).

La competencia directa que se ha identificado para PANACEA se centra en dos emprendimientos que se destacan en el sector, los cuales son: 1) Colombia cannabis tour (2023); y 2) Green Leaf Colombia (2023).


En cuanto a Colombia cannabis tour, es un emprendimiento que se dedica a promocionar tours con enfoque a conocer cultivos de cannabis y los productos que de esta planta se derivan, así como el contacto con la naturaleza de manera libre y espontánea.

Utilizan las redes sociales, especialmente Instagram para su promoción y contacto con clientes potenciales, aunque de primera mano no brindan información de forma abierta a los posibles interesados, solo es posible ver las fotos que publican de los tours que han realizado.

Lo que sí es claro según su descripción en la red social Instagram, es que es una empresa ubicada o registrada en la ciudad de Santiago de Cali, al parecer no cuenta con cultivos propios, sino que tienen alianzas con cultivadores. Esto se ilustra en la Tabla 4.

**Tabla 4**

*Análisis de competencia 1*

	<b>Ubicación</b>	<b>Contacto</b>	<b>Misión</b>
	Santiago de Cali	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="716 716 1154 751">1. <a href="mailto:Promoviajes2015@gmail.com">Promoviajes2015@gmail.com</a></li> <li data-bbox="716 751 1105 821">2. Instagram: @colombia_cannabis_tour</li> </ol>	Promover el turismo en las zonas de post conflicto como el Cauca

*Nota:* elaboración propia basado en *Colombia cannabis tour*.

Por su parte, Green Leaf Colombia es una empresa que se dedica al cultivo y promoción de la flor de cannabis con altos estándares de calidad, o como ellos lo denominan de cannabis tipo premium. Ofrecen especialmente dos tipos de flor: a) para extracción; o b) para consumo. Se ilustra en la Tabla 5.

**Tabla 5**

*Análisis de competencia 2*

	<b>Ubicación</b>	<b>Contacto</b>	<b>Misión</b>
	Dagua, Valle del Cauca	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="721 1577 1029 1675">1. Instagram: @greenleaf_colombia</li> <li data-bbox="721 1682 959 1717">2. (310) 8432286</li> </ol>	Dedicada al cultivo de cannabis premium medicinal, dónde nuestro principal objetivo es producir bienestar a todos nuestros “stakeholders”.

*Nota:* elaboración propia basado en *Green leaf*.



Poseen cultivos propios en el municipio de Dagua en el Departamento del Valle del Cauca, y las oficinas administrativas se encuentran en Santiago de Cali. Tienen un claro enfoque hacia el cliente, con muchos aliados para la comercialización de sus productos derivados, brindando basta y amplia información en su página web oficial.

#### 5.4 Análisis competitivos

El análisis a la competencia de PANACEA se llevó a cabo mediante una matriz de análisis competitivo, la cual se ilustra a continuación en la Tabla 6.

**Tabla 6**

*Matriz de análisis competitivo*

Factor clave		Fortaleza	Debilidad			Importancia para el cliente
Productos	Tour cannábico educativo con venta de productos derivados del cannabis	<b>X</b>		Tours cannábicos	Venta de flor de cannabis y productos derivados tipo premium	Se cuenta con un paquete completo de tour y adquisición productos derivados del cannabis
Precio actividad por persona	\$200.000 Promedio persona	<b>X</b>		No se tiene información clara	No se tiene información abierta, aunque no ofrecen paquete con tour incluido	Se puede obtener paquete completo con tour y productos derivados del cannabis
Calidad	Se cuenta con un proceso que garantiza la calidad de los productos	<b>X</b>		No se tiene información clara	Cuentan con calidad certificada	Contar con un servicio que brinde calidad y sea tangible mediante el tour
Servicio	Grupal		<b>X</b>	Al parecer es grupal, aunque no se tiene información clara	Personal, grupal e institucional	Contar con mayor información y accesibilidad a la misma
Insumos adicionales tangibles	Físicos	<b>X</b>		Físicos	Físicos	Espacio y cultivos propios que garanticen el servicio y productos
Medio de trabajo	Físicos	<b>X</b>		Físicos	Físicos	Lugares agradables que garanticen una buena experiencia

*Nota:* elaboración propia basado en el análisis de la competencia directa de PANACEA.

### 5.4.1 Descripción de Fortalezas y Debilidades

**Tabla 7**

*Descripción de fortalezas y debilidades*

<b>Ítem</b>	<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidad</b>
Producto	Tour cannábico enfocado a que los usuarios además de conocer más de la planta de cannabis entiendan la seriedad y robustez que tiene el cultivo de esta especie	Adecuar espacios que solo estén enfocados para el tour y no interfieran con las actividades de la producción a gran escala
Precio	Tours de gran accesibilidad debido a que los precios comparados con la competencia indirecta no están sobrevalorados	Garantizar los cupos mínimos para que el transporte logístico sea rentable
Calidad	Instalaciones adecuadas que permiten explicar el proceso de manera completa y personal técnico con entendimiento del cultivo de cannabis	Personal con vocabulario muy técnico que requiere capacitación de lenguaje claro
Servicio	Los grupos de turistas no necesariamente deben ser tan grandes, ya que se cuentan con dos diferentes medios de transporte lo que permite tener dos capacidades	Las carreteras y condiciones climáticas podrían llegar a presentar dificultades para cumplir los horarios establecidos del tour
Insumos	Se cuenta con un stock lo suficiente para cubrir con la necesidad de los tours. Además, hay algunos plaguicidas orgánicos que se realizan dentro de la finca en caso de ser necesarios para las actividades	Al ser las plantas de cannabis seres vivos, pueden llegar a presentarse problemas con ellas

*Nota:* elaboración propia basado en el análisis de PANACEA

## 5.5 Planeación estratégica

Para este punto, se realizó un análisis DOFA, donde se resaltan las características internas tanto positivas como negativas, al tiempo las variables externas que pueden generar un beneficio o algo contrario. Esto se ilustra en la Tabla 8.

**Tabla 8**

*DOFA - PANACEA*

	Ayuda a alcanzar el objetivo	No ayuda a alcanzar el objetivo
<b>Interno</b>	<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se tiene instalaciones y cultivos propios</li> <li>- Se cuenta con un proceso de calidad implementado</li> <li>- Se tiene toda la capacidad instalada para ofrecer un tour y productos de calidad</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se tiene buena presencia en medios masivos</li> <li>- Falta mejorar los procesos de comunicación en web y redes sociales</li> <li>- Falta mejorar las alianzas con otros actores para articular esfuerzos y beneficios</li> </ul>
<b>Externo</b>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un mercado cada vez más abierto a los productos derivados del cannabis</li> <li>- Una legislación en progreso de la industria</li> <li>- Mercados internacionales interesados en los productos</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sectores políticos aliados con grupos armados al margen de la Ley, que se oponen a esta industria y promueven una moral en contra de esta</li> </ul>

*Nota:* elaboración propia basado en el análisis DOFA de PANACEA.

## 5.6 Estrategias de mercado

La estrategia de mercado está enfocada a generar alianzas con actores de la cadena de turismo en la región, como lo son hoteles y empresas transportadoras, al igual que empresas promotoras de turismo que por lo general tienen sede en Bogotá D.C.

Dentro del Municipio ya se está gestionando una alianza con un hotel boutique llamado Natural Paradise, el cual se encuentra ubicado en la misma vereda que PANACEA. La estrategia con ellos es poder promocionar los tours desde sus redes sociales y a la vez que una vez ya tengan huéspedes se les ofrezca el tour. Adicional el poder tener una vitrina física de los productos con derivados de cannabis que logren además de generar ventas y por ende ellos una comisión, lograr atraer turistas a vivir la experiencia del tour cannábico.

Se tiene planeado mejorar los medios de masificación por vía audio visual, dando provecho a las bondades que al respecto ofrecen las tecnologías de la información y comunicación – TIC, tal como se realizó con el video instructivo el cual se encuentra disponible en la plataforma YouTube, su enlace se copia a continuación:

<https://www.youtube.com/@panaceacl2865>

Así mismo, se cuenta con empresas que vienen haciendo una promoción masiva de los servicios de Tour Cannábico, como el ofrecido por PANACEA. Tal es la empresa CannaViajes Colombia (2023), que viene haciendo una promoción de los diferentes tipos de tour y/o experiencias que se pueden adquirir con enfoque a la agroindustria del cannabis.

### ***5.6.1 Estrategia de distribución***

Si bien, el punto de distribución principal de los servicios y productos de PANACEA es el canal de venta directa en el punto ubicado en la finca El Recuerdo, se tiene planteado establecer alianzas con operadores de la cadena del turismo para ampliar esta posibilidad, atado esto a la estrategia de mercado, dentro de un año calendario.

### **5.6.2 Canales de distribución**

Actualmente, se cuenta con el canal de venta directa ubicado en la finca El Recuerdo, donde se realiza el Tour Cannábico PANACEA.

Existen tres grandes operadores turísticos en Cundinamarca a los cuales se les empezará desde el primer mes de operación un acercamiento para lograr alianzas estratégicas en donde se les ofrezca ser los primeros en generar este tipo de experiencias cannábicas. (<https://viajaporcolombia.com/agencias/cundinamarca/>)

COLOR TRAVEL SAS: Su misión es crear y diseñar experiencias únicas con altos estándares de lujo, bien sea un viajero explorando solo, una luna de miel, un viaje entre amigos o disfrutando en familia. Así que con ellos queremos poder crear esas experiencias enfocadas al cannabis y con su experticia poder mejorar en el servicio prestado.

Yaruqtrek Nature Tourism: Su misión es ofrecer experiencias de avistamiento de aves y ciclo montañismo en condiciones seguras, sostenibles y de calidad. Así que con ellos queremos tener dos modelos, uno puede ser el tour como se está planteando desde la planeación logística de recogida y el otro en el que las personas interesadas puedan llegar a vivir la experiencia del tour cannábico montando sus bicicletas.

En cuanto a los hoteles, como se expresaba en la estrategia de mercado ya se está creando una alianza con uno de ellos. Sin embargo, también se estableció contacto con otros 3 hoteles: La Colina Glamping, EcoHotel Monteverde y El tambo EcoHotel. Los cuales están interesada en generar la alianza y poder ofrecer estos tours como un atractivo para los turistas.

Próximamente, se contará con puntos de venta en hoteles mediante alianzas estratégicas con estos y posiblemente otros actores de la cadena turística de la región, incluso de la ciudad de Bogotá D.C.

### 5.6.3 Estrategia de precio

Los precios que se han establecido para los servicios y productos ofrecidos por PANACEA se relacionan a continuación en la Tabla 9. Estos precios, aunque no se han podido contrastar con la competencia directa, es decir otros tours cannábicos, si se ha comparado con la competencia indirecta que son los prestadores de experiencias de agroturismo en general y realizando un promedio, el precio de PANACEA se encuentra un 20% por debajo de estos, lo que creemos es atractivo el iniciar operaciones con esta tarifa.

**Tabla 9**

*Precios servicios y productos - PANACEA*

ITEM	PRECIO UNITARIO
Boleta Tour por persona	\$ 120,000.00
Shampoo 500 ML	\$ 40,000
Cremas faciales 50 GR	\$ 75,000
Gotas	\$ 60,000
Gel frio	\$ 42,000
Pomada	\$ 55,000
Lip Stick	\$ 16,000
Té	\$ 35,000
Gotas para mascotas	\$ 65,000
Galletas para mascotas	\$ 28,000
Curso de asesoría en Autocultivo	\$ 100,000

*Nota:* elaboración propia basado en lista de precios PANACEA.

#### **5.6.4 Promoción y presupuesto promocional**

Actualmente se está construyendo una estrategia de promoción para hacer más atractivo el Tour Cannábico PANACEA. Es necesario aclarar que se cuenta con unos precios muy competitivos, lo que hace muy atractivo estos servicios y productos a pesar de no contar con una promoción en el momento. En ese sentido, el presupuesto promocional se encuentra en construcción junto con la estrategia promocional.

En el momento Panacea cuenta con redes sociales y página web, lo que buscamos fortalecer cada vez más teniendo un registro fotográfico de cada uno de los tours, haciendo dinámicas para que el público interactúe con la cuenta y sienta curiosidad del tema de cannabis, publicando datos curiosos de la planta y del mercado, y por supuesto realizando ofertas por estos medios.

Además de poder tener pendones publicitarios en los hoteles y con las agencias turísticas con las que logremos establecer esas alianzas estratégicas. Contando con las recomendaciones que hagan el personal de estos establecimientos.

Teniendo en cuenta que ya se cuenta con página web ([panaceacolombia.com](http://panaceacolombia.com)) y que tan solo sería la adecuación para promocionar los tours, el presupuesto que se está estimando tener para esta promoción en el primer año de operaciones de PANACEA, se observa a continuación en la Tabla 10.

**Tabla 10***Presupuesto promocional - PANACEA*

<b>Gasto</b>	<b>Valor</b>
Adecuación Página WEB	\$100.000
Pendones publicitarios (10)	\$ 200.000
Publicidad en redes sociales (Instagram y Facebook)	\$ 1.500.000

*Nota:* elaboración propia basado en lista de presupuesto promocional PANACEA.

### 5.6.5 Pronóstico de ventas

El pronóstico de ventas de PANACEA se ilustra en la Tablas 11 y 12, tomando como base las proyecciones de Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación – MINTIC (2022), en donde se proyecta tener en el primer año 1490 turistas interesados en adquirir el tour cannábico, de este número de personas se estimó que un 15% de ellas estaría dispuesta a comprar productos con derivados de cannabis y que un 10% de ellos estaría interesado en asesorías para si autocultivo. En cuanto a las proyecciones se estima que cada año se tenga un crecimiento de ventas del 3,33% cada año.

**Tabla 11**

#### *Pronóstico de ventas en unidades - PANACEA*

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Boleta Tour por persona	1490	1539	1590	1642	1697
Shampoo 500 ML	226	233	241	249	257
Cremas faciales 50 GR	226	233	241	249	257
Gotas	226	233	241	249	257
Gel frio	226	233	241	249	257
Pomada	226	233	241	249	257
Lip Stick	226	233	241	249	257
Té	226	233	241	249	257
Gotas para mascotas	226	233	241	249	257
Galletas para mascotas	226	233	241	249	257
Curso de asesoría en Autocultivo	149	154	159	164	170

*Nota:* elaboración propia basado en pronóstico de ventas PANACEA.

**Tabla 12***Pronóstico de ventas en pesos - PANACEA*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	\$ 178.800.000	\$ 184.700.400	\$ 190.795.513	\$ 197.091.765	\$ 203.595.793
Boleta Tour por persona	\$ 178.800.000	\$ 184.700.400	\$ 190.795.513	\$ 197.091.765	\$ 203.595.793
Shampoo 500 ML	\$ 9.040.000	\$ 9.338.320	\$ 9.646.485	\$ 9.964.819	\$ 10.293.658
Cremas faciales 50 GR	\$ 16.950.000	\$ 17.509.350	\$ 18.087.159	\$ 18.684.035	\$ 19.300.608
Gotas	\$ 13.560.000	\$ 14.007.480	\$ 14.469.727	\$ 14.947.228	\$ 15.440.486
Gel frio	\$ 9.492.000	\$ 9.805.236	\$ 10.128.809	\$ 10.463.059	\$ 10.808.340
Pomada	\$ 12.430.000	\$ 12.840.190	\$ 13.263.916	\$ 13.701.626	\$ 14.153.779
Lip Stick	\$ 3.616.000	\$ 3.735.328	\$ 3.858.594	\$ 3.985.927	\$ 4.117.463
Té	\$ 7.910.000	\$ 8.171.030	\$ 8.440.674	\$ 8.719.216	\$ 9.006.950
Gotas para mascotas	\$ 14.690.000	\$ 15.174.770	\$ 15.675.537	\$ 16.192.830	\$ 16.727.194
Galletas para mascotas	\$ 6.328.000	\$ 6.536.824	\$ 6.752.539	\$ 6.975.373	\$ 7.205.560
Curso de asesoria en Autocultivo	\$ 14.900.000	\$ 15.391.700	\$ 15.899.626	\$ 16.424.314	\$ 16.966.316

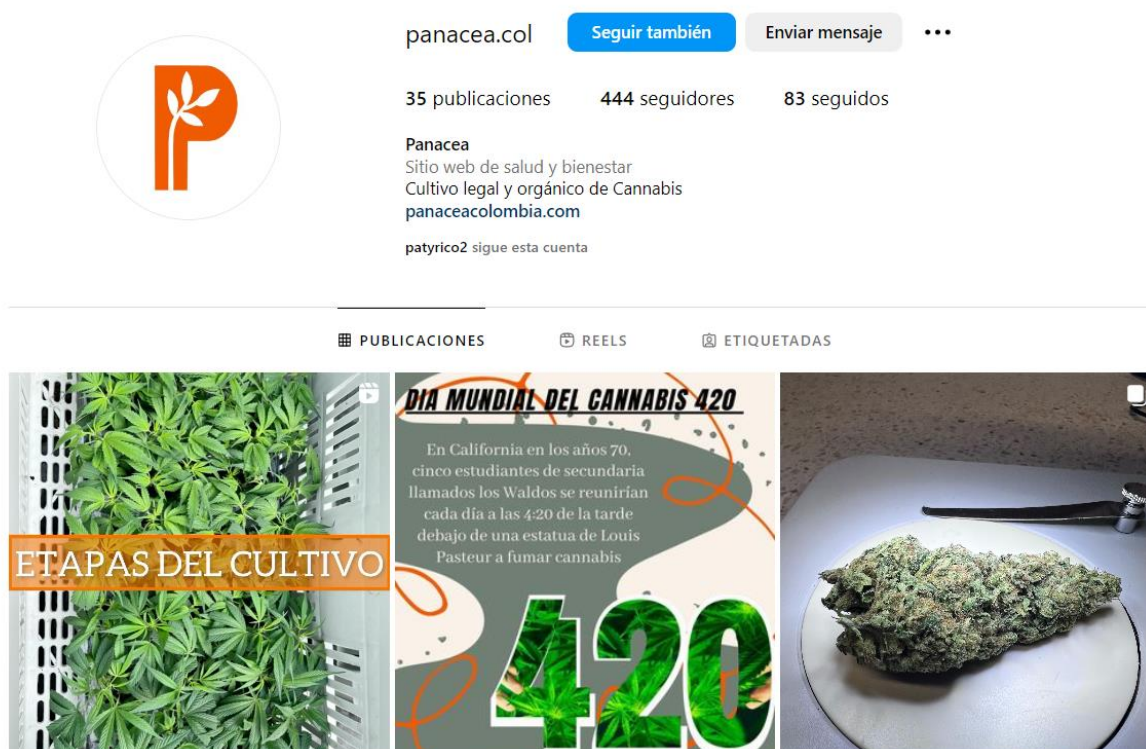
*Nota: elaboración propia basado en pronóstico de ventas PANACEA.*

### 5.6.6 Publicidad

La publicidad que se tiene proyectada para el Tour Cannábico PANACEA, está enfocada en la parte digital con redes sociales como Instagram en donde ya se tiene una cuenta creada y se comparte contenido actualizado en temas de cannabis y la página web, tal como se ilustra en las Figuras 36 y 37.

#### Figura 36

##### Publicidad PANACEA 1



*Nota:* elaboración propia.

## Figura 37

### Publicidad PANACEA 2



*Nota:* elaboración propia.

En cuanto a Instagram se tiene planeado contratar algunas influenciadoras y creadoras de contenido con un alto nivel de engagement con sus seguidores y que estén enfocados en promocionar experiencias diferenciadoras. De igual forma, una vez se empiece a promocionar los tours, se realizará una inversión en pauta publicitaria realizando una segmentación del público objetivo por medio de empresas especializadas en el área de mercadeo digital y redes sociales, bajo el uso del análisis de bases de datos previamente hechas por estas mismas que contengan información sobre potenciales clientes de Panacea y el consumo de productos y servicios semejantes a los prestados por nuestra empresa.

Por otro lado, al tratarse de un servicio y no un producto tangible, se debe realizar una captación de los clientes bajo una idealización adecuada de la experiencia en su conjunto, por medio de la creación de contenido audiovisual que permita conectar al potencial cliente con

las experiencias que lograría disfrutar bajo un ambiente sostenible y controlado en el cultivo de Panacea. Para esto se diseñará un plan de ruta en los cuales los sonidos, las imágenes y los movimientos se hagan característicos de Panacea y los visitantes logren sentir y vivir parte de la experiencia desde antes de su llegada, desde el momento cero en el cual se están familiarizando con esta nueva oportunidad tanto de diversión como de aprendizaje, pero sobre todo de conexión con la naturaleza.

Para realizar una adecuada medición del éxito de este plan, no solo se puede limitar al crecimiento en visitas tanto físicas como digitales. La inversión en pauta digital y en creadores de contenido será muy importante para el crecimiento de la comunidad Panacea y el alcance a grandes rasgos en la web sin embargo, lo que realmente representara un medidor valido de la mejora en el posicionamiento digital será el enganche que se obtenga tanto en redes sociales como en la página web. Este enganche será posible medirlo gracias a diferentes herramientas que ofrecen tanto las redes sociales como las páginas web, especialmente con los niveles de interacción del contenido en los diferentes periodos de tiempo, la cual nos vislumbrara el tipo de contenido que buscan en un principio los early adopters y en una segunda el contenido que logre atraer un público nuevo para nuestra oferta turística.

## 6. Plan de operaciones

### 6.1 Producción

La producción de los servicios y productos de PANACEA, se llevan a cabo directamente en la finca El Recuerdo, ubicada en la Vereda Bulucaima de la zona rural del Municipio La Vega en – Cundinamarca / Colombia. La finca como tal tiene un área de 14 hectáreas las cuales tienen potencial para seguir creciendo ya sea en cultivo de cannabis o en otros cultivos.

**Figura 38**

*Plano georeferenciado – Finca El Recuerdo*



Actualmente Panacea ocupa tan solo un 10% del total de la finca, en donde tiene sus instalaciones que están destinadas para el cultivo licenciado de cannabis no psicoactivo. Dentro de estas facilidades se encuentra un invernadero de 1,500 m<sup>2</sup>, reservorio de agua con capacidad de almacenar 540,000 litros de agua, un cabezal de riego con un sistema de bombeo instalado, un cuarto de secado tecnificado con capacidad de secar hasta 1,000 plantas de cannabis y el área de recepción de los turistas en la cual se encuentra también la tienda de souvenirs.

**Figura 39**

*Plano instalaciones Panacea – Finca El Recuerdo*



Los procesos que tiene Panacea van de la mano con las etapas del diagrama de recorrido del Tour Cannábico, los cuales se muestran de forma gráfica en las Figuras 38 a 56 a continuación:

### Figura 40

*Vista Nave 1 invernadero – Finca El Recuerdo*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### Figura 41

*Vista medición de temperatura del suelo*



*Nota:* elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.

## Figura 42

*Vista etapa de poda*



*Nota:* elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.

## Figura 43

*Vista medición de temperatura y humedad*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

#### **Figura 44**

*Vista general plantas listas para cosecha*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

#### **Figura 45**

*Vista general iluminación suplementaria*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

**Figura 46**

*Vista 1 reservorio de captación de agua lluvia*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

**Figura 47**

*Vista 2 reservorio de captación de agua lluvia*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

## **Figura 48**

*Vista zona de riesgo*





*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### **Figura 49**

*Vista control de PH y CE del agua*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### **Figura 50**

*Vista riego por goteo*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

## **Figura 51**

*Vista 1 cosecha, descogollado y trimeado*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

## **Figura 52**

*Vista 2 cosecha, descogollado y trimeado*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### **Figura 53**

*Vista 3 cosecha, descogollado y trimeado*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### **Figura 54**

*Vista análisis de laboratorio*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

**Figura 55**

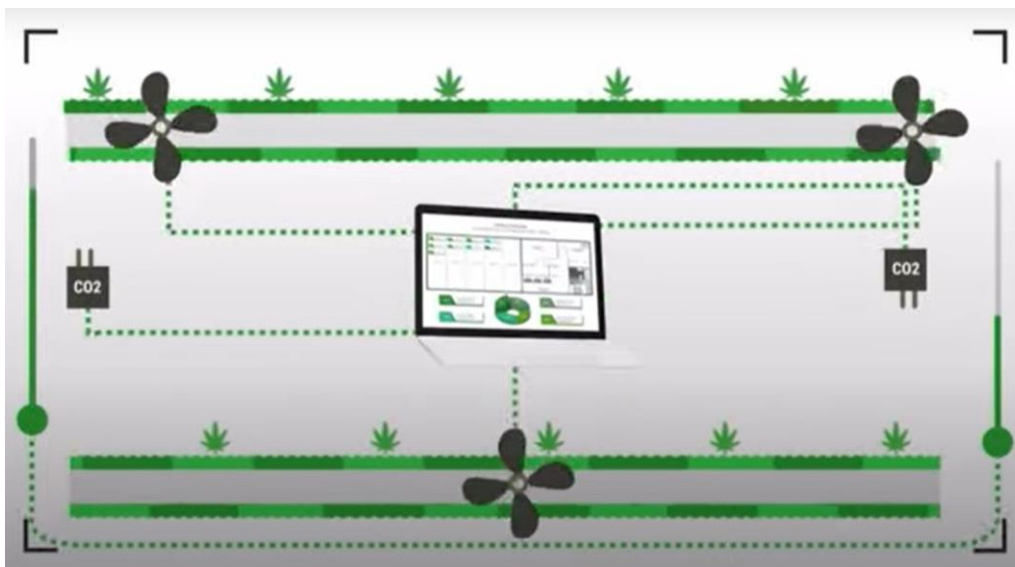
*Vista general del proceso sin trazabilidad*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

**Figura 56**

*Vista general del proceso con trazabilidad - PANACEA*



*Nota:* elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.

**Figura 57**

*Sistema de alertas del proceso PANACEA*



*Nota:* elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.

**Figura 58**

*Objetivos del proceso PANACEA*



*Nota:* elaboración propia basado en PANACEA, *sembrando un futuro de oportunidades*. 2022.

## 6.2 Localización

PANACEA se encuentra ubicado en la finca El Recuerdo, Vereda Bulucaima, zona rural del Municipio La Vega, en el Departamento de Cundinamarca – Colombia. Para ello, se hace ilustración en las Figuras 57 a 59.

### Figura 59

*Vista general Finca El Recuerdo*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### **Figura 60**

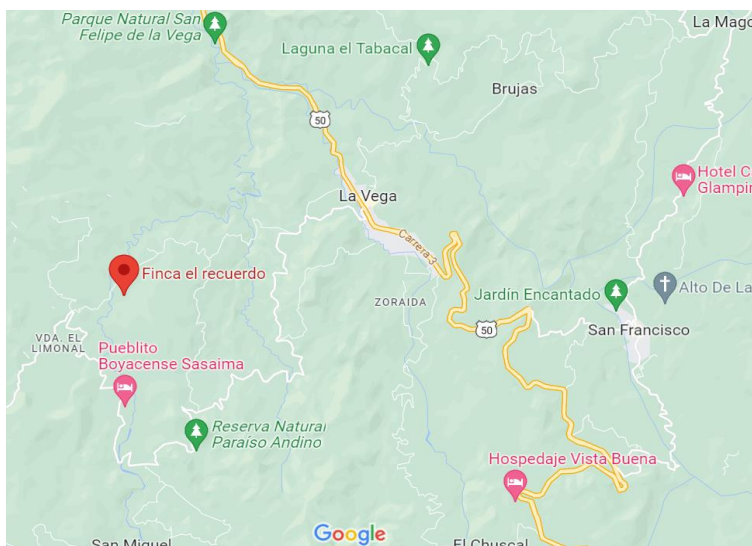
*Vista general Vereda Bulucaima*



*Nota: elaboración propia basado en PANACEA, sembrando un futuro de oportunidades. 2022.*

### **Figura 61**

*Ubicación en el mapa finca EL Recuerdo*



*Nota:* tomado de Google Maps. DOI: <https://www.google.com/maps/place/Finca+el+recuerdo/@4.9880019,-74.3946208,12.67z/data=!4m14!1m7!3m6!1s0x8e40854db7fec223:0xbb34a20b75a7bc5f!2sFinca+el+recuerdo!8m2!3d4.9819514d-74.3847739!16s%2Fg%2F11jmdqksry!3m5!1s0x8e40854db7fec223:0xbb34a20b75a7bc5f!8m2!3d4.9819514d-74.3847739!16s%2Fg%2F11jmdqksry>

### 6.3 Costos

Los costos de PANACEA se ilustran en las Tablas 13.

**Tabla 13**

*Costos - PANACEA*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costo de Ventas y Fabricación</b>	\$ 77.035.310	\$ 79.577.475	\$ 82.203.532	\$ 84.916.248	\$ 87.718.485
<b>Gastos de Administración</b>	\$ 25.839.999	\$ 26.692.719	\$ 27.573.579	\$ 28.483.507	\$ 29.423.463
<b>Gastos de personal</b>	\$ 16.899.999	\$ 17.457.699	\$ 18.033.803	\$ 18.628.919	\$ 19.243.673
<b>Gastos logísticos</b>	\$ 8.940.000	\$ 9.235.020	\$ 9.539.776	\$ 9.854.588	\$ 10.179.790

*Nota:* elaboración propia basado en costos de PANACEA.

## 6.4 Entorno legal

El entorno legal de PANACEA se relaciona en la Tabla 14.

**Tabla 14**

*Entorno legal - PANACEA*

Norma	Objeto
Ley 1787 de 2016	Por medio de la cual se reglamenta el Acto Legislativo 02 de 2009
Decreto 613 de 2017	Por el cual se reglamenta la Ley 1787 de 2016 y se subroga el Título 11 de la Parte 8 del Libro 2 del Decreto 780 de 2016, Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social, en relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis
Decreto 811 de 2021	Por el cual se sustituye el Título 11 de la Parte 8 del Libro 2 del Decreto 780 de 2016, en relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis
Resolución 2891 de 2017	Por la cual se establece el manual tarifario de evaluación y seguimiento y control aplicable a las licencias de fabricación de derivados de cannabis para uso medicinal y científico
Resolución 2892 de 2017	Por la cual se expide reglamentación técnica asociada al otorgamiento de la licencia para la producción y fabricación de derivados de cannabis
Resolución 2986 de 2018	Por medio de la cual se modifica la Resolución 2891 de 2017
Resolución 2152 de 2020	Se otorga Licencia de Cultivo de cannabis no psicoactivo a PANACEA

*Nota:* elaboración propia basado en entorno legal de PANACEA.

## 6.5 Personal

Iniciando operaciones para lograr los objetivos de los tours cannábicos se contará tan solo con una persona que se encargará de realizar los recorridos a lo largo de las facilidades de Panacea. Esta persona tiene un perfil técnico y está capacitada en todo el proceso productivo que requiere la planta de cannabis para lograr obtener sus derivados.

A futuro cuando la operación tenga el crecimiento esperado se expandirá el personal con el fin de lograr suplir las necesidades que tenga Panacea en diferentes áreas. El personal que PANACEA espera tener una vez la operación este marchando y cumpliendo metas se relaciona en la Tabla 15.

**Tabla 15**

*Personal - PANACEA*

Cargo	Número de empleados	Tipo de trabajo	Tipo de contrato	Funciones
CEO	1	Profesional	Termino indefinido	Dirección estratégica y operativa, conocimiento de procesos productivos.
CMO	1	Profesional	Termino indefinido	Dirección comercial y marketing, manejo de marcas y relacionamiento estratégico.
Personal Operativo	1	Calificado	Termino indefinido	Encargado de las labores operativas dentro del proceso agroindustrial.
Personal de ventas	1	Calificado	Termino indefinido	Atención al cliente y persuasión, habilidades comerciales y relacionamiento asertivo.
Personal Administrativo	1	No Calificado	Termino indefinido	Gestión administrativa, contable y de archivo.

Abogado	1	Profesional	Prestación de servicios	Asesoría legal y jurídica
Contador	1	Profesional	Prestación de servicios	Asesoría contable y financiera

*Nota:* elaboración propia basado en registro de personal PANACEA.

Los empleados de Panacea contarán con un programa de capacitación con respecto a la planta de cannabis como tal, pero adicional en cuanto a las buenas prácticas agrícolas que se deben implementar en todos los cultivos.

Además de capacitaciones en cuanto al desarrollo de modelos productivos sostenibles ya que es un pilar fundamental para el proyecto. Por ello, PANACEA se proyecta a obtener la Certificación de Calidad ISO 9001-2015, como el inicio de las demás certificaciones que le siguen dentro del proceso de mejora continua.

### **6.5.1 Políticas de evaluación**

La política de evaluación que se lleva a cabo en PANACEA es la de Gestión por Objetivos, dado que se tienen unas metas de producción, gestión o ventas dependiendo el cargo que se ejerza, por lo que este esquema de evaluación se ajusta a la operación y tamaño de la compañía. En la Figura 60 se ilustra el esquema de evaluación de Gestión por Objetivos aplicado en PANACEA.

## **Figura 62**

*Política de Evaluación por Objetivos - PANACEA*



Nota: tomado de Kenjo. DOI : <https://www.kenjo.io/es/guia-evaluacion-desempeno-para-recursos-humanos>

## 6.6 Inventarios

El stock y costo del inventario de materias primas para el proceso agroindustrial de PANACEA, se relaciona en la Tabla 16. En cuanto a las políticas de inventario se establecerá para los productos perecederos la estrategia FIFO, en la que se busca evitar fechas de vencimiento, sin embargo, estos insumos en caso de estar cerca de su fecha de vencimiento pueden ser vendidos a la unidad productiva de cultivo de PANACEA para evitar pérdidas y se haría la recompra.

En cuanto a los productos que se tendrán en la tienda de souvenirs serán bajo un modelo de consignación en el que nuestro proveedor entregará una cantidad mínima pactada la cual se determinó según las proyecciones de ventas, ilustradas en la Tabla 11. Al igual que el inventario de elementos de protección personal se hará una compra anual según estas proyecciones y al ser productos sin fecha de vencimiento y no voluminosos se podrán tener almacenados.

**Tabla 16.***Costos Unitarios Mínimos Inventario - PANACEA*

<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO UMB</b>	<b>UMB</b>
OPTIMAR	\$ 52.000	L
ALISIN	\$ 56.200	L
GUANTES	\$35.000	CAJAX100
COFIAS	\$20.000	CAJAX20
GEL ANTIBACTERIAL	\$10.000	L
CUBRE PIES	\$ 27.000	CAJAX50
TAPABOCAS	\$15.000	CAJAX50
ESQUEJE HIGHTCOL	\$4.440	UN
Abono organico	\$ 61.200	50 KG
Shampoo 500 ML	\$ 28.000	UN
Cremas faciales 50 GR	\$ 43.000	UN
Gotas	\$ 35.000	UN
Gel frio	\$ 25.000	UN
Pomada	\$ 30.000	UN
Lip Stick	\$ 7.000	UN
Te	\$ 20.000	CAJA
Gotas para mascotas	\$ 30.000	UN
Galletas para mascotas	\$ 10.000	PAQUETE

*Nota:* elaboración propia basado en inventario de PANACEA.

*Nota:* elaboración propia basado en inventario de PANACEA.

## **6.7 Proveedores**

Los datos de los proveedores de PANACEA y el producto que proveen se relacionan en la Tabla 17. Como se puede evidenciar se tienen dos diferentes proveedores de cada insumo con el fin de mitigar posibles desabastecimientos de alguno de ellos.

**Tabla 17***Proveedores - PANACEA*

<b>NOMBRE</b>	<b>CEDULA / NIT</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>Producto</b>
ALMACENES AGROMAX SAS	832002204-3	EL ROSAL	ALISIN
ALMACENES AGROMAX SAS	832002204-3	EL ROSAL	OPTIMAR
ALMACENES AGROMAX SAS	832002204-3	EL ROSAL	EXTRACTO DE NEEM
ALMACENES AGROMAX SAS	832002204-3	EL ROSAL	ABONO ORGÁNICO
AGROINNOVAR LTDA	830133097-6	BOGOTÁ (NORTE)	ALISIN
AGROINNOVAR LTDA	830133097-6	BOGOTÁ (NORTE)	OPTIMAR
AGROINNOVAR LTDA	830133097-6	BOGOTÁ (NORTE)	EXTRACTO DE NEEM
AGROINNOVAR LTDA	830133097-6	BOGOTÁ (NORTE)	ABONO ORGÁNICO
AA ACCESORIOS Y PRENDAS DESECHABLES	38.261.766-0	BOGOTÁ	COFIAS
AA ACCESORIOS Y PRENDAS DESECHABLES	38.261.766-0	BOGOTÁ	GUANTES
AA ACCESORIOS Y PRENDAS DESECHABLES	38.261.766-0	BOGOTÁ	TAPABOCAS
AA ACCESORIOS Y PRENDAS DESECHABLES	38.261.766-0	BOGOTÁ	CUBRE PIES
AA ACCESORIOS Y PRENDAS DESECHABLES	38.261.766-0	BOGOTÁ	TAPABOCAS
AA ACCESORIOS Y PRENDAS DESECHABLES	38.261.766-0	BOGOTÁ	BATAS
MEDCOLCANNA SAS	901.035.709-2	COTA	ESQUEJES
ONE WORLD PHARMA	901.098.493-7	POPAYAN	ESQUEJES
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	SHAMPOO 500 ML
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	CREMAS FACIALES 50 GR
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	GOTAS
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	GEL FRIO
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	POMADA

ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	LIP STICK
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	TÉ
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	GOTAS PARA MASCOTAS
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	GALLETAS PARA MASCOTAS
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	SHAMPOO 500 ML
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	CREMAS FACIALES 50 GR
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	GOTAS
ORION	CELULAR: 321 745 5000	MARINILLA	GEL FRIO
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	SHAMPOO 500 ML
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	CREMAS FACIALES 50 GR
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	GOTAS
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	GEL FRIO
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	POMADA
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	LIP STICK
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	TÉ
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	GOTAS PARA MASCOTAS
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	GALLETAS PARA MASCOTAS
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	SHAMPOO 500 ML
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	CREMAS FACIALES 50 GR
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	GOTAS
CANNABIS HOUSE	CELULAR: 3112134753	BOGOTÁ	GEL FRIO

*Nota:* elaboración propia basado en proveedores de PANACEA.

## 7. Gestión y organización

La gestión y organización de PANACEA se relaciona a continuación en la Tabla 18, adicional a la descripción de los cargos de responsabilidad luego de esta.

### Tabla 18

*Matriz de personal – PANACEA*

Nombre del miembro del equipo	Habilidad específica	¿Por qué es relevante?
CEO	Dirección estratégica y operativa, conocimiento de procesos productivos.	Porque se requiere una cabeza líder en la organización, con conocimiento pleno de la empresa y sector.
CMO	Dirección comercial y marketing, manejo de marcas y relacionamiento estratégico.	Se requiere contar con un profesional experto en el relacionamiento y promoción de la marca.
Personal Operativo	Conocimiento y experiencia en procesos productivos agrícolas.	Se requiere personal encargado de las labores operativas dentro del proceso agroindustrial.
Personal de ventas	Atención al cliente y persuasión, habilidades comerciales y relacionamiento asertivo.	Se requiere alcanzar el presupuesto de ventas para la sostenibilidad financiera de la empresa.
Personal Administrativo	Conocimiento y experiencia en labores administrativas, contables y de archivo.	Se requiere tener al día todo lo referente a los procesos administrativos y contables.

Fuente: (Dolan, Valle, Jackson, & Schuler, 2007) (Jericó & Pilar, 2000).

Los perfiles y/o cargos de responsabilidad de PANACEA se describen a continuación:

- CEO (Chief Executive Officer): Laura Camila Giraldo Rico, quien es Profesional en Ingeniería Industrial con Énfasis en Logística, experiencia en procesos productivos agrícolas, gestión de la calidad, implementación de tecnologías en los procesos productivos, manejo de personal y direccionamiento estratégico.
- CMO (Chief Marketing Officer): John Mario Tejada Arias, quien es Profesional en Economía con Énfasis en Negocios Internacionales y Finanzas, con experiencia en el área de mercadeo y manejo de identidad de marca y redes sociales, posicionamiento de marca. Trabajos con medios de difusión y publicidad, para la creación de planes y estrategias de mercadeo que logren la identificación y reconocimiento de las marcas a nivel nacional e internacional.

## 8. Plan financiero

El plan financiero de PANACEA se ilustra en la Tabla 19.

**Tabla 19**

*Plan financiero - PANACEA*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	\$ 178.800.000	\$ 184.700.400	\$ 190.795.513	\$ 197.091.765	\$ 203.595.793
<b>Costo de Ventas y Fabricación</b>	\$ 77.035.310	\$ 79.577.475	\$ 82.203.532	\$ 84.916.248	\$ 87.718.485
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 101.764.690	\$ 105.122.925	\$ 108.591.981	\$ 112.175.517	\$ 115.877.309
<b>Gastos de Administración</b>	\$ 25.839.999	\$ 26.692.719	\$ 27.573.579	\$ 28.483.507	\$ 29.423.463
<b>Gastos de personal</b>	\$ 16.899.999	\$ 17.457.699	\$ 18.033.803	\$ 18.628.919	\$ 19.243.673
Arriendo	\$ 1.999.999	\$ 2.065.999	\$ 2.134.177	\$ 2.204.605	\$ 2.277.357
Honorarios Administrativo	\$ 14.900.000	\$ 15.391.700	\$ 15.899.626	\$ 16.424.314	\$ 16.966.316
<b>Gastos logísticos</b>	\$ 8.940.000	\$ 9.235.020	\$ 9.539.776	\$ 9.854.588	\$ 10.179.790
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 75.924.691	\$ 78.430.206	\$ 81.018.403	\$ 83.692.010	\$ 86.453.846
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	\$ 75.924.691	\$ 78.430.206	\$ 81.018.403	\$ 83.692.010	\$ 86.453.846
Impuesto Renta	\$ 26.573.641,9	\$ 27.450.572,0	\$ 28.356.440,9	\$ 29.292.203,5	\$ 30.258.846,2
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 49.351.049	\$ 50.979.634	\$ 52.661.962	\$ 54.399.806	\$ 56.195.000

*Nota:* elaboración propia basado en plan financiero de PANACEA.

## 9. Riesgos y supuestos

Dentro de los riesgos y supuestos que se podrían asociar al proyecto y que impedirían lograr los objetivos, se clasifican varios aspectos que se explican a continuación:

- Físico: la probabilidad de que ocurran incidentes a lo largo del servicio prestado, tales como que alguno de los turistas sufra una lesión física o que se les presente un problema de salud que requiera ser tratado de inmediato.
- Legal: cambios inesperados en la legislación colombiana que impida de cierta forma el desarrollo del modelo de negocio del turismo cannábico.
- Logística: accidentes o condiciones meteorológicas que impidan el acceso al cultivo, dificultando la gestión logística y todo tipo de transporte.
- Organizacional: falta de personal totalmente capacitado y con la disposición necesaria para llevar a cabo el tour en cada una de sus etapas. Al igual que la falta de comunicación con los turistas por la barrera del lenguaje.
- Promocional: voz a voz inadecuado del tour cannábico por personas que aún no han asistido al tour y lo degradan simplemente por la estigmatización del cannabis a nivel nacional e internacional.
- Contaminación: asistentes al tour cannábico que no cumplan las normas explicadas a la hora del inicio del trayecto y contaminen las áreas de trabajo. Al igual que las personas fumadoras no respeten la señalización y decidan sobrepasar las normas.

## **10. Beneficio a la comunidad**

Panacea buscar mediante sus servicios de turismo cannábico lograr difundir los beneficios que la planta del cannabis le ofrece al mundo entero. Además, al estar ubicado en una zona rural del departamento de Cundinamarca, específicamente en el Municipio de La Vega es lograr atraer más turistas a la región.

### **10.1 Impacto en el desarrollo económico**

El impacto económico que PANACEA busca tener es a nivel municipal, logrando generar empleo en la zona. Adicional buscando alianzas entre proyectos que logren generar sinergias para el desarrollo de productos innovadores y diferenciadores para cliente final que contenga dentro de sus componentes derivados del cannabis.

Adicional a lo ya mencionado, está la atracción a un mayor número de turistas al municipio que permita que otros negocios de la cadena turística, como hoteles, restaurantes, todo tipo de comercio, entre otros, se vean beneficiados económicamente.

### **10.2 Impacto en el desarrollo de la comunidad**

PANACEA busca romper paradigmas y enseñar sobre la planta de cannabis, es ahí donde se desea impactar a la comunidad del Municipio de La Vega a ser esos voceros de entregar ese mensaje y de comprender de primera mano los beneficios de esta planta.

Además, al ser un cultivo técnico y especializado, la idea es poder difundir estas metodologías de cultivo para que los productores agrícolas de otros productos las puedan replicar y generar mayor rendimiento e impacto positivo en términos de calidad a sus propios procesos productivos y por ende a sus productos finales.

### Referencias bibliográficas

CannaViajes Colombia. (20 de abril de 2023). *Bienvenidos a CannaViajes Colombia*. DOI:

<https://cannaviajes.com/colombia/>

Colombia cannabis tour [@colombia\_cannabis\_tour]. (20 de abril de 2023). Primer tour cannábico de Colombia. Instagram:

[https://www.instagram.com/colombia\\_cannabis\\_tour/?hl=es](https://www.instagram.com/colombia_cannabis_tour/?hl=es)

Congreso de Colombia. (2016). Ley 1787 del 6 de julio de 2016: Por medio de la cual se reglamenta el Acto Legislativo 02 de 2009. DOI:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1787\\_2016.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1787_2016.html)

----- (2022). Ley 2239 del 8 de julio de 2022: Por medio de la cual se regula la actividad del Agroturismo en Colombia. DOI:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_2239\\_2022.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2239_2022.html)

Forbes. (16 de febrero de 2023). *La estrategia de Colombia para competir por los turistas extranjeros*. DOI: <https://forbes.co/2023/02/16/forbes-life/la-estrategia-de-colombia-para-competir-por-los-turistas-extranjeros>

Green Leaf. (20 de abril de 2023). *Green Leaf Colombia*. DOI: <https://greenleafcolombia.com/>

Instituto Colombiano Agropecuario – ICA. (7 de mayo de 2020). *Nuevo mercado para el cannabis colombiano*. DOI: <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-nuevo-mercado-cannabis-colombiano>

La República. (22 de febrero de 2022). *Hasta la fecha en Colombia se han solicitado 2.634 licencias de cultivo de cannabis*. DOI: <https://www.larepublica.co/empresas/hasta-la-fecha-en-colombia-se-han-solicitado-2-634-licencias-de-cultivo-de-cannabis-3308426#:~:text=Con%20corte%20al%20primer%20semestre,cultivo%20de%20plantas%20de%20cannabis.>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MINCIT. (21 de febrero de 2023a). *Gobierno nacional presenta el Plan Sectorial de Turismo: “Turismo en armonía con la vida”, que reafirma a Colombia como un destino de paz*. DOI: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/presentan-plan-sectorial-de-turismo-2022-2026>

----- (10 de marzo de 2023b). *Consejo Superior de Turismo: Funciones y composiciones*. DOI: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/consejo-superior-de-turismo/funciones-y-composicion/funciones-y-composicion>

----- (27 de abril de 2023c). *Número de visitantes no residentes al país aumentó en el primer trimestre de 2023*. DOI: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/numero-de-visitantes-no-residentes-al-pais-aumento>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2017). Decreto Número 613 de 2017: Por el cual se reglamenta la Ley 1787 de 2016 y se subroga el Título 11 de la Parte 8 del Libro 2 del Decreto 780 de 2016, Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social, en

relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis.

[Archivo PDF]. DOI:

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Decreto%20613%20de%202017.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%20613%20de%202017.pdf)

----- (2017). Resolución 2891 de 2017: Por la cual se establece el manual tarifario de evaluación y seguimiento y control aplicable a las licencias de fabricación de derivados de cannabis para uso medicinal y científico.

[Archivo PDF]. DOI:

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20202891%20de%202017.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20202891%20de%202017.pdf)

----- (2017). Resolución 2892 de 2017: Por la cual se expide reglamentación técnica asociada al otorgamiento de la licencia para la producción y fabricación de derivados de cannabis. [Archivo PDF]. DOI:

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20202892%20de%202017.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20202892%20de%202017.pdf)

----- (2018). Resolución 2986 de 2017: Por medio de la cual se modifica la Resolución 2891 de 2017. [Archivo PDF]. DOI:

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/2986%20Modifica%20la%20resolucion%202891%20de%202017%20-%20en%20e%C3%B1%20Articulo%203-Pago%20deTarifa%20por%20costo%20de%20evaluacion.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/2986%20Modifica%20la%20resolucion%202891%20de%202017%20-%20en%20e%C3%B1%20Articulo%203-Pago%20deTarifa%20por%20costo%20de%20evaluacion.pdf)

----- (2021). Decreto Número 811 de 2021: Por el cual se sustituye el Título 11 de la Parte 8 del Libro 2 del Decreto 780 de 2016, en relación

con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis. [Archivo PDF]. DOI:

[https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Decreto%20No.%20811%20de%202021.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%20No.%20811%20de%202021.pdf)

------. (2023). *Cannabis de uso medicinal*. DOI:

<https://www.minsalud.gov.co/salud/MT/Paginas/cannabis-uso-medicinal.aspx>

Ministerio de las Tecnologías de la Información y Comunicación. (26 de diciembre de 2022).

*Se proyecta u aumento de 3,33% en ventas de turismo, a través del eCommerce, en Colombia.* DOI:

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/273679:Se-proyecta-un-aumento-de-3-33-en-ventas-de-turismo-a-traves-del-eCommerce-en-Colombia>

Portafolio. (19 de octubre de 2021). *Cannabis medicinal será vendido en droguerías del país.*

DOI: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/cannabis-medicinal-sera-vendido-en-droguerias-del-pais-557516>

------. (12 de abril de 2022a). *Cannabis en Colombia: una industria aún en construcción.*

DOI: <https://www.portafolio.co/revista-portafolio/cannabis-en-colombia-una-industria-aun-en-construccion-563997>

------. (15 de agosto de 2022b). *El cannabis generaría 23,5 millones de dólares en el*

2025. DOI: <https://www.portafolio.co/revista-portafolio/cannabis-en-colombia-una-industria-aun-en-construccion-563997>

Real Academia Española. (10 de junio de 2022). *Normativo, a*. DOI:

<https://dle.rae.es/normativo>

Sánchez, C. (08 de febrero de 2019). Normas APA – 7ma (séptima) edición. Normas APA

(7ma edición). DOI: <https://normas-apa.org/>

Tripadvisor. (12 de mayo de 2023). *Tobia extremo*. DOI:

[https://www.tripadvisor.es/Attraction\\_Review-g4979761-d8610675-Reviews-Tobia\\_Extreme-Tobia\\_Cundinamarca\\_Department.html](https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g4979761-d8610675-Reviews-Tobia_Extreme-Tobia_Cundinamarca_Department.html)

-----, (12 de mayo de 2023). *Cascada la Chorrera*. DOI:

[https://www.tripadvisor.es/Attraction\\_Review-g2437307-d2316211-Reviews-Cascada\\_La\\_Chorrera-Choachi\\_Cundinamarca\\_Department.html](https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g2437307-d2316211-Reviews-Cascada_La_Chorrera-Choachi_Cundinamarca_Department.html)