



El negocio del Cannabis en Canadá

La falta de legislación y la actitud monopolística en las provincias frustra el buen negocio esperado del cannabis.



AGRARIO | CULTIVOS HERBÁCEOS E INDUSTRIALES



AMÉRICA | CANADÁ

WASHINGTON DC
30.01.2020



Canadá (octubre 2018) y Uruguay son los dos países en el mundo que han aprobado el uso recreativo del cannabis. Es legal la producción, comercialización y consumo de plantas o sus partes, semillas y aceites extraídos de ellas. En el caso de Canadá, la aprobación ha supuesto poner en marcha una gran maquinaria inversora y unas expectativas de negocio que, por el momento, están llevando a la frustración.

El ambiente sofisticado con un punto *funky* de las tiendas autorizadas s choca con la difícil incorporación de mercancías, ya que el proceso legislativo para productos concretos en cada región se está retrasando. Así, muchos clientes no ven satisfecha su demanda de caramelos, tabletas alimenticias, chocolates, o bebidas a base de cannabis porque la legislación no está lista.

El Gobierno presentó la aprobación como un mecanismo para evitar el crimen, que el cannabis llegase a los menores y el uso incontrolado. La realidad es que, por el momento, no se han logrado los objetivos deseados. El último trimestre de 2019, sólo el 28% de los consumidores acude al circuito legal para adquirir el producto. Se supone que el resto de los consumidores acuden al mercado negro, donde los precios son más bajos en términos generales. Otros consumidores no tienen aún la edad legal y forzosamente mantienen el circuito ilegal. Un año después de la legalización las ventas han sido, "tristemente" de sólo 907 millones de dólares canadienses (unos 690 millones de dólares US).

Entre otros motivos, los inversores dicen que encontrar una de las 407 tiendas legales no es fácil. Por ejemplo, en la provincia de Ottawa hay 24 tiendas para sus 14 millones de habitantes, mientras que en la provincia Terranova y Labrador, con 530.000 habitantes, tiene 26 tiendas registradas. Además, en 9 de las 10 provincias la distribución del cultivador al comercializador es un monopolio provincial.

La principal empresa canadiense de cannabis en valor de mercado (Canopy Growth), ha visto desplomarse el precio de sus acciones en bolsa de 57 dólares canadienses a 27 dólares canadienses en la semana del 16 al 21 de diciembre de 2019. En el mismo periodo Cronos Group, la segunda empresa canadiense en capitalización, vio caer sus acciones de 12 a 7 dólares canadienses.

Todas estas compañías esperan que la elaboración de comestibles y bebidas pueden mejorar sustancialmente sus cuentas de resultados. Deloitte estima que, en Canadá, dichos productos pueden suponer ventas por valor de 2.100 millones de dólares. Los vecinos del sur, EE. UU., contabilizan que en los estados donde el uso recreativo del cannabis está autorizado, el consumo de alimentos y bebidas supone el 11% del negocio.

Incluso se especula con que los beneficios derivados de los alimentos y bebidas pueden atraer a otras empresas alimentarias no interesadas en estos momentos en el cannabis como ingrediente. La incorporación del cannabis en galletas o bebidas no es muy distinta a otros ingredientes y las grandes corporaciones podrían aprovechar sus canales comerciales y de logística para hacer mejor negocio.

En otro campo queda el debate no cerrado de los efectos que pueda tener el consumo de cannabis en la salud y como agente inductor a otros delitos. Incluso se ve con asombro las grandes cantidades gastadas para eliminar el consumo de tabaco mientras parece que se promociona el consumo de cannabis.