



# Marihuana

**NEGOCIO 'VERDE'.** Un empleado de Harborside Health Center, uno de los cuatro dispensarios de marihuana medicinal de Oakland, California, cuenta el dinero que le acaba de entregar un cliente (o 'paciente', según la denominación oficial).

# Gourmet

A pesar del tropiezo electoral, el cannabis crece en California como fenómeno y como industria. La marihuana legal, más cara pero de mejor calidad, está desplazando del mercado a la ilegal, importada de México, más barata pero menos potente y menos predecible.

POR HERNÁN IGLESIAS ILLA



**S**on las siete de la tarde de un miércoles de octubre en Oakland, California. En el tercer piso de un viejo edificio de oficinas, un hombre de traje gris y pelo blanco está dando una inusual clase de negocios para emprendedores. “El mejor consejo que puedo darles hoy es: sean discretos”, dice el hombre, con una sonrisa. “Nadie que no necesite saberlo debería saber a qué se dedicarán sus futuras empresas”.

Uno de los estudiantes, un joven un poco gordito con los ojos maquillados y aros en las orejas, pregunta entonces cómo llenar el formulario municipal en el que les piden la rama comercial de sus emprendimientos. El profesor, un abogado simpático llamado Robert Raich que lleva décadas defendiendo a cultivadores y fumadores de marihuana en los tribunales de California, contesta que, para él, lo más recomendable es responder con “eufemismos verdaderos”. Sugiere a sus estudiantes que no mencionen el cannabis o la marihuana, pero tampoco que escriban ideas demasiado abstractas que puedan ser acusadas de ser falsas. Da una serie de ejemplos exitosos: “Remedios herbales”, “Tratamientos contra el dolor”, “Medicina natural”, “Venta de terapias



**DE LA VISTA NACE EL AMOR.** Productos en exhibición en el Harborside Health Center. El cliente puede ‘catar’ la marihuana de su elección y adquirir la que considere apropiada para sus necesidades.







**PARA TODOS LOS GUSTOS.** Distintas variedades de marihuana legal en exposición en un dispensario. Blueberry Diesel y Kona Cream son 'marcas' de cannabis. El porcentaje indica la potencia del producto: como el vino, a mayor porcentaje, mayor efecto.

orgánicas". Los 80 estudiantes de la clase, donde hay jóvenes rebeldes pero también señoras elegantes y oficinistas con camisa y corbata, toman nota de la sugerencia.

"¡Pero cuidado!", advierte Raich antes de que terminen de escribir. "En esta misma clase donde están sentados ustedes ahora se han sentado en el pasado espías de los gobiernos municipales, que apuntaron estos mismos nombres y ahora saben que tienen que rechazarlos. ¡Así que tengan imaginación! Y sean discretos. La marihuana medicinal es perfectamente legal en el estado de California, pero todavía hay muchos funcionarios municipales dispuestos a resistir".

Raich da su clase en el campus principal de la Universidad de Oaksterdam, la insólita escuela para cultivadores y aficionados a la marihuana que desde 2007 ha enseñado a más de 12,000 estudiantes de todo el mundo cómo cultivar la planta de cannabis, cómo hacerlo de manera legal en el estado de California y, también, cómo ganar dinero en una industria que hasta hace un par de años era subterránea y clandestina y que de a poco se está asomando a la superficie de los mercados legales, transparentes y pagadores de impuestos.

Por otra parte, la advertencia del profesor abogado ilustra la inestable relación de California con la marihuana y

muestra cuán trabajoso y complicado puede ser su proceso de legalización, en el que interactúan decenas de aristas sociales, legales y económicas difíciles de predecir o controlar. ¿Es un buen ejemplo para México, donde por primera vez diversos líderes políticos y sociales, en contra de la opinión del presidente Felipe Calderón, han empezado a reclamar un debate sobre la legalización del cannabis? Es casi imposible dar una sola respuesta.

El proceso de paulatina legalización de California lleva casi 15 años desde la primera aprobación de la marihuana medicinal. Y, aunque el 2 de noviembre recibió un freno inesperado con el rechazo electoral de la Proposición 19 (que habría permitido el cultivo hogareño y despenalizado el consumo personal), probablemente seguirá adelante, sobre todo porque la regulación actual es lo suficientemente difusa como para permitir un buen margen de maniobra y, especialmente, porque ya se ha convertido en una industria de 1,300 millones de dólares (MDD) por año.

Lo que sí debería quedar claro para México de la experiencia de California es que la legalización de la marihuana no es un interruptor que Los Pinos puede apretar de un día para el otro: si en California, uno de los estados con costumbres



**EMPRENDEDOR SUI GÉNERIS.** Steve Deangelo, dueño de Harborside Health Center y uno de los principales consultores de la incipiente industria de la marihuana legal en California, donde prácticamente ha desaparecido el comercio ilegal de cannabis.

más liberales de Estados Unidos, el blanqueo de la marihuana ha sido un proceso lento y discutido hasta el agotamiento, mucho más debería serlo en México, donde el consumo y el comercio de cannabis todavía se encuentran en el más profundo de los sótanos del prestigio social.

### EL ORIGEN

El nombre Oaksterdam viene de la fusión de Oakland y Amsterdam, la ciudad holandesa donde la venta de marihuana ha sido legal desde 1976, y designa no sólo a la universidad, sino también a este barrio feo y semivacío del centro de Oakland, donde a cada paso hay dispensarios de cannabis medicinal, tiendas de parafernalia marihuanera –pipas de vidrio, fertilizantes, camisetas alusivas–, cafés con decoración y militancia fumadora, oficinas de abogados amigables con el movimiento y sedes de ONG dedicadas a impulsar su completa legalización.

Vecina pobre y posindustrial de San Francisco, Oakland fue la primera ciudad de California que reguló la venta de marihuana medicinal y es desde hace varios años la ciudad que más ha permitido y favorecido la incorporación del cannabis a su tejido social y económico. Desde junio de este año,

Oakland cobra un impuesto especial de 1.8% a las ventas de marihuana medicinal. A partir de 2011, la cuota se elevará a 5% e incluirá las cuatro fábricas de marihuana que el gobierno local piensa licitar e inaugurar en los próximos meses.

Oakland tiene graves problemas de crimen y pobreza y un déficit anual de 90 MDD. “El cannabis ha traído muchos beneficios a Oakland”, asegura Steve Deangelo, pionero del movimiento prolegalización en Oakland y dueño de Harborside Health Center, el principal dispensario de marihuana medicinal de la ciudad. Y agrega: “Pero Oakland también le ha traído muchos beneficios al cannabis”. Las cuatro fábricas podrían generarle a la ciudad ingresos frescos de entre 20 y 32 MDD anuales, según cálculos de los expertos locales.

En Oakland, uno de los beneficios de la semilegalización ha sido la casi desaparición del mercado informal de marihuana en las calles, que tenía el doble perjuicio de aumentar la tasa de delitos y la necesidad de policías. Como resulta tan fácil comprar marihuana confiable de manera legal, el mercado callejero de hierba importada (de México) ha sufrido: primero bajó sus precios al mínimo y después casi desapareció. ¿Supone esto un golpe a los carteles exportadores de Sinaloa y Michoacán? Apenas, dicen los expertos.









**EN BUSCA DE LA MEJOR.** Big Mike, experto en cultivos de la Universidad de Oaksterdam, trabaja sobre un grupo de plantas de marihuana en el laboratorio agrícola de la escuela, en Oakland.

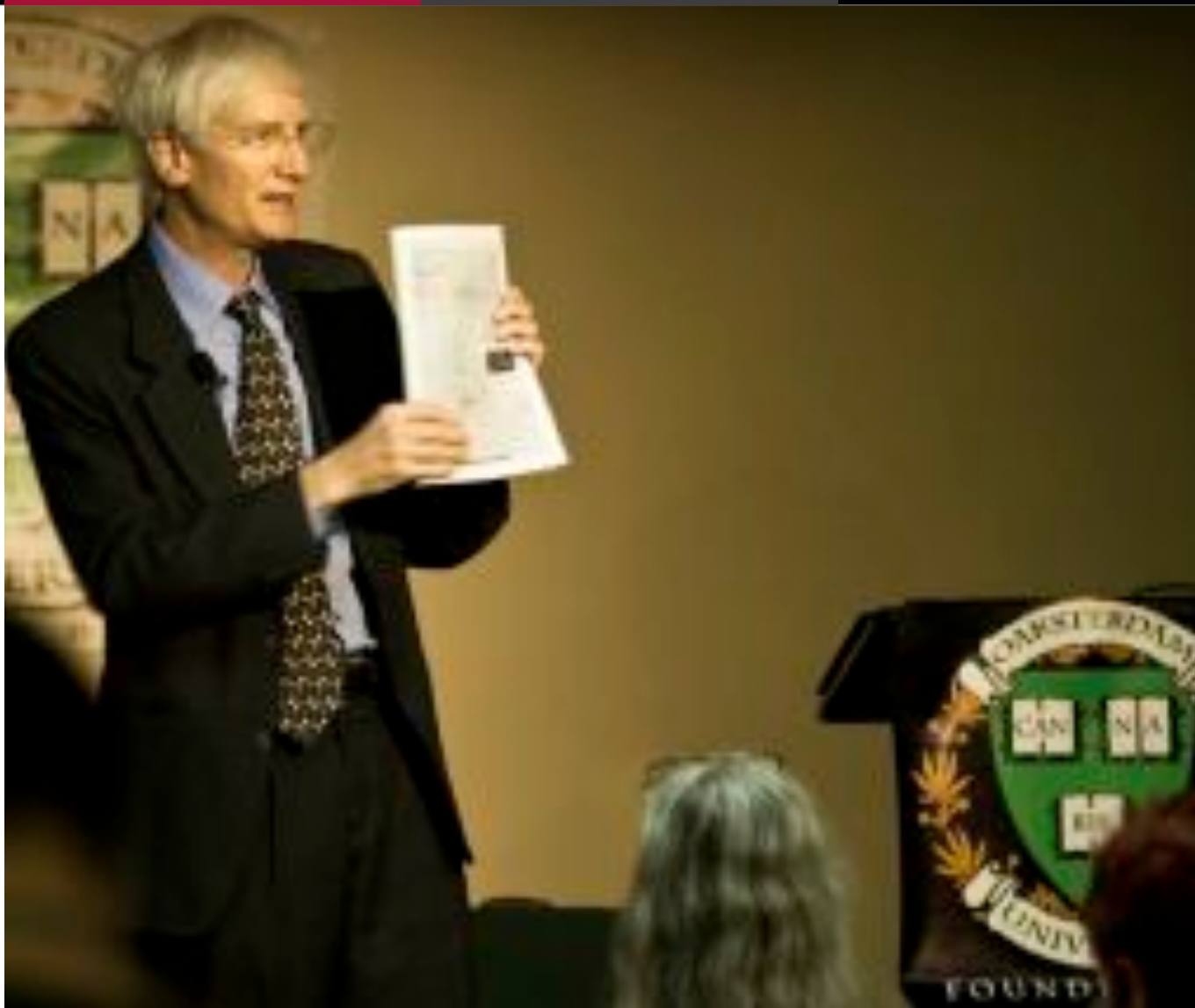
En octubre, un mes antes de las elecciones, la corporación RAND, un centro de estudios que lleva décadas analizando la guerra de EU contra las drogas, publicó un informe en el que decía que la Proposición 19 sólo reduciría entre 2% y 4% los ingresos por exportaciones de las “pandillas” mexicanas. La razón fundamental para esto es que en el resto de EU la marihuana sigue siendo tan ilegal como antes y que la marihuana mexicana (más barata pero también menos potente que la de los productores artesanales californianos) tiene una participación de mercado de entre 40 y 67% entre los consumidores estadounidenses. “Es muy difícil imaginar un escenario en el que la aprobación o el rechazo de la Proposición 19 tenga un impacto importante en las ventas de los carteles mexicanos”, dijo Beau Kilmer, uno de los directores del estudio.

Aun así, comprar marihuana en California es relativamente fácil: sólo hace falta una tarjeta firmada por un médico, que cuesta entre 100 y 150 dólares y vale para toda la vida, y después ir a alguno de los dispensarios oficiales. A algunos médicos prestigiosos o reconocidos todavía no les gusta recetar marihuana a sus pacientes, pero en Oakland y en muchas ciudades uno puede encontrar sin problemas un médico menos prestigioso y con menos escrúpulos que acepte el dinero y entregue la tarjeta. Originalmente, el cannabis medicinal se recetaba a pacientes con cáncer o artritis consumidos por el dolor o las náuseas; ahora, uno también puede sin problemas conseguir una receta alegando -y sin presentar ninguna prueba- dolencias tan ambiguas como ansiedad, mareos o insomnio.

#### **‘CANNABUSINESS’**

A 10 kilómetros del centro de Oakland, muy cerca del aeropuerto, está WeGrow, un ‘supermercado del cannabis’ que vende todo lo necesario para el cultivo doméstico de marihuana. Pero no marihuana. En los pasillos de WeGrow hay fertilizantes, nutrientes y pequeñas computadoras que mezclan los nutrientes con el agua y los hacen gotear a intervalos regulares sobre el tallo de cada planta. También hay carpas de lona con revestimiento de metal, que permiten regular la temperatura exacta del ambiente (a alrededor de 24 grados), y lámparas





**EL MAESTRO.** Robert Raich, abogado especialista en el comercio de marihuana, imparte una clase de negocios para emprendedores llamada 'Canabusiness', en la Universidad de Oaksterdam.

potentísimas que permiten simular la luz del sol (encendidas 18 horas; apagadas, seis horas) en los sótanos y depósitos cerrados donde normalmente se cultiva la planta de marihuana. WeGrow incluso vende una solución 'llave en mano', que cuesta unos 60,000 dólares y que incluye el envío a domicilio y la instalación de un contenedor con todo el equipamiento de última tecnología.

WeGrow todavía no vende marihuana, pero espera hacerlo pronto. Sus directivos han pedido uno de los cuatro permisos que en diciembre entregará la ciudad de Oakland para la creación de grandes plantaciones de marihuana. Si gana, le pagará 211,000 dólares a Oakland por el privilegio y abrirá un nuevo depósito de 4,500 metros cuadrados, el tamaño de un supermercado regular en la Ciudad de México, donde sólo habrá plantas de marihuana. ¿Cuántas? "Alrededor de 30,000", responde Michael Hunt, ejecutivo de WeGrow. ¿Cuánta marihuana pueden generar estas plantas? "Unos 50 millones de dólares".

El nacimiento y el crecimiento de WeGrow son el reflejo empresarial de los cambios regulatorios de la marihuana

medicinal en Oakland. A medida que la actividad se hace cada vez más legal y transparente y disminuye el estigma a su alrededor, empieza a atraer el interés de inversionistas cada vez más institucionales. De hecho, los socios fundadores de la empresa vienen del mundo de la tecnología y de la banca de inversión. Quizás por ello, su visión del negocio no es romántica ni política. Cuando conversamos con Hunt en la sala de conferencias de WeGrow, detrás suyo había mapas de los 13 estados de EU que ya permiten la venta de cannabis medicinal y donde la empresa piensa abrir sucursales.

"Nuestro plan es inaugurar 500 tiendas en los próximos años", dice Hunt. Cuando le menciono el consejo de Raich a sus alumnos en Oaksterdam ("sean discretos"), Hunt hace una mueca de disgusto y responde: "A nosotros no nos gusta eso. Nosotros no escondemos nada. Admitimos que todo lo que vendemos es explícitamente para cultivar cannabis". Tres días por semana, WeGrow tiene un médico disponible para los clientes que quieran recibir su tarjeta y convertirse en 'pacientes' (le pregunté a una docena de personas si conocían el caso de alguien a quien algún médico le hubiera rechazado



**EL PRIMERO.** Richard Lee, fundador de la Universidad de Oaksterdam, pionero del movimiento prolegalización y uno de los empresarios que más dinero ha ganado con la marihuana legal, captado frente a la puerta de sus oficinas en Oakland.

la tarjeta. Nadie conocía a ninguno.). La posibilidad de contar con dicha tarjeta es muy grande y, por tanto, el acceso a la marihuana.

Hasta ahora, la producción de cannabis en California se encontraba en un vacío legal: estaba autorizada su venta en dispensarios medicinales y su cultivo limitado en los hogares de los pacientes. “Hicimos todo al revés”, dice Derek Peterson, cofundador de Gropech, una organización sin fines de lucro asociada a WeGrow y que es técnicamente la que pidió el permiso para abrir la fábrica. “Es como si, en la industria de las bebidas alcohólicas, primero hubiéramos permitido las licorerías y, años después, las destilerías”. En los próximos meses, con la apertura de las primeras plantas industriales la ciudad va a legitimar toda la cadena del producto, desde el cultivo hasta la venta. “Eso es lo que necesitamos para tener una industria autónoma y viable dentro de la ciudad de Oakland”, dice Deangelo, de Harborside.

Con la progresiva legalización del cultivo, sin embargo, el mapa de la producción probablemente cambiará. O ya está cambiando. Hasta ahora, el productor habitual estaba simbo-

lizado por los viejos pioneros, militantes de la causa prolegalización, que tratan sus plantas como a sus hijas y las cultivan con cariño y obsesión, todo el tiempo desarrollando nuevas variedades. Con la llegada de productores industriales como WeGrow, su situación se hará cada vez más complicada. Hunt no tiene ninguna compasión por ellos: “Tienen que entender que no pueden seguir operando fuera del sistema”.

Para no pelearse entre ellos, los miembros de la comunidad del cannabis usan a menudo el ejemplo de la industria del vino, que en las últimas décadas ha evolucionado hasta ofrecer productos de distintas calidades y distintos precios: hay vinos de 5 dólares producidos industrialmente por bodegas más interesadas en el consumo masivo que en el paladar selecto; vinos de 50 dólares, elaborados por algunas de esas mismas bodegas para clientes con el gusto y la billetera necesarios para apreciar la diferencia; y vinos de 500 dólares, la crema del mercado, productos muy específicos procesados con los mejores materiales y la mejor tecnología a cargo de los mejores especialistas. A la marihuana entonces le gustaría parecerse al vino. En la visión más optimista que circula por el





**COMPRAS ESPECIALIZADAS.** Parafernalia marihuanera en venta en WeGrow, el primer supermercado para la industria de la marihuana, en donde se encuentra desde los artículos para cultivar la hierba hasta productos alimenticios o ropa.

centro de Oakland, en las interminables conversaciones que hay en los cafés y los dispensarios sobre el futuro del sector, muchos ven a los grandes productores industriales cultivando una marihuana de calidad razonable y barata, que aproveche sus economías de escala. Los artesanos históricos del centro de la ciudad, enamorados de sus plantas, deberán encontrar sus nichos, convertir sus productos en 'marcas' (algunos ya lo hacen) y especializarse en tipos de marihuana específicos.

Como ocurre en casi todo los mercados que empiezan a salir a la luz del día, la legalización de la marihuana tam-

bién está teniendo un efecto en los precios. Los dispensarios venden actualmente la onza (28 gramos) de sus variedades estrella en alrededor de 300 dólares.

Hace unas semanas, antes de las elecciones, Richard Lee, el carismático fundador de la Universidad de Oaksterdam y uno de los empresarios de la marihuana más exitosos, predijo que el precio, si se aprobaba la Proposición 19, "podría bajar hasta los 100 dólares por onza, de los cuales 50 dólares serían impuestos". ¿Y si no se aprobaba? "Entonces quizás un poco menos".



**DEL CAMPO A LA CASA.** Salón principal de WeGrow, en el este de Oakland, donde los pequeños emprendedores de la marihuana pueden comprar todo lo necesario para su cultivo. La empresa ya pidió su autorización para ser una cadena de franquicias.

Para la gente de WeGrow, que ya pidió autorización federal para convertirse en una cadena nacional de franquicias, como McDonald's o RadioShack, el mercado del cannabis se encuentra en un momento histórico: "Es fascinante", dice Hunt. "Estamos presenciando el nacimiento de una industria". Una industria, en la que, según su visión, triunfarán los participantes parecidos a WeGrow: "De a poco, los jugadores grandes y transparentes irán remplazando a los improvisados fuera del sistema".

Deangelo tiene una visión más contemporizadora. Cree que algunos pacientes preferirán los precios más bajos que permitirá el modelo industrial, producido a la mayor velocidad posible y por trabajadores poco calificados (probablemente inmigrantes mexicanos). Pero también cree que "la mayoría" de los pacientes preferirá gastar un poco más para consumir un producto cultivado en un terreno pequeño y a cargo de un especialista que sólo usa productos orgánicos. "Creo que será una industria con lugar para todos", dice Deangelo. "Productores pequeños, medianos y grandes". Además de un pronóstico, la afirmación de Deangelo es un deseo. Al igual que otros históricos del movimiento, teme que algunos

de los productores originales, que suministraban marihuana a los dispensarios cuando no eran muchos quienes se atrevían a hacerlo, sean barridos por el crecimiento de la industria y los métodos de gran escala. "Estos tipos arriesgaron su libertad durante años para proveernos a nosotros", comenta Deangelo, que recomienda a Oakland la creación de permisos de cultivo a menor escala. "Sería injusto que la industria no tuviera un lugar para ellos".

### 'SOMMELIER' DE MARIHUANA

En un barrio de las afueras de Oakland, rodeado de clubes náuticos y restaurantes para turistas, hay un edificio cuadrado y anónimo protegido por tres guardaespaldas. Adentro, recepcionistas con carpetas en las manos preguntan al recién llegado: "¿Primera vez en Harborside?". Sí, en efecto, se trata de la primera vez, la recepcionista sonriente acompañará al interesado hasta una pequeña habitación, donde otro empleado sonriente le explicará las reglas de la compra de marihuana medicinal. Si el cliente ya ha venido antes, pasará entonces a la gran sala de Harborside, el más grande y más conocido de los cuatro dispensarios de marihuana legal en Oakland. Se





**SIN LÍMITES.** La hierba no sólo se fuma. Una de las formas más populares de consumirla es mezclada con alimentos, como *brownies*, jaleas o salsas. En la foto, libros de recetas para cocinar con flores de marihuana.

colocará al final de la fila, donde un viernes reciente había poco más de una docena de personas, y esperará su turno. “¿Próximo paciente?”, gritará uno de los seis vendedores y el cliente-paciente se acercará hasta allí y pedirá su variedad favorita o mirará dentro de un gabinete de vidrio y madera la selección de distintas flores disponibles, que tienen nombres como Dark Heart, Purple Hash o Space Queen. Si duda o quiere conocer el efecto específico de alguna de las “marcas”, el vendedor levantará un poco la mano y entrecerrará los ojos, como un sommelier dando un veredicto, y dirá: “Tiene un efecto tranquilizador pero suave, sin irregularidades y que desaparece de a poco, casi imperceptiblemente”.

El año pasado, Harborside vendió 21 millones de dólares en marihuana, productos con base de marihuana (galletas, champú, aceites para la piel) y pequeños injertos de plantas de marihuana, llamados ‘clones’, que los pacientes autorizados pueden llevar a sus casas y cultivar por su cuenta. El precio por gramo de las flores de marihuana –la parte de la planta que contiene ingredientes psicoactivos– va de 12 a 17 dólares si uno compra un gramo (el peso de un cigarrillo promedio) y 25% menos si uno adquiere una onza entera.

El lugar huele intensamente a marihuana y está casi en silencio: un reggae de fondo muy suave alcanza para tapar las conversaciones susurradas entre vendedores y clientes. El ambiente general es de calma y rutina, como si fuera un comercio cualquiera, pero con un toque de sordidez, como el de un bar del Centro Histórico a las cuatro o cinco de la tarde. Además de empresario exitoso del cannabis, Steve Deangelo, el dueño de Harborside Health Center, también es uno de los consultores más requeridos por aquellos inversionistas interesados en ingresar a la industria. Lo primero que les dice a sus clientes es: “Si la razón por la cual quieres meterte en esto es porque crees que aquí está la próxima mina de oro, entonces no lo hagas. El dinero es la razón equivocada”, señala Deangelo, sentado en su oficina, con un sombrero de felpa y el pelo anudado en dos trenzas grises que le bajan a cada lado hasta los hombros. El motivo que tiene Deangelo para decir esto es que, a pesar de la reciente tolerancia californiana, la venta de marihuana todavía es un crimen federal. Incluida la venta de cannabis medicinal, por la cual hay actualmente 100 personas en prisiones federales de la Unión Americana. “Cualquiera que quiera



**PASE USTED.** En la cafetería Bull Dog se permite fumar marihuana, si se muestra la receta médica que avala el consumo. Cerca de la Universidad de Oaksterdam se encuentran varios de negocios similares que también forman parte de la industria de la marihuana.

dedicarse a este negocio y abrir un dispensario o una pequeña fábrica, debe estar preparado para ser arrestado e ir a la cárcel”, advierte Deangelo, aunque admite que desde la llegada de Barack Obama las persecuciones se han reducido considerablemente. “De todas maneras, hasta que no cambie la ley federal, esto que hacemos aquí aún no es una industria. Todavía es un movimiento”.

Estos dolores de crecimiento de la industria de la marihuana en California quizás sirvan en México para entender cuán problemático y frustrante puede ser crear un sistema de cannabis legal y autosustentable.

Al mismo tiempo, también le muestran al presidente Felipe Calderón que, al contrario de sus temores recientes, el crecimiento de la marihuana legal en California incrementa el consumo de cannabis ‘californiano’ y empuja fuera del mercado al cannabis ‘mexicano’: el consumo de los gringos no es el problema. En cualquier caso, ninguno de los defensores de la legalización en California está diciendo que la marihuana debería venderse en los oxxo al lado de los cigarrillos y el tequila. “Tenemos que convencer al público de que se puede distribuir el cannabis de una forma sana, limitada y respon-

sable”, dice Deangelo. “Entendemos por qué nadie querría abrir la revista *Expansión* y encontrarse con un aviso a dos páginas de una marca de marihuana”.

Carol F., una pelirroja de pelo corto, bajita y sonriente, está de pie en una de las aulas de la Universidad de Oaksterdam, donde está estudiando el semestre completo (que cuesta 650 dólares) porque quiere abrir un dispensario en la ciudad donde vive, a una hora de Oakland.

Carol tiene 51 años y trabajó dos décadas en el departamento de software de la petrolera Chevron, hasta que la despidieron en una ola de recortes. Durante un tiempo no supo qué hacer con su vida, pero en un momento descubrió la marihuana medicinal que consumían legalmente algunos de sus amigos. “Se puede decir que encontré una nueva vocación”, admite Carol, que pidió que no pusieramos su apellido. “Me parece un buen servicio para gente que lo necesita y también, por qué no, puede ser un buen negocio!”. Al menos en California, no sólo se trata de acabar con un problema de salud pública, sino también se exploran posibilidades de nuevos negocios, como lo intenta Carol. Es otra vertiente de la que México puede aprender. ■