



Las empresas que están invirtiendo millones en marihuana

28/06/2019 | 09:52 | BBC News

A A+



Grandes compañías están luchando por hacerse un hueco en el mercado global de los derivados de la planta, un negocio que mueve al año unos US\$150.000 millones y que según expertos crecerá en sectores como la salud, las bebidas alcohólicas o los productos de belleza.

Así lo señala un informe de la empresa calificadora de riesgos **Standard & Poor's**, que prevé una expansión del sector en la medida en la que crece el uso legal de la **marihuana**.

El reporte advierte que ese crecimiento podría ser volátil debido a los cambios en el marco regulatorio, pero **apunta hacia el crecimiento** en sectores como la salud, las bebidas alcohólicas, las gaseosas o los productos de belleza.

- El millonario negocio de empresas de Canadá para cultivar y procesar marihuana a gran escala en este país
- Canopy Growth, la empresa con inversiones en Chile y Colombia que más se beneficia con la legalización de la marihuana en Canadá

De hecho, dos de las mayores inversiones en este mercado han sido realizadas por Altria —propietario de la tabacalera Philip Morris— y por Constellation Brands —una empresa de bebidas alcohólicas que incluye la cerveza Corona en Estados Unidos—. Estas corporaciones han invertido **más de US\$1.000 millones en proyectos** sobre el uso legal de la marihuana.

Mercado alternativo

Pero ¿qué está ocurriendo?

Entre los componentes de la marihuana se incluyen el **tetrahidrocannabinol** (THC), que afecta la mente y el estado de ánimo, y el **cannabidiol** (CBD), cuyo posible uso para tratamientos médicos está siendo investigado por los científicos.

Las compañías buscan oportunidades de seguir creciendo en un momento en el cual sus negocios se encuentran bajo presión.

Muchos productos para el cuidado de la piel y los labios contienen cannabidiol.

El alcohol es un ejemplo de ello. Los más jóvenes beben menos y se interesan más bien en experimentar con la marihuana recreacional, según señala el informe.

Pero hay muchos sectores donde hay posibilidades de conseguir mercado. "Los fabricantes de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, de productos de belleza y de salud; de cigarrillos están dentro de las empresas que están considerando vender productos hechos con marihuana", indica.

Marihuana, la multimillonaria apuesta de los productores de la cerveza Corona en EE.UU.

Una legislación cambiante

El reporte cita datos de la consultora Euromonitor que muestran un mercado total de consumo de marihuana o sus derivados por unos US\$150.000 millones, del cual un 90% es ilícito.

Sin embargo, Euromonitor espera que el mercado legal crezca hasta unos **US\$166.000 millones para el año 2025**.

"Grandes compañías fabricantes de productos de consumo intentarán capitalizar este crecimiento, bien sea a través de sus propias marcas o a través de alianzas con socios más pequeños que tengan con la marihuana una amplia experiencia de la que ellos carecen", asegura.

El informe advierte, no obstante, que los problemas regulatorios pueden llevar a un crecimiento volátil.

Partes de Canadá, Estados Unidos, Europa occidental y partes de América del Sur legalizaron la marihuana en ciertas formas.

El pronóstico de crecimiento asume que la marihuana será legalizada en nuevos lugares, especialmente dentro de Estados Unidos, donde el actual mercado ilícito se estima próximo a los US\$50.000 millones.

La mayor parte del crecimiento se prevé en **Canadá, Estados Unidos, Europa occidental y partes de América del Sur**.

"Hasta ahora el impulso hacia la legalización es menos marcado en Europa occidental y América del Sur —donde solamente se ha producido en Uruguay—, Canadá legalizó la marihuana en ciertas formas en octubre de 2018 y también lo va a legalizar en forma comestible", indica el informe.

Además, se resalta que en 47 de los 50 estados de EE.UU. se ha autorizado algún tipo de uso medicinal de la marihuana.

Sin embargo, se advierte que para que los productos legales de marihuana alcancen todo su potencial, es necesario que los consumidores se alejen de sus formas ilícitas.

- Cuáles son los 38 productos que contienen cannabis legalizados en México (y que no tendrán efectos sicotrópicos)

Tendencias

El reporte de Standard & Poor's estima que el crecimiento en la marihuana legal superará en los próximos años el de otros importantes sectores de consumo como el de alimentos envasados, bebidas gaseosas, tabaco y alcohol.

El texto indica, por ejemplo, que podría haber una expansión en el sector del tabaco, en el cual Altria pagó unos US\$1.800 millones por una participación de 45% en el Grupo Cronos, una compañía canadiense de marihuana.

Se espera que las ventas de cigarrillos tradicionales caerán en 4,5% anual en Estados Unidos a medida que la nueva generación de productos —como los e-cigarrillos— se hacen más populares.

Aunque inicialmente estos productos pueden ser el objetivo de crecimiento de las compañías de tabaco, el informe señala que se espera que haya una apuesta mayor en los **productos derivados de la marihuana**.

- La gente que usa marihuana como estimulante sexual

Los expertos pronostican una apuesta mayor en los productos derivados de la marihuana.

Anticipándose a los cambios en el mercado de las cervezas y de las bebidas alcohólicas, Constellation Brands adquirió participaciones en Canopy, otro productor de marihuana canadiense, lo que según Standard & Poor's le brindará a la empresa oportunidades de crecimiento a medida que la venta de estas bebidas se ralentiza.

Scotts Miracle Grow, empresa de jardinería, invirtió US\$1.000 millones en la compra de compañías que ayudan a los usuarios a cultivar plantas con poca tierra. "Si bien los productos hidropónicos no se dedican exclusivamente al cultivo de cannabis, creemos que este es el objetivo principal", dicen los analistas de S&P.

También señalaron el acuerdo de participación que Authentic Brands Group, propietario de la compañía de ropa Aeropostale y Spyder ski, tiene con la compañía de marihuana medicinal Tilray para comercializar productos de consumo de cannabis.

¿Quiénes serán los ganadores?

"Es probable que las primeras etapas del uso generalizado de cannabis en productos de consumo produzcan muchos perdedores debido a, para ser francos, el factor avaricia", señala el informe.

"El cannabis aún se encuentra en la **fase de inicio del ciclo de vida de la industria**, que consta de una fase de crecimiento, de reorganización, madurez y, después, una eventual caída", agrega.

Lo ejemplifica con el caso de los cigarrillos electrónicos donde, dicen, una de las primeras marcas, blu, no ganó porque Juul desarrolló un producto más atractivo.

Algunas empresas se están manteniendo alejadas de momento, como las del sector de refrescos.

Esto se debe a que encontraron un margen para el crecimiento en áreas como el agua con sabor y con gas y las bebidas energéticas.

El otro tema en juego es la **reputación**. "La fortaleza de la marca sigue siendo importante para los gigantes de bebidas como Coca-Cola y Pepsi, y asociar el cannabis con una marca global podría destruir el valor de la marca si un estigma social negativo se uniera a las marcas principales", agrega el informe.

Ahora puedes recibir notificaciones de BBC Mundo. Descarga la nueva versión de nuestra app y actívalas para no perderte nuestro mejor contenido.