

# **CANNVIA**

**REVOLUCIONANDO O ACESSO À  
CANNABIS MEDICINAL NO BRASIL**

Plano de Negócios - 2025

## Sumário Executivo

A CannVia é uma plataforma digital integrada que está transformando o acesso à cannabis medicinal no Brasil. Com protótipo funcional em fase avançada, conectamos pacientes, médicos e fornecedores em um ecossistema completo e regulamentado, resolvendo o maior gargalo do mercado: a complexidade extrema, alto custo e fragmentação do processo de acesso aos tratamentos.

O mercado brasileiro movimentou 853 milhões de reais em 2024 e ultrapassará 1 bilhão em 2025, com crescimento anual de 22%. Atualmente, apenas 672 mil pacientes brasileiros estão em tratamento, representando uma fração mínima dos 6,9 milhões de brasileiros que poderiam beneficiar-se desses medicamentos. A CannVia está posicionada para capturar parcela significativa deste mercado em rápida expansão, oferecendo uma solução que simplifica radicalmente a jornada do paciente através de três pilares fundamentais: especialização em edíveis de alta qualidade, integração vertical completa da experiência, e desenvolvimento de marca própria com produção regional que reduz custos em até vinte vezes.

## A Oportunidade Histórica

O Brasil atravessa um momento transformacional no mercado de cannabis medicinal. Em novembro de 2024, o Superior Tribunal de Justiça estabeleceu marco regulatório fundamental ao diferenciar cânhamo industrial da maconha psicoativa, determinando que produtos com menos de 0,3% de THC não são substâncias proscritas. Esta decisão judicial, com implementação até março de 2026, abre caminho para produção nacional e ampliação massiva do acesso.

Os números revelam um mercado em ebulição. De 2023 para 2024, o número de pacientes cresceu 56%, saltando de 430 mil para 672 mil pessoas. O valor do mercado expandiu 22% no mesmo período, passando de 699 milhões para 853 milhões de reais. As projeções indicam que o mercado brasileiro pode atingir 9,5 bilhões de reais apenas no segmento medicinal com regulamentação ampla, e até 26,1 bilhões considerando uso medicinal, industrial e veterinário nos próximos anos após regulamentação completa.

Mais de 2.180 produtos de cannabis já estão registrados no Brasil, com 413 empresas estrangeiras autorizadas a exportar para o país. No entanto, apenas um medicamento possui registro completo na ANVISA (Mevatyl), deixando o mercado dependente de importações individuais complexas e custosas. Esta é exatamente a dor que a CannVia resolve de forma elegante e escalável.

## O Problema Que a CannVia Resolve

O processo atual de acesso à cannabis medicinal no Brasil é fragmentado, burocrático e excludente. Um paciente que busca tratamento enfrenta múltiplas barreiras em uma jornada tortuosa. Primeiro, precisa encontrar um médico disposto e capacitado para prescrever cannabis

medicinal, algo desafiador dado o estigma persistente e a falta de educação médica sobre o tema. Após conseguir a consulta e receber a prescrição, enfrenta o desafio de identificar qual produto específico adquirir entre milhares de opções disponíveis internacionalmente.

A próxima etapa é ainda mais complexa: navegar pelo processo burocrático de importação individual. O paciente precisa providenciar documentação específica, preencher formulários da ANVISA, obter guias de importação, coordenar com fornecedores estrangeiros e lidar com alfândega. Este processo pode levar semanas ou meses, durante os quais permanece sem tratamento. Os custos são proibitivos para a maioria da população, com produtos variando de 10,95 reais até 2.089 reais por unidade, mais custos de importação e taxas diversas.

Quarenta e sete por cento dos pacientes brasileiros importam individualmente seus produtos, enfrentando todos esses desafios. Apenas 31,6% conseguem adquirir em farmácias autorizadas com estoque limitado, e 21,9% dependem de associações de pacientes que operam com recursos escassos. O resultado é que milhões de brasileiros que poderiam beneficiar-se do tratamento simplesmente não conseguem acesso, enquanto aqueles que conseguem pagam preços muito superiores ao necessário e enfrentam interrupções frequentes no fornecimento.

## A Solução CannVia: Integração Completa e Inteligente

A CannVia desenvolveu uma plataforma digital que integra toda a cadeia de acesso à cannabis medicinal em uma experiência fluida e acessível. O paciente baixa nosso aplicativo, realiza cadastro simples e seguro, e imediatamente tem acesso a uma rede curada de médicos especializados e capacitados em prescrição de cannabis medicinal. A plataforma facilita o agendamento e realização de consultas online, eliminando barreiras geográficas e reduzindo custos drasticamente.

Após a consulta, o médico emite a receita diretamente através da CannVia, já integrada ao sistema. O paciente então cadastra essa receita no aplicativo, onde nosso sistema automaticamente interpreta as necessidades terapêuticas e recomenda os produtos mais adequados do nosso catálogo. Este é um diferencial crítico: em vez de deixar o paciente navegar sozinho entre milhares de opções confusas, nossa inteligência de produto oferece recomendações personalizadas baseadas na prescrição médica específica.

A partir deste ponto, a CannVia assume toda a complexidade burocrática. Intermediamos automaticamente a emissão das guias de importação junto à ANVISA, gerenciamos a documentação necessária, coordenamos com fornecedores internacionais e acompanhamos o processo aduaneiro. O paciente simplesmente aguarda a entrega do produto em sua residência, recebendo atualizações em tempo real sobre o status da importação e entrega.

O catálogo inicial da CannVia foca estrategicamente em edíveis, produtos com maior aceitação, menor estigma e mais fácil administração para a maioria dos pacientes. Começamos importando produtos que já possuem registro ou autorização na ANVISA, aproveitando o fato de que centenas de produtos americanos já estão cadastrados e aptos para liberação sem burocracia

adicional. Esta estratégia permite operar imediatamente dentro do marco regulatório atual, sem depender de mudanças legislativas ou novas autorizações.

## Análise Competitiva e Posicionamento Estratégico

O mercado brasileiro de cannabis medicinal conta com diversos players estabelecidos que validam a oportunidade mas deixam lacunas significativas que a CannVia explorará estrategicamente.

### Competidores Principais

**Blis:** Lidera o mercado com 350 mil a 500 mil usuários conectados e mais de 500 mil downloads acumulados. Presente em mais de 1.800 cidades brasileiras, a Blis cobra 89 reais por consulta médica e oferece consulta, receita digital, autorização ANVISA e entrega em casa. Seu diferencial inclui plataforma bilateral com app separado para médicos (Blis Doctors) e foco em expandir o mercado além de doenças crônicas graves para bem-estar, ansiedade e estresse.

**Click Cannabis:** Demonstrou crescimento explosivo de sete vezes em 2024, encerrando o ano com 8 milhões de reais em faturamento. A empresa projeta 30 milhões para 2025 e representa aproximadamente 25% do tráfego digital do setor. Com estratégia de precificação agressiva (consultas a 30-50 reais), a Click já intermediou mais de 30 mil atendimentos e mantém rede de 55 médicos parceiros. A empresa investe pesadamente em marketing offline e online, com mais de 35 mil seguidores no Instagram e campanhas em outdoors, ônibus e táxis.

**CannaCare:** Fundada em 2023, demonstrou tração operacional sólida com GMV médio mensal crescendo de 92 mil reais no terceiro trimestre de 2023 para mais de 215 mil reais no mesmo período de 2024 (crescimento de 130%). Seu diferencial estratégico é a integração logística através de hub nos Estados Unidos que dobrou sua margem bruta.

**Gravital:** Primeira clínica médica especializada em cannabis do Brasil desde 2019, opera modelo predominantemente presencial com seis unidades físicas. Realizou quase 7 mil consultas com mais de 30 médicos de mais de 10 especialidades. A empresa evoluiu para incluir franquias e lançou o Clube Gravital, primeiro serviço de saúde por assinatura focado em cannabis no Brasil, com mais de 300 membros em três meses.

### Oportunidades Competitivas para a CannVia

Nenhum competidor atual implementou estratégia completa de marca própria com produção regional em Colômbia ou Paraguai. Esta é lacuna estratégica crítica que a CannVia explorará para criar vantagem de custo insurmontável. Com produtos vinte vezes mais baratos para produzir, podemos simultaneamente oferecer preços mais acessíveis aos pacientes e capturar margens brutas de 60-70%, versus margens de 30-40% dos competidores dependentes de importação americana.

O foco da CannVia em edibles como categoria inicial é oportunidade diferenciada. Embora óleos dominem atualmente (80% das prescrições), edibles têm aceitação crescente (55% das prescrições já incluem gummies) e são produtos de maior valor agregado com margens superiores. Nenhum competidor posiciona-se especificamente como especialista em edibles.

A integração verdadeiramente completa da jornada desde consulta até entrega é mais profunda que qualquer competidor individual. A Blis e a Click Cannabis oferecem integração satisfatória mas ainda dependem de fornecedores e logística de terceiros. A Gravital oferece consulta premium mas não possui marketplace. A CannVia será a única a controlar e otimizar cada etapa da experiência do paciente.

O timing de entrada é excepcionalmente favorável. Estamos entrando quando o mercado já está validado e crescendo rapidamente, mas antes da consolidação total. A Blis e a Click ainda estão em fase de crescimento acelerado, não de dominância absoluta. Com centenas de milhares de pacientes entrando no mercado anualmente (56% de crescimento em 2024), existe oportunidade de capturar novos usuários sem necessariamente conquistar usuários dos competidores estabelecidos.

# Estratégia de Diferenciação em Três Fases

## Fase 1: Entrada com Especialização em Edibles (Meses 0-3)

Na fase inicial, a CannVia estabelece paridade com competidores principais em funcionalidades essenciais: consultas médicas online acessíveis, intermediação de autorização ANVISA, facilitação de importação e entrega em casa. Nosso pricing de consultas será estrategicamente posicionado entre Blis (89 reais) e Click Cannabis (30-50 reais), provavelmente em torno de 60-70 reais, sugerindo qualidade superior à Click enquanto mais acessível que Blis.

O diferencial crítico nesta fase é especialização em edibles. Enquanto competidores oferecem primariamente óleos, a CannVia posiciona-se como especialista em edibles de alta qualidade. Edibles oferecem vantagens específicas: dosagem mais precisa e consistente, maior discrição no consumo, sem estigma associado a óleos, sabor mais palatável, e absorção mais lenta criando efeitos mais estáveis.

Durante estes três meses, a CannVia executará intensivamente: validação de Product-Market Fit através de primeiros 500-1.000 usuários, coleta de feedback detalhado sobre cada etapa da jornada, teste e otimização de unit economics incluindo CAC e LTV, construção de relacionamentos com médicos prescritores especializados, estabelecimento de parcerias com fornecedores de edibles nos Estados Unidos, e refinamento de tecnologia de recomendação de produtos baseada em prescrições.

## Fase 2: Diferenciação através de Marca Própria Regional (Meses 3-12)

Com validação clara do modelo e dados de preferências de pacientes, a CannVia executará a transição transformadora para marca própria. Esta é a jogada estratégica que cria distância competitiva insuperável. Estabeleceremos parcerias de manufatura na Colômbia ou Paraguai para produzir linha própria de edibles. A Colômbia é escolha preferencial inicialmente dado seu ecossistema regulamentado maduro desde 2017, infraestrutura estabelecida, e reputação crescente como produtor de qualidade.

Os números são definitivos: custo de produção vinte vezes menor que Estados Unidos ou Canadá significa que a CannVia pode produzir produtos com margem bruta de 60-70% enquanto ainda oferece aos pacientes preços 30-40% menores que produtos importados americanos. Esta vantagem de custo não é incremental, é transformacional. Permite múltiplas estratégias competitivas simultâneas: competir agressivamente em preço se necessário para ganhar market share, investir mais em educação médica e marketing mantendo margens saudáveis, ou capturar margens superiores se o mercado aceita pricing premium por qualidade e consistência.

Paralelamente, a CannVia continuará oferecendo produtos importados americanos para pacientes que preferem marcas estabelecidas ou produtos específicos não disponíveis em nossa linha própria. Esta estratégia dual maximiza cobertura de mercado e permite comparação direta de margens. Com o tempo, podemos direcionar gentilmente pacientes para produtos de marca própria através de incentivos de preço, recomendações de médicos, e demonstração de

qualidade equivalente ou superior.

### **Fase 3: Consolidação e Economia de Escala (Meses 12-24)**

Com marca própria estabelecida e base de usuários crescente, a CannVia focará em consolidar posição de mercado e extrair economias de escala. Expandiremos linha de produtos de marca própria para cobrir mais indicações, dosagens e perfis de canabinoides. Potencialmente desenvolveremos produtos exclusivos não disponíveis de competidores, criando diferenciação real e fidelização através de inovação de produto.

Investiremos em brand building agressivo para estabelecer a CannVia como sinônimo de edíveis de cannabis medicinal de alta qualidade e acessível. Histórias de sucesso de pacientes, testimonials, estudos de caso, e potencialmente ensaios clínicos próprios ou em parceria com universidades criarão credibilidade científica e médica robusta.

Otimizaremos operações logísticas reduzindo custos e tempos de entrega. Com volume maior, negociaremos termos melhores com parceiros fabricantes, transportadores e despachantes. Potencialmente estabeleceremos estoque local no Brasil reduzindo tempo de entrega de semanas para dias, transformando radicalmente a experiência do usuário.



## Vantagens Competitivas Defensáveis da CannVia

A CannVia constrói múltiplas camadas de vantagem competitiva que se reforçam mutuamente criando posição defensável no mercado.

A primeira vantagem é **integração vertical verdadeiramente completa da jornada do paciente**. Enquanto soluções existentes resolvem partes isoladas do problema, a CannVia integra toda cadeia de valor em experiência única e fluida. Somos únicos em controlar e otimizar cada etapa desde consulta médica até entrega de produtos de marca própria em casa.

A segunda vantagem é **efeito de rede bilateral** que construímos entre pacientes e médicos. Cada novo paciente na CannVia torna a plataforma mais atraente para médicos que ganham acesso a mais pacientes qualificados. Cada novo médico torna a plataforma mais valiosa para pacientes que têm mais opções, menores tempos de espera, e maior especialização. Este efeito de rede cria barreiras de entrada crescentes para competidores.

A terceira vantagem e mais transformacional é **estratégia de custo através de manufatura em mercados de baixo custo**. Quando tivermos marca própria produzida na Colômbia ou Paraguai, teremos estrutura de custos fundamentalmente superior a qualquer competidor dependente de importação americana ou canadense. Custos de produção vinte vezes menores não são vantagem incremental, são vantagem estrutural que cria flexibilidade estratégica impossível para competidores replicarem rapidamente.

A quarta vantagem é **dados e inteligência de produto** que acumulamos. Cada prescrição médica, cada compra, cada feedback de paciente nos dá insights sobre eficácia, preferências, e necessidades não atendidas. Conforme acumulamos milhares de pontos de dados, podemos otimizar recomendações de produtos aumentando satisfação, desenvolver produtos proprietários que atendem necessidades específicas identificadas, e criar relacionamentos mais profundos através de personalização crescente.

A quinta vantagem é **especialização em edibles como categoria de produto**. Enquanto o mercado atual é dominado por óleos, edibles têm aceitação crescente e são produtos de maior valor agregado com margens superiores. Nosso foco desde o início em entender e otimizar experiência de edibles nos posiciona como especialistas quando o mercado inevitavelmente cresce nesta direção.

A sexta vantagem é **timing e posicionamento regulatório favorável**. Estamos entrando no mercado exatamente quando regulamentação está evoluindo favoravelmente mas antes da consolidação total. O prazo do STJ até março de 2026 criará explosão de oportunidades, mas a CannVia estará estabelecida com base de usuários, marca reconhecida, e operações provadas quando isso acontecer.

## Modelo de Negócio e Economia de Unidade

A CannVia opera em modelo de marketplace com múltiplas fontes de receita complementares. A primeira e principal fonte é **margem sobre produtos**. Na fase inicial, atuamos como intermediários facilitadores entre fornecedores internacionais e pacientes brasileiros, capturando margem de 30-40% sobre preço de custo. Com transição para marca própria produzida em Colômbia ou Paraguai, margens brutas sobre produtos expandem dramaticamente para 60-70% devido a custo de produção vinte vezes menor.

A segunda fonte de receita é **taxa por consulta médica**. Conectamos pacientes a médicos qualificados e cobramos taxa significativamente menor que custos tradicionais de consulta presencial. Começamos em 60-70 reais por consulta. No entanto, a estratégia de longo prazo pode envolver subsidiar ou eliminar taxa de consulta uma vez que marca própria está estabelecida, já que margens de produto (60-70%) justificam usar consultas como ferramenta de aquisição.

A terceira fonte é **taxa de facilitação da documentação de importação** junto à ANVISA. Nossa automação torna este serviço muito mais eficiente. Podemos cobrar 50-100 reais por processo de importação pela conveniência e garantia de documentação correta. Para usuários fazendo múltiplas importações por ano, esta receita é recorrente.

Fontes potenciais adicionais incluem **programa de assinatura premium** oferecendo benefícios como consultas ilimitadas, descontos em produtos e prioridade no suporte, similar ao Clube Gravital. Com pricing de 200-300 reais mensais e adesão de 10% da base de usuários, esta fonte adiciona receita recorrente significativa e aumenta lifetime value dos clientes.

## Métricas Fundamentais e Economia de Unidade

O valor médio por paciente no mercado atual é aproximadamente **1.270 reais por ano**, derivado de dividir tamanho de mercado de 853 milhões por 672 mil pacientes. A CannVia espera manter ou até aumentar este valor médio devido a produtos mais acessíveis aumentando volume de compras.

O **custo de aquisição de cliente (CAC)** é estimado entre 200 e 400 reais por usuário através de combinação de marketing digital direcionado, parcerias com associações de pacientes, educação médica criando referrals, e programa de referral de usuários existentes. À medida que marca se estabelece e efeitos de rede aumentam, CAC deve diminuir para 150-250 reais devido a maior awareness de marca, mais referrals orgânicos, e maior eficiência em canais pagos.

O **valor vitalício do cliente (LTV)** é excepcionalmente alto devido à natureza crônica dos tratamentos. Pacientes permanecem em terapia por anos. Assumindo taxa de retenção anual de 70% (conservadora dado que tratamentos crônicos têm alta stickiness), valor médio de 1.270 reais por ano, e margem bruta de 65% com marca própria, o LTV é calculado como:

- Ano 1:  $1.270 \times 0,65 = 826$  reais

- Ano 2:  $1.270 \times 0,65 \times 0,70 = 578$  reais
- Ano 3:  $1.270 \times 0,65 \times 0,70^2 = 405$  reais
- **Total LTV primeiros 3 anos: 1.809 reais**

Com CAC de 200-400 reais, a **razão LTV/CAC é 4,5-9x**, extremamente saudável. Em horizonte de 5 anos, LTV aumenta para mais de 3.000 reais, resultando em razão LTV/CAC de 7,5-15x, demonstrando economia de unidade excepcional que suporta crescimento acelerado sustentável.

## Projeções Financeiras e Potencial de Escala

O tamanho do mercado endereçável fundamenta nossas projeções e justifica a ambição da CannVia. Com 672 mil pacientes atuais crescendo 56% ano sobre ano, projetamos base de pacientes total no Brasil atingindo 1 milhão até final de 2026, 1,8 milhões em 2027, e 2,5 milhões até 2028. Estas projeções são conservadoras considerando que potencial estimado é 6,9 milhões de brasileiros que poderiam beneficiar-se de cannabis medicinal.

Se a CannVia capturar 5% deste mercado até 2026, teremos 50 mil usuários ativos na plataforma. Com 8% de penetração em 2027, atingiríamos 144 mil usuários. Com 10% de penetração em 2028, chegaríamos a 250 mil usuários ativos.

### Projeções por Ano

#### Ano 1 (2026) - Fase Importação:

- Usuários ativos final do ano: 10-15 mil
- Volume transacionado: 12,7-19 milhões de reais
- Receita bruta (margem 35%): 4,4-6,7 milhões de reais
- Custos operacionais fixos: 1,5-2 milhões de reais
- Lucro operacional: 2,9-4,7 milhões de reais (margem 23-25%)

#### Ano 2 (2027) - Transição para Marca Própria:

- Usuários ativos final do ano: 40-50 mil
- Volume transacionado: 50,8-63,5 milhões de reais
- Receita bruta (margem crescendo de 35% para 60%): 28-38 milhões de reais
- Custos operacionais fixos: 3-4 milhões de reais
- Lucro operacional: 20-30 milhões de reais

#### Ano 3 (2028) - Consolidação e Escala:

- Usuários ativos final do ano: 100-150 mil
- Volume transacionado: 127-190 milhões de reais
- Receita bruta (margem 65% com marca própria dominante): 82-124 milhões de reais
- Custos operacionais fixos: 5-7 milhões de reais
- Lucro operacional: 77-117 milhões de reais (margem 61%)

Estas projeções assumem execução bem-sucedida em cada fase, ausência de choques regulatórios negativos, e captura de market share consistente com posicionamento competitivo. Representam cenário base realista, não cenário otimista. No cenário conservador com execução média ou desafios competitivos, números seriam menores mas ainda extremamente atrativos.

## Contexto Regulatório Favorável

A CannVia opera dentro do marco regulatório atual estabelecido pela RDC 327/2019 e RDC 660/2022 da ANVISA. Nossa estratégia inicial de importar produtos já registrados ou autorizados elimina o maior risco regulatório. Estamos trabalhando dentro de regras existentes e comprovadamente funcionais utilizadas por centenas de pacientes atualmente.

A decisão do STJ de novembro de 2024 criou certeza regulatória crescente e abre caminho para produção nacional futura. O Incidente de Assunção de Competência (IAC 16) fixou três teses fundamentais: cânhamo industrial com THC menor que 0,3% não é substância proscrita, é possível concessão de autorização sanitária para plantio e cultivo de cânhamo por pessoas jurídicas, e finalidade deve ser exclusivamente medicinal e farmacêutica.

A ANVISA está ativamente atualizando RDC 327/2019 através de consulta pública. As principais propostas são todas na direção de maior facilidade e acesso: renovação da autorização por mais cinco anos, ampliação de vias de administração, prescrição ampliada para cirurgiões-dentistas, aumento do limite de THC de 0,2% para 0,3%, simplificação de prescrição, e publicidade restrita a prescritores. Todas estas mudanças facilitam o modelo de negócio da CannVia.

## CannVia: Construindo o Futuro do Acesso à Cannabis Medicinal

A CannVia está construindo a infraestrutura essencial que faltava para democratizar acesso à cannabis medicinal no Brasil. Nossa plataforma integrada resolve problemas fundamentais que mantêm milhões de brasileiros sem acesso a tratamentos que poderiam transformar suas vidas: fragmentação da jornada, complexidade burocrática, custos proibitivos e falta de orientação especializada.

O timing é excepcionalmente favorável. Entramos no mercado quando regulamentação está evoluindo positivamente mas antes da competição intensa que inevitavelmente surgirá. Nossa estratégia faseada minimiza riscos enquanto maximiza velocidade de aprendizado e captura de mercado. Começamos com produtos já autorizados para validar rapidamente, focamos em edíveis como diferenciação inicial, e então capturamos margens extraordinárias através de marca própria produzida regionalmente a custos transformacionalmente menores.

As vantagens competitivas que a CannVia constrói são profundas e defensáveis: integração vertical completa da experiência, efeitos de rede bilaterais crescentes, estrutura de custos fundamentalmente superior através de manufatura regional, acúmulo de dados e inteligência sobre eficácia de produtos, especialização em edíveis como categoria de alto crescimento, e posicionamento de first-mover em mercado emergente de crescimento explosivo.

O mercado endereçável é imenso. De 672 mil pacientes hoje para potencial de 6,9 milhões de brasileiros que poderiam beneficiar-se, de 853 milhões de reais hoje para potencial de 26 bilhões com regulamentação completa. Mesmo capturando frações pequenas deste mercado nos próximos anos, a CannVia construirá negócio de centenas de milhões de reais em receita com margens saudáveis de 60-70% e crescimento sustentável de longo prazo.

Os primeiros três meses são críticos para provar execução fluida, eficiente e lucrativa de toda jornada do paciente. Com validação confirmada, executaremos transição agressiva para marca própria aproveitando janela de oportunidade antes de competidores copiarem estratégia. Nos próximos 24-36 meses, consolidaremos posição como uma das três principais plataformas de cannabis medicinal no Brasil.

A CannVia está uniquely positioned para capturar oportunidade transformacional. A combinação de timing perfeito, estratégia diferenciada, vantagens competitivas defensáveis, e mercado endereçável imenso cria oportunidade de construir negócio de centenas de milhões de reais em valor nos próximos anos. Executando com disciplina, foco no paciente, e iteração rápida baseada em dados, democratizaremos acesso à cannabis medicinal para milhões de brasileiros enquanto construímos negócio extremamente lucrativo e escalável.

**CannVia: Transformando acesso em cuidado, complexidade em simplicidade, e esperança em tratamento.**