

CONCEPCIONES DESDE EL CONSUMO RESPONSABLE DE PRODUCTOS A BASE DE CANNABIS EN MEDELLÍN-COLOMBIA (2023)*

Melissa Ramírez Carmona**
Juan F. Mejía-Giraldo***
Paola Alzate****

Recibido: 16 junio de 2023 – Aprobado: 5 de septiembre 2023

<https://doi.org/10.22395/seec.v26n61a4518>

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue identificar concepciones sobre la oferta de productos hechos a base de cannabis en personas entre los 40 y 60 años del área metropolitana de Medellín (Colombia), con el fin de articular posibles intenciones de compra a una comprensión 'extrospectiva' del desafío del consumo responsable aplicado al caso de este tipo de oferta, teniendo en cuenta sus connotaciones sociales. Para esto, se realizó una revisión bibliográfica, entrevistas en profundidad y un grupo de discusión. En los hallazgos se observó que la opinión sobre la marihuana está fuertemente determinada por el narcotráfico. Sin embargo, esta apreciación negativa se pone en cuestión al destacar su condición de planta y sus propiedades curativas. De esta forma, se pone de manifiesto en sujetos fuertemente marcados por el narcotráfico la presencia de reivindicaciones de bienestar en las que se destacan factores como lo natural, lo ancestral y lo artesanal. Lo anterior vislumbra

* Artículo de investigación, derivado de un trabajo de grado de Publicidad de la Facultad de Publicidad de la Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín, adscrito al proyecto de investigación Caracterización de emprendimientos sociales creados por jóvenes de Medellín, desarrollado por los grupos de investigación Epilión de la Universidad Pontificia Bolivariana (A1) y GESNE de la Universidad Católica Luis Amigó (B). Proyecto ejecutado entre julio de 2022 y julio de 2023, en el marco de la Convocatoria Interinstitucional para la financiación de proyectos de investigación entre grupos pertenecientes a la Red de Universidades Católicas (RUCC) nodo Antioquia-Chocó 2022.

** Estudiante de Publicidad, Facultad de Publicidad, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia. Dirección: Circular 1a. No. 70-01, Bloque 7, piso 3. Teléfono: 6043544539. Correo electrónico: melissa.ramirez@upb.edu.co

*** Comunicador Social-Periodista, Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia. Magíster en Mercadeo, Institución Universitaria Esumer, Medellín, Colombia. Doctor en Ciencias Sociales, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia. Profesor titular, Facultad de Publicidad, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia. Miembro del grupo de investigación Epilión de la Facultad de Publicidad de la Universidad Pontificia Bolivariana. Dirección: Circular 1a. No. 70-01, Bloque 7, piso 3. Teléfono: 6043544539. Correo electrónico: felipe.mejia@upb.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5009-4928>

**** Ingeniera de Alimentos, Universidad de Caldas, Manizales, Colombia. Magíster en Investigación Operativa y Estadística, Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia. Doctoranda en Ingeniería, Universidad de Caldas, Manizales, Colombia. Profesora e investigadora, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Católica Luis Amigó, Manizales, Colombia. Miembro del grupo de investigación GESNE de la Universidad Católica Luis Amigó. Dirección: Cra. 22 No. 67a-49. Teléfono: 6068815536. Correo electrónico: paola.alzateon@amigo.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5406-3355>

una potencial intención de compra de productos hechos a base de cannabis en personas entre los 40 y 60 años, planteando posibilidades para la consolidación de esta industria de forma legal en regiones como Colombia que han padecido por tantos años los efectos del narcotráfico desde las políticas prohibicionistas.

PALABRAS CLAVE

mercado del cannabis, marihuana, narcotráfico, consumo responsable, bienestar.

CLASIFICACIÓN JEL

D11, M31

CONTENIDO

Introducción; 1. Metodología; 2. Resultados; 3. Conclusiones; Referencias.

CONCEPTIONS FROM THE RESPONSIBLE CONSUMPTION OF CANNABIS-BASED PRODUCTS IN MEDELLÍN, COLOMBIA (2023)

ABSTRACT:

The objective of this research was to identify conceptions regarding the offering of cannabis-based products in individuals aged 40 to 60 in the metropolitan area of Medellín, Colombia. The goal was to connect potential purchasing intentions to an 'extrospective' understanding of the challenge of responsible consumption applied to this type of offering, taking into account its social connotations. To achieve this, a literature review, in-depth interviews, and a focus group were conducted. Findings revealed that opinions about marijuana are strongly influenced by drug trafficking. However, this negative perception is questioned when emphasizing its status as a plant and its healing properties. Thus, individuals strongly marked by drug trafficking demonstrate claims of well-being, highlighting factors such as nature, ancestral connections, and craftsmanship. This suggests a potential intention to purchase cannabis-based products among individuals aged 40 to 60, presenting opportunities for the legal consolidation of this industry in regions like Colombia, which have long suffered the effects of drug trafficking due to prohibitive policies.

KEYWORDS

Cannabis market, marijuana, drug trafficking, responsible consumption, well-being.

JEL CLASSIFICATION

D11, M31

CONTENT

Introduction; 1. Methodology; 2. Results; 3. Conclusions; References.

INTRODUCCIÓN

La industria del cannabis presenta un constante crecimiento, registrando ganancias en el mundo que superan los US\$330.000 millones. Asia, con beneficios de US\$132.900 millones, lidera este mercado, seguido por Norteamérica con US\$85.600 millones, Europa con US\$68.500 millones, África con US\$37.300 millones y, por último, América Latina con US\$9.800 millones (La República, 2022).

Este crecimiento se asocia con la regulación del consumo legal del cannabis. Setenta países han legalizado el uso medicinal de la marihuana, 26 de los cuales permiten el acceso a productos con alto contenido de delta-9 tetrahidrocannabinol (THC). Mientras diez naciones han legalizado el cannabis para consumo en adultos y seis cuentan con un sistema de distribución regulada (New Frontier Data, 2021).

En Colombia, desde 1939, el cultivo de marihuana fue prohibido en su totalidad (Cubillos, 2020). Posteriormente, se promulgó la ley 30 de 1986 que adoptó el Estatuto Nacional de Estupefacientes. En 2006, con la resolución 1478, "se expidieron ciertas normas de control para la importación, exportación, distribución y comercialización de sustancias derivadas del cannabis" (Henao, 2021, p. 6). En 2016, mediante la ley 1787, "el Congreso de la República aprobó el uso regularizado de marihuana con fines de investigación científica o para la elaboración de productos terapéuticos" (Calderón et al., 2017, p. 45). Finalmente, en 2022 se promulgó la ley 2204, por medio de la cual se crea el marco legal para el uso industrial y científico del cáñamo en Colombia.

La regulación del cannabis ha impactado los ingresos de esta nación latinoamericana. En el año 2020, esta industria le generó ganancias de US\$3,5 millones, y se estima que para el año 2025 la cifra alcanzará los US\$23,5 millones (Portafolio, 2022). Colombia se ha posicionado como proveedor en exportaciones de cannabis (New Frontier Data, 2021) debido a su posición geográfica, que le permite tener condiciones climáticas propicias para la siembra durante la mayor parte del año, y a las pocas fluctuaciones de humedad y temperatura. De igual forma, los costos son un factor que marca la diferencia con otros países del mundo como Canadá y Estados Unidos, donde producir un gramo de flor de cannabis puede costar hasta 1,89 dólares, mientras que en Colombia el costo por gramo no alcanza el dólar (El País, 2021).

Teniendo en cuenta lo anterior, las investigaciones sobre el uso medicinal y los componentes cannabinoides (CB) o también fitocannabinoides son claves en este proceso regulatorio, resaltando su interacción con el organismo mediante receptores específicos (endocannabinoides) que se encuentran en diversas partes del cuerpo (Souza y Machorro, 2017). Con respecto a los componentes, el primero es el THC

(delta-9 tetrahidrocannabinol), el cual es conocido por ser el más psicoactivo y responsable de los síntomas de euforia. Mientras el segundo es el cannabidiol (CBD), el cual no muestra actividad psicoactiva o eufórica, su mecanismo de acción es desconocido y es útil para diversos trastornos (Vanderah, 2021).

A su vez, el uso del cannabis ha sido explorado a partir de la separación de sus componentes y su clasificación en tres variedades: el cannabis sativa sativa, que tiene altas cantidades de THC y posee un efecto estimulante, por lo que se ha utilizado contra la depresión y la fatiga. El segundo tipo es el cannabis sativa indica, el cual posee una concentración similar de THC y CBD y por esto tiene efectos relajantes, lo que lo hace comúnmente usado contra la ansiedad, el insomnio y el dolor. Por último, el cannabis ruderalis, que tiene una baja concentración de THC y en su mayoría es CBD, por lo que se ha considerado como el más idóneo para la producción de medicamentos, pero sin los efectos colaterales que pueden llegar a tener los dos anteriores, con el componente psicoactivo del THC (Leal-Galicia et al., 2018).

Asimismo, el interés en el cannabis ha llegado a otros campos como el industrial, por su participación en la elaboración de vestuario, cuerdas, papeles, aceites esenciales, alimentos, bebidas curativas y relajantes (Leal-Galicia et al., 2018). Algunos de los factores determinantes a la hora de consumir productos a base de cannabis, según Bonnet (2020), son las alternativas con ingredientes naturales que pueden satisfacer las necesidades en cuanto al cuidado personal. Además, el consumidor presenta una intención de conocer más sobre los beneficios de los bienes que contienen CBD y cómo estos se diferencian de los que usa actualmente, situación que evidencia un deseo por saber más acerca de productos derivados del cannabis (Bonnet, 2020).

Por su parte, Toala (2020) plantea que, si las personas conocen que un producto hecho a base de cannabis cuenta con diversos beneficios, tendrán disposición a consumirlo a pesar de su precio. Lo anterior se puede relacionar con un estudio referenciado por Reyes y Khenti (2019) en Colombia, en el cual se resalta que los adultos tienen una menor percepción del riesgo frente al uso de la marihuana en comparación con los adolescentes, situación que plantea que este segmento puede estar abierto a incorporar productos a base de cannabis en su vida.

La opinión sobre las sustancias psicoactivas es algo que ha ido cambiando a través de los años y está condicionada por los contextos sociales. Por esto, sustancias como el tabaco y el alcohol gozan de una aceptación general de la sociedad, mientras que otras son objeto de rechazo, como el cannabis (Añaños, 2005). De acuerdo con Hinojosa y Marín-Gutiérrez (2019), la imagen que tiene hoy la marihuana es el resultado de años de estigmatización por parte de grupos de poder

y personas con intereses económicos, quienes han sido beneficiados al tener control sobre la apreciación frente a este tema. Según Sierra et al. (2021), casos como el del periodista estadounidense William Randolph Hearst, quien construía una imagen negativa de la marihuana haciendo uso de mensajes que repudiaban la cultura mexicana, la clase obrera y los negros, han generado que países como Estados Unidos prohibieran el cáñamo en 1937, decisión que luego fue adoptada por naciones como Sudáfrica y Egipto.

En el caso de Colombia, el conflicto armado que ha padecido el país ha estado marcado por el narcotráfico. La guerra interna entre distintos actores armados ha estado financiada por la producción de drogas, registrando tasas de homicidio que pasaron de 40 a 80 por cada 100.000 habitantes, y en ciudades como Cali y Medellín este número ascendió a 100 y 350, respectivamente, a principios de los años 90 (Escalante, 2009). Lo anterior debido a que Colombia, para los años sesenta y setenta del siglo XX, fue uno de los mayores productores de marihuana del mundo, a la vez que iniciaba la producción de cocaína. En consecuencia, debido a los nexos del narcotráfico con los cárteles y, posteriormente, el ingreso a este negocio de las guerrillas y de otros grupos armados, se reforzaron durante muchos años las políticas prohibicionistas (Sierra et al., 2021), afectando la opinión sobre la marihuana por parte de los colombianos.

A pesar de esto, en la actualidad, la industria legal del cannabis en Colombia se plantea como de alto potencial debido a las condiciones climáticas y topográficas. Sin embargo, por factores legales, una concepción punitivista, diversos tabúes y estigmas que ciernen sobre ella, su consolidación ha sido lenta (Ordoñez-Caviedes, 2022). Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación tiene como objetivo identificar concepciones sobre la oferta de productos hechos a base de cannabis en personas entre los 40 y 60 años del área metropolitana de Medellín (Colombia). Para esto, en primer lugar, se abordará el proceso del fenómeno del narcotráfico en la ciudad de Medellín, con el fin de evidenciar el marco sociohistórico con base en el cual habitantes de este municipio colombiano se han relacionado con este asunto. Posteriormente, se presentarán concepciones sobre la marihuana y sus diversos usos por parte de personas cuyas edades se encuentran entre los 40 y 60 años y que vivieron este fenómeno que tuvo un fuerte epicentro en Medellín a finales del siglo XX. Finalmente, se analiza la intención de compra de productos hechos a base de cannabis, con el fin de articular esta disposición a una comprensión extrospectiva del desafío del consumo responsable aplicado al caso de este tipo de oferta, teniendo en cuenta sus connotaciones sociales.

1. METODOLOGÍA

Con base en el objetivo planteado, se realizó un estudio desde la sociología de los desafíos sociales (Martuccelli y Santiago, 2017), aplicando el método “extrospectivo” (Martuccelli, 2020). Este enfoque sociológico de investigación busca comprender el mundo social de los individuos a su escala, observando las formas en que personas que disponen de recursos similares, y cuyas posiciones sociales son en apariencia análogas, enfrentan desafíos comunes de manera particular. Para el caso específico del estudio, se buscó observar la influencia de las concepciones sobre productos hechos a base de cannabis en la intención de compra de este tipo de bienes por parte de habitantes del área metropolitana de Medellín entre los 40 y 60 años.

Martuccelli (2009) considera la cultura no como un estrato cohesionador entre los individuos y la sociedad, sino como un conjunto de texturas y coerciones disímiles y dinámicas, lo cual implica que los individuos siempre tienen márgenes de actuación, aunque las estructuras sociales produzcan efectos sobre las acciones individuales. En este sentido, la categoría “bienestar” se perfila como sumamente pertinente para interpretar muchos comportamientos humanos, como el consumo, en función de la tensión entre los niveles micro y macro, ya que los ideales que definen a los individuos como libres, críticos y responsables de su porvenir ponen en el centro de la cuestión las consideraciones sobre lo que es una vida buena, las cuales presumen lógicas sociohistóricas.

Habitualmente, el consumo responsable se asume desde la premisa moderna de la racionalidad individual, situando toda responsabilidad de los efectos del mismo en los actores sociales. Esta visión renovada del homo economicus de la economía neoclásica pierde de vista la influencia que tienen las estructuras sociales en las prácticas de consumo. Así, asumir el consumo responsable como un desafío social implica trascender la noción de responsabilidad individual y problematizar las nociones hegemónicas sobre lo que se considera una buena vida (Lang, 2019).

En este caso, se pretende observar cómo individuos cuyas experiencias vitales han estado profundamente marcadas por fenómenos como el narcotráfico configuran concepciones sobre la oferta de bienes elaborados a base de marihuana, poniendo de manifiesto el marco sociohistórico desde el cual se forman estas opiniones, y cómo influyen su disposición a consumir productos de este tipo. Para esto, en primer lugar, se realizaron 20 entrevistas en profundidad aplicando el método extrospectivo propuesto por Martuccelli (2020).

Para la selección de los participantes, se definió que fueran habitantes del área metropolitana de Medellín con un rango de edad entre los 40 y los 60 años.

Se eligió dicho grupo debido a que estas personas, a pesar de su heterogeneidad, presenciaron los actos cometidos por el cartel de Medellín liderado por Pablo Escobar en los años 80 y principios de los 90 del siglo pasado, y han experimentado desde entonces los efectos del narcotráfico en el país.

La elección del rango de edad se derivó de las posibles variaciones que se presentan en la forma de pensar en esta etapa de la vida. Se habla que en ella se da inicio a la segunda adolescencia o a la crisis de la mediana edad, debido a los cambios en la personalidad y el estilo de vida que se le atribuyen a la revisión y a la revaloración de la vida. En esta fase, se presenta una mayor consciencia de la mortalidad, ya que las personas comienzan a sentir que ya no tienen el mismo tiempo para alcanzar sus objetivos como cuando eran jóvenes, y por esto se replantean su vida; saben que si quieren cambiar algo, este es el momento (Papalia et al., 2010). Esto conlleva a que sus creencias y formas de pensar, aunque ya estén establecidas, puedan tener alteraciones.

En las entrevistas realizadas, inicialmente, se cuestionó a los actores sobre el fenómeno del narcotráfico y cómo había impactado sus vidas. Posteriormente, considerando este contexto sociohistórico, se les motivó a expresar sus opiniones sobre la marihuana con el fin de identificar interpretaciones personalizadas del consumo de esta y de productos elaborados a base de ella. Finalmente, se exploraron posibles iniciativas prácticas en relación con la adquisición de este tipo de bienes desde su perspectiva de bienestar, con el objetivo de vincular sus intenciones de compra a una comprensión extrospectiva del desafío del consumo responsable aplicado a productos hechos a base de cannabis, teniendo en cuenta sus connotaciones sociales.

Esto último se complementó con un grupo de discusión, en el que se dialogó con otros participantes sobre sus percepciones y disposición a adquirir bienes elaborados a base de marihuana. Se presentó una muestra de productos de este tipo disponibles en el mercado colombiano para observar el posible efecto que este contacto directo podría tener en la opinión de los participantes.

El grupo de discusión se llevó a cabo con cinco personas que habían sido entrevistadas previamente. Se procuró que tuvieran diferentes perspectivas de aceptación sobre la marihuana: negativa, neutra y positiva. Este grupo comenzó con la presentación de cada uno de los integrantes, validando su consideración sobre la marihuana. Luego, se exhibieron a los asistentes algunos productos elaborados a base de cannabis y se les proporcionó información sobre sus ingredientes, formas de uso y precio. Posteriormente, se inició una ronda de preguntas sobre los

bienes mostrados, considerando aspectos relevantes para su compra, tales como el cumplimiento de las necesidades prometidas, su facilidad de uso, la posibilidad de recomendación y potenciales ajustes.

Para analizar la información recopilada, se utilizó la triangulación hermenéutica, definida como 'la acción de reunión y cruce dialéctico de toda la información pertinente al objeto de estudio, surgida en una investigación por medio de los instrumentos correspondientes' (González-Díaz et al., 2021, p. 343). Siguiendo lo propuesto por Cisterna (2005), después de seleccionar la información obtenida en el trabajo de campo, esta se trianguló con las perspectivas de los participantes en la investigación y en función del marco teórico.

2. RESULTADOS

2.1. El fenómeno del narcotráfico en el contexto de la ciudad de Medellín

La ciudad capital del departamento de Antioquia en Colombia quedó marcada por la violencia y el narcotráfico desde la ascensión del cartel liderado por Pablo Escobar. Esta situación dejó una huella profunda en la vida de los habitantes de la ciudad en ese entonces, y su legado aún perdura. Desde la década de los 80 hasta su muerte, este jefe del crimen logró un control impactante sobre los aspectos políticos y sociales de Medellín, así como en el resto del país (Chávez, 2021).

De manera paradójica, Escobar se convirtió en una figura vista de manera positiva por muchos. En los barrios más desfavorecidos, fue considerado un tipo de Robin Hood debido a sus obras benéficas, como la construcción de 400 casas para familias de bajos recursos (Atehortúa y Rojas, 2014). Por otro lado, los excedentes financieros provenientes del narcotráfico "generaron un dinamismo económico en distintas regiones del país, permitiendo movilidad social y el aumento de riquezas, no solo entre los sectores empobrecidos, sino también entre las clases medias y altas" (Alzate, 2014, p. 52).

En este sentido, la era de Pablo Escobar puede entenderse desde dos perspectivas: una marcada por la violencia y otra que generó oportunidades. Según la revisión bibliográfica realizada, este periodo representó para muchos habitantes de Medellín una oportunidad para mejorar su situación económica, especialmente aquellos que vivían en condiciones de extrema pobreza. Al respecto, Hylton (2007) señala:

[...] la involución de los barrios obreros de Medellín dio un nuevo giro: el crimen organizado ligado a la producción y distribución de narcóticos proporcionaba empleo en abundancia a los jóvenes proletarios sin perspectivas de educación o de trabajo asalariado, ofreciéndoles oportunidades inauditas de movilidad social (p. 75).

Esta visión la comparten la mayoría de los entrevistados que participaron en el estudio, al abordar el fenómeno del narcotráfico y cómo este se experimentó en Medellín. Según la mayoría de los participantes, durante el auge del cartel liderado por Escobar, muchos habitantes de la ciudad que vivían en condiciones extremadamente precarias encontraron en los negocios vinculados al narcotráfico una alternativa económica. En este sentido, uno de los entrevistados expresó lo siguiente:

Fue una época en la que, por el narcotráfico, había dinero abundante por todas partes. O sea, era tal el tráfico de drogas, de estupefacientes y las personas que estaban involucradas en esto, que había mucho empleo y por consiguiente no se veía tanto el hambre, sino que, de alguna manera, las personas tenían forma de vivir dignamente (Entrevistado número 20, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

De todos modos, este período estuvo marcado por una violencia desbordada, que incluso hoy sigue estando presente en la memoria de las personas que vivieron en los tiempos de auge del Cartel de Medellín. Así lo expresa uno de los entrevistados:

Los recuerdos de esta época son muy negativos, cuando inició la guerra entre los de Medellín y los de Cali, que empezaron a bombardear negocios, y, cuando menos pensabas, en la calle explotaba una bomba, entonces el pánico, la gente corriendo... Uno ni siquiera sabía si estaba corriendo hacia el peligro o huyendo de él (Entrevistado número 13, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

Con lo anterior se puede observar que la época del narcotráfico de los años 80 y principios de los 90 en la ciudad de Medellín tuvo muchos contrastes. Por un lado, se presentó como una alternativa a la situación económica que atravesaba el país en ese entonces y ayudó a que la ciudad no fuera tan afectada. A su vez, la violencia de esta época parece ser el legado más grande que dejaron estos años, y aún hoy la ciudad enfrenta este estigma, situación que provoca, en palabras de los entrevistados, que reconozcan a Medellín y a Colombia en general por el narcotráfico. Al respecto, uno de los participantes afirma lo siguiente:

Para mí, el narcotráfico es algo supremamente triste, por el hecho de que afecta distintas poblaciones, distintas generaciones. El prestigio, no solo de un país, sino de familias enteras, porque la situación se vive en las casas, en los hogares, en la ciudad. O sea, es que eso afecta demasiado. Para mí es algo que marca. (Entrevistado número 5, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

En esta medida, se puede observar que los entrevistados tienen una concepción mayoritariamente negativa del tráfico y consumo de narcóticos, por lo que este negocio generó en Medellín en términos de violencia. Sin embargo, es muy interesante cómo también reconocen que este fenómeno tuvo un impacto positivo

en la ciudad desde el punto de vista económico, situación que pone en evidencia una tensión en cuanto a las concepciones de bienestar en relación con el impacto del narcotráfico en sus vidas.

2.2. Concepciones sobre la marihuana y sus diversos usos

Luego de abordar con los entrevistados el fenómeno del narcotráfico desde sus experiencias personales, se motivó a los participantes a plantear opiniones sobre la marihuana, con el fin de identificar interpretaciones personalizadas en cuanto a su consumo.

Este tema ha sido polémico tanto en Colombia como en el mundo. Aunque es sabido que parte de la población la usa con fines lúdicos y otra con fines medicinales, todavía hoy existe la pregunta de si se debería legalizar por completo o no. En Colombia, el 8,3% de la población entre los 12 y los 65 años para el año 2019 había probado la marihuana alguna vez en su vida, el 2,68% en los últimos 12 meses y el 1,78% en los últimos 30 días (DANE, 2020).

Cuando se les preguntó sobre este asunto a los entrevistados, se observó, en primera instancia, un grupo que la consideraba una droga como cualquier otra y tenía una mala opinión de ella. Uno de los entrevistados manifestó que la marihuana "es algo destructivo, porque, aunque muchas personas digan que en algunos casos es buena o que la estén utilizando para algunos temas médicos, yo pienso que no, es una droga muy destructiva, coge una persona y la destruye totalmente" (Entrevistado número 8, comunicación personal, realizada en octubre de 2022). Otro entrevistado, al respecto, agregó: "Para mí la marihuana es una droga, porque quien la consume igual se vuelve adicto a esto, se envicia, y para mí es igual a otras drogas" (Entrevistado número 2, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

Por su parte, otro grupo de personas destacaron los beneficios de la planta y su potencial medicinal. Así lo afirma uno de los entrevistados: "Ahora incluso uno escucha mucho de la marihuana con fines medicinales. Y yo estoy muy de acuerdo con eso. O sea, es una planta, y yo soy de las personas que me voy mucho por la parte natural antes de consumir una medicina química" (Entrevistado número 3, comunicación personal, realizada en octubre de 2022). De igual forma, otro de los entrevistados planteó lo siguiente: "Es algo bueno, si se tiene como medicina, no para consumir lúdicamente. Por ejemplo, cuando la utilizan para remedios, que la combinan con alcohol para hacer ungüentos o cosas así, me parece bien" (Entrevistado número 16, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

En la bibliografía sobre este tema, también se puede observar estos dos puntos de vista. Autores como Rodríguez (2012) señalan algunos de los efectos adversos del consumo de marihuana:

[...] bajo los efectos de la marihuana se presenta déficit cognitivo y psicomotor; estos efectos son similares a los observados con alcohol y ansiolíticos (benzodiazepinas). Se afectan negativamente el juicio, el aprendizaje, la memoria, la capacidad de abstracción, de concentración y de resolver problemas; además aumenta la latencia de respuesta a estímulos y se reduce la coordinación muscular (p. 250).

Por otra parte, otros autores como Cubillos (2020) resaltan los resultados positivos del uso de la planta en tratamientos para los efectos adversos de la quimioterapia, como las náuseas y el vómito, el dolor crónico relacionado con el cáncer y el cuidado paliativo. A su vez esta autora añade:

[...] finalmente el hecho de que se haya encontrado evidencia conclusiva al respecto del papel de los cannabinoides en el manejo del dolor crónico confirma lo que ya algunos autores han señalado como uno de los potenciales beneficios más importantes de estos compuestos: una alternativa para los opiáceos (p. 5).

A pesar de las opiniones diversas frente a la marihuana y su uso, es muy interesante cómo para la mayoría de los entrevistados el cannabis es considerado menos nocivo en comparación con otras sustancias como la cocaína o el éxtasis. Lo anterior sin quitar su carácter adictivo y solo válido al compararse con drogas sintéticas, como lo señala uno de los entrevistados: "Creo que sustancias como la cocaína, las drogas sintéticas, todas estas son más dañinas y deterioran mucho a las personas en comparación con la marihuana" (Entrevistado número 9, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

La baja o alta percepción de riesgo frente al consumo de cannabis puede variar directamente de acuerdo con el contexto sociocultural en que las personas se encuentran, juicio que también obedece al objetivo con que sea usado. Si el fin es el alivio o la curación de una dolencia, es visto como una medicina, lo que hace a la marihuana aceptable, mientras que, si su uso es plenamente ligado al placer, con fines lúdicos o recreativos, esta misma sustancia es habitualmente condenada (Lynch, 2020).

En este caso, si bien la generalidad de los entrevistados considera la marihuana como una droga, lo que la carga de altas connotaciones negativas, su condición de planta y sus aplicaciones medicinales generan apreciaciones sumamente positivas y de apertura en cuanto a su uso, sobre todo al considerar productos elaborados a base de ella, partiendo de consideraciones asociadas con un consumo sustentado

en lo natural. En la actualidad existe una creciente oferta de productos elaborados a base de esta planta, configurando una industria en expansión. En esta medida, se evidencia la relevancia de analizar la relación entre la opinión que existe sobre la marihuana y el consumo de bienes elaborados con ella.

2.3. Intención de compra de productos hechos a base de cannabis

Luego de identificar en las entrevistas interpretaciones personalizadas sobre el consumo de marihuana, se procedió a explorar con los participantes posibles iniciativas prácticas en relación con la adquisición de bienes hechos con esta planta, junto con la realización de un grupo de discusión para dialogar con otros actores sobre estas apreciaciones y la disposición a comprar productos elaborados con cannabis.

Como se pudo apreciar en el apartado anterior, este tema genera opiniones diversas, situación que de alguna forma parece también marcar los juicios que se hacen de los productos elaborados a partir de esta planta. En el grupo de discusión se evidenció que varios de los participantes se abstienen de consumirlos porque creen que se pueden volver adictos, esto en particular cuando el producto se ingiere. Por otra parte, consideran que al aplicarlo por vía tópica no hay tal barrera para su uso. Así lo afirma una de las participantes:

Cosas que me digan que, para tomar, sí soy muy escéptica a eso, porque de pronto crea la adicción... Respeto también mucho a quien opine lo contrario, pero en mi caso, si es para aplicar, sí lo usaría, pero, para tomar, nunca he probado (Participante número 4, grupo de discusión, realizado en enero de 2023).

Esta concepción generalizada en este grupo es un punto importante para abordar, ya que la dependencia a las drogas, entre ellas al cannabis, está relacionada con varios criterios como la dosis, la frecuencia de uso, el cannabinoide que se administre y la predisposición del individuo en cuestión. En el caso del cannabis medicinal ingerido, aún no existe clara evidencia de cuál es su relación con la dependencia que puede generar su uso, pero autores como Schlag et al. (2021) afirman que volverse adicto a una medicina es una situación que llega a ser común, ya que, aunque el solo hecho de dejar de usar un analgésico recetado no conduce necesariamente a conductas de búsqueda de drogas, las personas pueden depender de ellas para aliviar su dolor. Algo que puede suceder también con el cannabis medicinal, al ser usado como analgésico en determinados casos.

Es importante hacer claridad que el componente psicoactivo THC no es aceptado para cualquier preparación, ya que su uso es controlado. En países como Colombia son de control especial los productos que "contengan una cantidad igual o superior

a 2 mg de THC por tableta, cápsulas o similar, o por cada gramo o mililitro en caso de soluciones, cremas y similares” (Ledezma-Morales et al., 2020. p. 57). Esto es importante a la hora de transmitir el mensaje a los consumidores, debido a que, algunos de los productos que se ingieren, contienen un mínimo contenido de THC, por lo que no son regulados y su componente principal es el CBD, el cual se considera que no tiene potencial de ser una sustancia de abuso (Schlag et al., 2021), al no ser un componente psicoactivo del cannabis.

Sobre este asunto, en las entrevistas además se encontró que la consideración de uso y compra de productos a base de cannabis tiene en gran parte relación con la información científica que se pueda proporcionar frente a la oferta que contiene este ingrediente, en la medida en que, sin recomendación médica o sustento científico, la población entrevistada afirma no estar dispuesta a usar estos productos. Así lo aseguran varios de los entrevistados: “No he consumido, pero estaría dispuesta si ya hay estudios realizados y ya vienen procesados para la enfermedad que uno tenga. Yo me imagino que, uno en medio de una enfermedad y viendo que funciona, sí lo usaría” (Entrevistado número 2, comunicación personal, realizada en octubre de 2022).

Lo anterior guarda relación con lo planteado por Younus et al. (2015), quienes aseguran que, si un cliente tiene conocimiento del producto y cuáles son sus beneficios, se incrementará su intención de compra. Esto es muy importante en el caso de los bienes elaborados a base de cannabis, teniendo en cuenta que, sin un mayor conocimiento de sus beneficios, difícilmente los potenciales consumidores considerarán la compra de estos productos.

A su vez, un factor relevante que se puso en evidencia en las entrevistas y en el grupo de discusión es la tendencia al consumo de bienes elaborados con ingredientes naturales, en este caso, el cannabis. Cuando se les preguntó sobre los aspectos más representativos de la oferta que se presentó en este espacio, una de las participantes esgrimió que “lo que más me gustó es que son productos con ingredientes naturales, ya que, en esta edad, queremos que todo sea natural, entonces me parece muy interesante esto” (Participante número 2, grupo de discusión, realizado en enero de 2023). Lo anterior puede estar en estrecha relación con lo mencionado por Bonnet (2020), cuando afirma que:

[...] la cultura colombiana está muy ligada a sus raíces indígenas, pioneros en la utilización de medicina alternativa a través de sus curanderos y yerbateros. La llegada del cannabis a Colombia data de la colonización española, quienes trajeron esclavos que introdujeron la planta como parte de sus costumbres religiosas (p. 44-45).

Esto se convierte en un punto a favor a la hora de llegarle a este público, teniendo en cuenta que, primero, desde su perspectiva, el uso de ingredientes naturales es muy apreciado, y, segundo, porque desde la cultura el uso de las plantas siempre ha estado vigente y hoy en día aún se valoran estas preparaciones con diversos fines, entre ellos los medicinales y de belleza.

De acuerdo con Mejía (2022), "El consumo responsable involucra los productos ecológicos, las correctas prácticas de desecho de residuos y las prácticas que están enfocadas en minimizar el impacto de la acción humana sobre el planeta" (p. 101). En este sentido, se puede apreciar en la disposición a comprar productos a base de cannabis por ser este un ingrediente natural una motivación de consumo responsable desde el cuidado personal, la cual también da cuenta de una alta valoración de este aspecto en función de los ideales culturales propios de regiones como Colombia con tan alta biodiversidad. De esta manera, se aprecia como algo sustancial la desestigmatización social de la marihuana como narcótico, en función de su aprovechamiento para la producción y consumo de bienes en el territorio colombiano, que puedan tener diversas aplicaciones derivadas de los compuestos no psicoactivos de la planta, configurando un mercado legal para el cannabis en un país que históricamente ha estado fuertemente afectado por el narcotráfico.

A pesar de lo anterior, es interesante que en el grupo de discusión se haya criticado el olor de varios de los productos presentados, los cuales tenían un marcado aroma a plantas. En este espacio se evidenció que, aunque para los participantes es importante que los ingredientes de los productos provengan de fuentes naturales, un olor que resulte muy tosco puede no ser tan apreciado. De este modo, aunque sea relevante la fuente de origen de los ingredientes, no se puede dejar de lado la experiencia alrededor del producto desde los diferentes sentidos, entre ellos el olfato, el cual juega un papel muy importante en la decisión de compra. El sentido del olfato se convierte en algo de lo cual las marcas que realizan productos a base de cannabis se deben apalancar, ya que, al ser el único sentido que está directamente relacionado con el sistema límbico, hacer uso de él permite "la concepción de vivencias sensoriales plenas a través de percepciones estimuladas por los aromas" (Garzón, 2017, p. 13), haciendo que la experiencia de uso sea satisfactoria y posiblemente recordada positivamente.

De lo anterior se puede indicar que, si bien se observa en este caso una disposición a comprar productos hechos a base de cannabis desde el consumo responsable por ser este un ingrediente natural, es innegable que los factores funcionales como el precio, la calidad percibida y el prestigio de marca siempre tendrán influencia. Por esta razón, es clave que las empresas que oferten este tipo de productos exalten

sus propiedades naturales y apelen a la responsabilidad de los consumidores acerca del impacto personal y ambiental que genera sus compras, sin descuidar aspectos ligados con la satisfacción en cuanto a la utilidad percibida del consumo de estos bienes.

En función de lo anterior, en el grupo de discusión se dejó en evidencia que las personas tienen una concepción más positiva cuando los productos que consumen son claros sobre los ingredientes que contienen. Los participantes valoran que bienes como los que se mostraron tuvieran en sus empaques y etiquetas de una manera explícita la palabra «cannabis» y que en los elementos visuales se observara colores como el verde o la planta de la marihuana, ya que esto les genera confianza. Así lo expresó una de las participantes:

Me llama la atención que se hace referencia al cannabis en el color verde y la plantita, y creo que es bueno que lo hagan, porque, si no lo colocan, estarían ocultando algo y engañando, entonces yo creo que es bueno que lo coloquen, porque vamos a conocer los efectos positivos de esta planta en los productos y el lado bueno de la marihuana (Participante número 1, grupo de discusión, realizado en enero de 2023).

En cuanto al aspecto del empaque, se evidencia que aquellos con elaboraciones gráficas más refinadas o con mayor conceptualización pueden llegar a ser más atractivos para los consumidores que empaques planos o sencillos. Esto se ha encontrado en otros estudios como los de Goodman et al. (2019), quienes evidenciaron que las personas tienden a encontrar más atractivos empaques con una identidad gráfica definida que los empaques simples.

3. CONCLUSIONES

El contexto sociocultural en que crecieron las personas que participaron en el estudio tiene un nivel de influencia alto en la opinión que tienen del tráfico y consumo de sustancias psicoactivas. Estas vivencias provocan una suerte de condena a la marihuana, evidenciando que persiste su estigmatización como droga. Se aprecia como casi todos los participantes criticaron el uso lúdico del cannabis y declararon sentir miedo a volverse adictos, temor que reduce la intención de compra de productos elaborados con este ingrediente que deben ser ingeridos. A su vez, se evidencia que este tipo de consumo tiene la necesidad de contar con recomendación médica, sustento científico y sellos de calidad.

A pesar de lo anterior, se puede apreciar que muchos de los participantes del estudio, quienes tienen edades entre los 40 y 60 años, presentan una alta disposición a adquirir productos que preserven su salud y que tengan un origen natural, como puede ser el caso de aquellos elaborados a base de cannabis. Aunque las opiniones

frente a la marihuana evidencian un estigma, es muy interesante cómo para la generalidad esta es considerada menos nociva en comparación con drogas sintéticas.

Consumir de forma responsable es todo un desafío social para personas que habitan contextos como el del área metropolitana de Medellín, en los cuales emerge una sensación de mal-estar marcada por una experiencia cada vez más fuerte de llevar una «vida dura» (Martuccelli, 2021). Frente a esta situación, el consumo de bienes se presenta como un condicionante significativo en el bienestar de este tipo de sociedades (Caballero, 2019), en las cuales, de forma paradójica, al mismo tiempo se les endilga a los individuos la total responsabilidad frente al impacto de sus prácticas de consumo.

Teniendo en cuenta lo anterior, asumir el consumo responsable como un desafío social implica trascender la noción de responsabilidad individual y problematizar las nociones hegemónicas acerca de lo que se considera una buena vida (Lang, 2019). En este sentido, es muy llamativo que los participantes del estudio, si bien en su mayoría presentan resistencia frente a la marihuana al considerarla una droga ilegal y perjudicial, al mismo tiempo tienen una considerable intención de compra de productos elaborados con esta planta, valorando sus bondades medicinales desde sus criterios de bienestar, en los cuales prima el cuidado de la salud.

A pesar de que factores como el respaldo científico, sellos de calidad y condiciones técnicas del producto son fundamentales, la valoración de la marihuana como planta, más allá de su estigmatización como droga, pone de manifiesto en sujetos fuertemente marcados por el fenómeno del narcotráfico la presencia de reivindicaciones de bienestar que rescatan aspectos como lo natural, lo ancestral y lo artesanal; configurando un espacio de posibilidad para la compra de productos hechos a base cannabis y la consolidación de esta industria de forma legal en regiones como Colombia que han padecido por tantos años los efectos del narcotráfico desde las políticas prohibicionistas.

REFERENCIAS

- Alzate Quintero, G. A. (2014). Apuntes históricos sobre el origen del tráfico internacional de drogas ilícitas en Medellín. *Pensar Historia*, 4, 47-59. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/pensarh/article/view/20848>
- Añaños, F. (2005). *Representaciones sociales de los jóvenes sobre las drogas (alcohol, tabaco y cannabis) y su influencia en el consumo*. Editorial Dykinson.
- Atehortúa Cruz, A. L. y Rojas Rivera, D. M. (2014). El narcotráfico en Colombia. Pioneros y capos. *Historia y Espacio*, 4(31), 169-207. <https://doi.org/10.25100/hye.v4i31.1680>

- Bonnet Castro, S. (2020). *El consumidor como clave del éxito para el mercado de productos derivados del cannabis Sativa en Colombia*. [Trabajo de grado, Colegio de Estudios Superiores de Administración]. Repositorio Institucional Colegio de Estudios Superiores de Administración. <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/2490>
- Caballero, H. (2019). Hacia la descolonialidad del consumo en el Buen vivir. Reflexiones teóricas. En B. Marañón Pimentel, *Solidaridad económica, buenos vivires y descolonialidad del poder*. (pp. 111-128). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200513061220/Solidaridad-economica.pdf>
- Calderón Vallejo, G. A., Pareja Hincapié, L. M., Caicedo Cano, C., y Chica Ríos, R. A. (2017). Regulación del uso de marihuana en Colombia con fines medicinales. *Hacia La Promoción de La Salud*, 22(1), 43–55. <https://doi.org/10.17151/hpsal.2017.22.1.4>
- Chávez Mejía, J. F. (2021). *La influencia de Pablo Escobar en la ciudad de Medellín*. [Trabajo de grado, Universidad San Francisco de Quito]. Repositorio Institucional Universidad San Francisco de Quito. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/10682>
- Cisterna Cabrera, F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *Theoria*, 14(1), 61-71. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29900107>
- Cubillos Sánchez, P. A. (2020). Cannabis for medical and scientific purposes: the Colombian landscape. *Colombian Journal of Anesthesiology*, 49(2). <https://doi.org/10.5554/22562087.e954>
- DANE (2020). *Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA)*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encspa/bt-encspa-2019.pdf>
- El País (2021). *Colombia saca músculo en el mercado del cannabis medicinal y pone en alerta a Canadá*. <https://elpais.com/economia/2021-09-02/colombia-saca-musculo-en-el-mercado-del-cannabis-medicinal-y-pone-en-alerta-a-canada.html>
- Escalante, F. (2009). Violencia, narcotráfico y Estado. *Revista Nueva Sociedad*, 220. <https://nuso.org/articulo/violencia-narcotrafico-y-estado/>
- Garzón, P. A. (2017). *El marketing sensorial como estrategia que incide en las decisiones de compra del consumidor*. [Trabajo de grado de especialización, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Institucional Universidad Militar Nueva Granada. <http://hdl.handle.net/10654/16330>
- González-Díaz, R., Acevedo-Duque, Á., Guanilo-Gómez, S. y Cruz-Ayala, K. (2021). Ruta de Investigación Cualitativa – Naturalista: Una alternativa para estudios gerenciales. *Revista de Ciencias Sociales*, 27, 334-350. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.37011>
- Goodman, S. Leos-Toro, C. y Hammond, D. (2019) The impact of plain packaging and health warnings on consumer appeal of cannabis products. *Drug and Alcohol Dependence*, 205(107633). <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2019.107633>
- Henoa, M. A. (2021). *Alcance de la legalización del cannabis medicinal y recreativo en Colombia*. [Trabajo de grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio Institucional Universidad Pontificia Bolivariana. <http://hdl.handle.net/20.500.11912/9406>
- Hinojosa Becerra, M. y Marín-Gutiérrez, I. (2019). William Randolph Hearst. El divulgador de fake news sobre cannabis. *Cannabis Magazine*. 96-103. <https://www.researchgate.net/>

[publication/332593865_William_Randolph_Hearst_El_divulgador_de_fake_news_sobre_cannabis](#)

Hylton, F. (2007). El cambio radical en Medellín. *New left review*, 44, 66-85. <https://newleftreview.es/issues/44/articles/forrest-hylton-el-cambio-radical-de-medellin.pdf>

Lang, M. (2019). Justicia social y crisis civilizatoria. Pistas para repensar la erradicación de la pobreza a partir de la sostenibilidad y la interculturalidad. En A. E. Beling y J. Vanhulst, *Desarrollo non sancto. La religión como actor emergente en el debate global sobre el futuro del planeta*. (pp. 78-122). Siglo XXI.

La República (2022). *Cannabis regulado e ilícito genera ingresos de más de US\$344.000 millones en el mundo*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/annabis-regulado-e-ilicito-genera-ingresos-de-mas-de-us-344-000-millones-en-el-mundo-3434100>

Leal-Galicia, P., Betancourt, D., González-González, A. y Romo-Parra, H. (2018) Breve historia sobre la marihuana en Occidente. *Revista de Neurología*, 67(4), 133-140. <https://doi.org/10.33588/rn.6704.2017522>

Ledezma-Morales, M., Rodríguez, A. C. y Amariles, P. (2020). Mercado del Cannabis medicinal en Colombia: una oportunidad para el sector salud que requiere lineamientos estratégicos del gobierno nacional y la academia. *Médicas UIS*, 33(1), 53-58. <https://doi.org/10.18273/revmed.v33n1-2020006>

Lynch, F. (2020). Cannabis medicinal y recreativo: una hermenéutica crítica de las nociones de salud y enfermedad relativas al consumo de marihuana. *Revista Cultura y Droga*, 25(30), 196-218. <https://doi.org/10.17151/culdr.2020.25.30.9>

Martuccelli, D. (2021). *Estallido social en clave latinoamericana. La formación de las clases popular-intermediarias*. LOM Ediciones.

Martuccelli, D. (2020). La individuación, los desafíos sociales y la biografía extrospectiva. *Revista Contenido. Cultura y Ciencias Sociales*, 10, 81-112. https://www.revistacontenido.com/wp-content/uploads/2020/12/3.articulo_danilo.pdf

Martuccelli, D. (2009). La teoría social y la renovación de las preguntas sociológicas. *Papeles del CEIC*, 2, 1-31. <https://ojs.ehu.es/index.php/papelesCEIC/article/view/12261>

Martuccelli, D. y Santiago, J. (2017). *El desafío sociológico hoy. Individuo y retos sociales*. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Mejía Gil, M.C. (2022). Consumo responsable: de la teoría a la práctica. En Y. Marañón Muñoz y J.C., Sanclemente Téllez, *Marketing social: un enfoque latinoamericano*. (pp. 99-121). Editorial EAFIT. <https://doi.org/10.17230/9789587207675lr0>

New Frontier Data (2021). *El informe global de cannabis. Panorama en América Latina*. https://info.newfrontierdata.com/global-report-2021-latam?_gl=1*_pioqz7*_up*MQ..*_ga*MTAzMTY1MzE4NC4xNjgwMjk4NDEy*_ga_VJGLGFDK4N*MTY4MDI5ODQxMC4xLjAuMTY4MDI5ODQxMC4wLjAuMA

Ordoñez-Caviedes, D. (2022). *Industria legal de cannabis en Colombia desde 2016: un potencial económico limitado por la ley y el discurso punitivista*. [Trabajo de grado, Universidad Católica de Colombia].

Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/354a553d-316c-4977-a8d9-b61ae6d2e03b>

Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R. 2010. *Desarrollo humano*. (11a. ed.). McGraw Hill.

Portafolio (2022). *El cannabis generaría 23,5 millones de dólares en el 2025*. <https://www.portafolio.co/economia/el-cannabis-generaria-23-5-millones-de-dolares-en-el-2025-569581>

Rodríguez Carranza, R. (2012) Los productos de Cannabis sativa: situación actual y perspectivas en medicina. *Salud Mental*, 35(3), 247-256. <https://www.redalyc.org/comocitar.ooa?id=58223340009>

Reyes M. F. y Khenti A. (2019) Percepción de daños y beneficios de la marihuana y su relación con la intención de uso y consumo en adolescentes colombianos. *Texto & Contexto Enfermagem*, 28. <http://hdl.handle.net/20.500.12495/2047>

Schlag, A.K., Hindocha, C., Zafar, R., Nutt, D.J. y Curran, H.V. (2021) Cannabis based medicines and cannabis dependence: A critical review of issues and evidence. *Journal of Psychopharmacology*, 35(7), 773-785. <https://doi.org/10.1177/0269881120986393>

Sierra, J. C., Otálora, W. A. y Torres, D. S. (2021). *Cannabis: explorando el mercado*. [Tesis de maestría, Universidad EAN]. Repositorio Institucional Universidad EAN. <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/10873?show=full>

Souza y Machorro, M. (2017). *Cannabis y salud: del mito a la evidencia*. (1a. ed.). Editorial Alfil.

Toala Galarza, M. S. (2020). *Estudio de percepción de los productos hechos a base de cannabis para el desarrollo de una campaña comunicacional para la marca Canna Life*. [Trabajo de grado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49745>

Vanderah, T.W. (2021). Fármacos cannabinoides. En B.G. Katzung y T.W. Vanderah, *Farmacología básica y clínica*. McGraw Hill. <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=3038§ionid=256899608>

Younus, S., Rasheed, F. y Zia, A. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journal of Management and Business Research*, 15(1), 9-14. <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/1605/1508>