

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento



PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales
1 (3J02D)**

Evaluación comercial de Canadá para cerveza My Pride

PRESENTAN

Programas Educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Andrea Isabel Piñera Alcaraz.

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Mariana Verduzco Anguiano.

Lic. en Relaciones Internacionales Paulina Maldonado Cárdenas.

Lic. en Ingeniería Industrial, Jorge Daniel Rojas Inocencio.

Profesor PAP: Graciela del Carmen Velasco Gutiérrez

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo 2022

ÍNDICE

CONTENIDO:

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
RESUMEN:	2
1. Introducción:	2
1.1. Objetivos:	2
1.2. Justificación:	2
1.3 Antecedentes:	3
1.4. Contexto:	4
2. Desarrollo:	5
2.1. Sustento teórico y metodológico	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto:	5
3. Resultados del trabajo profesional:	16
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto:	16
5. Conclusiones:	24
6. Bibliografía:	25

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los *Proyectos de Aplicación Profesional (PAP)* son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

RESUMEN:

El principal objetivo de este trabajo es identificar los deseos y acciones esperadas de la marca My Pride y a su vez observar e implementar el camino a desarrollar para llegar a los resultados buscados. En este trabajo se busca realizar una investigación del mercado canadiense para evaluar si es viable introducir sus productos al país tanto la cerveza como el tequila, a su vez se espera obtener conocimiento sobre los requisitos y pasos a seguir para realizar la exportación a dicho país. También se incluye una búsqueda de posibles eventos en los cuales poder dar a conocer la marca y los canales ideales para distribuir sus productos y comenzar a expandirse en Canadá.

1. Introducción:

1.1. Objetivos:

Se busca definir los pilares principales de la empresa en cuestión organizacional logrando una estabilidad en las áreas de la compañía, investigando sobre el mercado de interés en el que desea introducir sus productos brindando las herramientas necesarias para que la empresa tenga las bases para lograr una exportación exitosa.

1.2. Justificación:

My Pride es una marca con un giro social ya que surge de la idea de llevar productos de gran calidad a un nicho de mercado muy importante con un gran potencial de compra, por lo que

se tiene como objetivo principal, el ser la primera cerveza artesanal incluyente y por ende, el satisfacer las necesidades de la Comunidad LGBT con productos que se consideren exclusivos para ellos, el cual les da una satisfacción el ver que existen empresas que se preocupan y apoyan dicho movimiento.

Los beneficios esperados de este gran proyecto es que las personas de la comunidad LGBT, se sientan incluidos, aceptados e identificados con este producto, es por eso que la empresa piensa en expandirse y darse a conocer más internacionalmente, para alcanzar sus metas y objetivos.

Junto con estos ideales del producto, My Pride busca ampliarse a nuevos mercados, empezando con la exportación internacional, específicamente a Estados Unidos y Canadá. Este proyecto crea un gran impacto en el interior de la empresa, en cuanto a las personas que la conforman, tanto al empresario como lo es el Señor Ricardo Mercado, como al equipo, ya que se sienten identificados con este producto que los enorgullece ser parte.

Como estudiantes y al frente de este proyecto, es una gran responsabilidad desarrollar dicho proyecto, donde se observa que el mercado de la cerveza y el tequila es muy competitivo y se podría decir que muchas marcas ya está posicionadas, es por eso que la marca My Pride siendo nueva, es única, donde los alumnos se sienten parte de ella, esperando obtener una buena aceptación del mercado y lograr el objetivo que es ser la primera cerveza y tequila incluyente.

1.3 Antecedentes:

La compañía inició en 2013 la venta de cerveza artesanal con la ayuda de una empresa maquiladora, con el deseo de pronto iniciar con su propia producción, extendiendo su mercado tanto de manera nacional como internacional. Buscando apoyo en la investigación de los requisitos y procesos necesarios para lograr expandirse al mercado canadiense, con el pasar del tiempo y de darse cuenta que la cerveza y la marca son realmente un éxito, la empresa My Pride está creciendo tanto y teniendo tanta demanda que es por eso que se tomó la decisión este año el 2022, de desarrollar su propia planta para crear cerveza.

El empresario y dueño de la empresa, el Señor Ricardo Mercado, a partir de este año 2022, decidió incorporar un nuevo producto que es el tequila, de la misma marca, donde este será maquilado. Este nuevo producto nace de la necesidad de expandirse con nuevos mercados y ampliar su cartera de productos, también de la gran demanda que sus mismos compradores le piden.

1.4. Contexto:

En esta empresa se enfoca en la comunidad LGBT ya que el 11% de la población en México pertenece a esta comunidad. Este mercado es muy potencial, con un gran alcance y capacidad de crecimiento.

Es una empresa innovadora que ofrece productos de calidad y precio. My Pride se mueve en un ambiente muy selecto, queriéndose dar a conocer que es una empresa que se enfoca en los valores como lo es Respeto, amor, orgullo, igualdad y sobre todo derechos, mismos que la empresa estará aplicando tanto dentro y fuera de ella.

La comunidad LGBT es un sector donde usualmente hay poder adquisitivo, es por eso que la cerveza y el tequila My Pride, se enfoca en las clases A/B: Clase Alta, C+: Clase Media Alta, C: Clase Media, por su precio al mercado.

My Pride es una empresa que está lista para internacionalizarse, es por eso que se seleccionó el país de Canadá ya que se sabe que es un mercado maduro, competitivo y concurrido, el mercado de Canadá se concentra en sus principales ciudades que son Toronto, Montreal, Vancouver y Alberta. En estas ciudades se centran los principales festivales especializadas, nacionales e internacionales, como lo es el Gay Village & Queer West Village de Toronto, Le Village gai de Montréal, Avenida Jasper de Edmonton y Osborne Village de Winnipeg. También hay ferias internacionales reconocidas que son Festival Mundial de la Cerveza de Montreal y Feria de Alimentos, Vinos y Licores de Alta Calidad en Toronto.

2. Desarrollo:

2.1. Sustento teórico y metodológico

En este proyecto se han puesto en práctica muchos conceptos aprendidos en materias anteriores, entre ellas la materia de clasificación arancelaria la cual permitió aplicar los conocimientos para encontrar la fracción arancelaria indicada al producto, el cual consiste en una codificación numérica sistematizada que contiene la descripción de las mercancías, los requisitos que deben cumplirse para su internación a un país y el porcentaje de impuestos que deben cubrirse.

La materia de investigación de mercado aplicada a la búsqueda de la cerveza y del tequila, ya que consiste en la investigación basada en un análisis del entorno y las acciones que realizan los consumidores, ya que este es básico para el éxito de una empresa.

Como bien se menciona la empresa se quiere centrar en Canadá es por eso que también se investigaron las tendencias de mercado, específicamente en el consumo de estos productos, ya que son aquellas tendencias en la cual un mercado se mueve en una dirección particular y específica.

El perfil del perfil del consumidor se investigó muy a fondo ya que va directamente a un sector muy específico como lo es la comunidad LBT. Las iniciales LGBT se han utilizado para denominar de forma inclusiva a todos los individuos y a las comunidades que se identifican como lesbianas, gay, bisexuales o transgénero o aquellos/as que tienen dudas acerca su sexualidad y/o identidad de género.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto:

- **Descripción del proyecto:**

En este proyecto se busca resolver la problemática de la empresa My Pride, que consta de convertir a la empresa nacional en una internacional, comercializando sus productos en el extranjero. My Pride cuenta con productos como lo es la cerveza artesanal y el tequila 100% de agave, buscando la oportunidad de exportar para Canadá.

Dentro de la investigación se buscó dar una solución viable al proyecto, es por eso que se desarrollaron puntos claves paso a paso, para poder concluir con datos reales dicho proyecto, es por eso que se tomaron temas a desarrollar con profundidad como lo son del producto, mercado, comercialización, logística, legal y finanzas. Cada uno de estos puntos constan de subpuntos, donde claramente se enfocan en el objetivo central, buscando las mejores opciones para My Pride.

- **Plan de trabajo:**

Para el plan de trabajo se desarrolló en la plataforma de Excel un documento que enlista todas y cada uno de los puntos a desarrollar durante el curso, para no dejar por alto algún tema.

Para crear este cronograma se organizaron dos sesiones grupales al inicio del curso, donde se leyó con claridad cada uno de los puntos a desarrollar, poniendo una “X” en cada punto cuadrando con su respectiva fecha de cumplimiento. El empresario Ricardo Mercado proporcionó información muy valiosa de la empresa, como temas de cómo está compuesta la empresa y las fichas técnicas de los productos, para esos puntos se les dio prioridad en poner la “X” ya que es información básica de tener, posteriormente se tomaron en cuenta los demás puntos y se trató de realizar una repartición justa entre el trabajo y el tiempo, tomando todos y cada uno de estos puntos ya que son de suma importancia.

- **Las actividades que se consideran: profesionales, técnicas, operativas, otras (especificar).:**

		Cronograma															
FECHAS PLANEADAS DÍAS DE REALIZACIÓN																	
ACTIVIDADES	Responsable	ENERO		FEBRERO				MARZO				ABRIL				Mayo	
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S-12	S-13	S-14	S-15	S-16
		L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V
		17 al 21	24 al 28	31 al 04	07 al 11	14 al 18	21 al 25	28 al 04	07 al 11	14 al 18	21 al 25	28 al 01	04 al 08	18 al 22	25 al 29	02 al 06	09 al 13
1. EMPRESA -																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
1.1 Información General de la Empresa.	ANDREA	x															
1.1.1 Antecedentes y Situación Actual de la Empresa. (ANÁLISIS DEL DIAGNOSTICO)	PAULINA	x															
1.1.2 Razón Social.	MARIANA		x														
1.1.3 Organigrama.																	
1.1.4 Descripción de Puestos Clave.																	
1.2 Conciencia Exportadora.		MARIANA		x													
1.2.1 Misión.	JORGE								x								
1.2.2 Visión.	ANDREA								x								
1.2.3 Valores	PAULINA								x								
1.2.4 Objetivos.	MARIANA			x													
1.2.4.1 Generales	JORGE			x													
1.2.4.2 Específicos	ANDREA			x													
2. PRODUCTO - Del XX al 0XX del mes XX																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
2.1 Características del Producto.	MARIANA			x													
2.1.1 Descripción Técnica y Fracción Arancelaria.	JORGE				x												
2.1.2 Descripción Cualitativa. (para alimentos y bebidas Descripción Sensorial) (PROBAR EL PRODUCTO Y DESCRIBIRLO SENSORIALMENTE)																	
2.1.3 Registros de Marca y Patentes. (ACLARAR EN QUE YA TIENE PATENTE Y SUS CARACTERÍSTICAS, E INVESTIGAR PROTOCOLOS PARA CANADÁ EN REGISTROS MARCA)	MARIANA																
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados. (REVISAR SI HAY REGULACIONES O LIMITACIONES)		JORGE															
2.2.1 Capacidad de Producción y Oferta	PAULINA							x									
2.2.2 Mercado Internacional.	ANDREA					x	x										
2.3 Formulación de Precios de Exportación.	JORGE																
2.3.1 Costos.	PAULINA																
2.3.2 Precio Ex Works.	MARIANA																
3. MERCADO -																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
3.1 Industria.	JORGE				x	x											
3.1.1 Información General del Sector o Industria.	PAULINA				x	x											
3.1.1.1 Tamaño.	MARIANA				x	x											
3.1.1.2 Tendencias de Crecimiento.	ANDREA				x	x											
3.2 Investigación de Mercado.		PAULINA			x	x											
3.2.1 Perfil del Consumidor.	ANDREA				x	x											
3.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado.	JORGE				x	x											
3.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias.	MARIANA				x	x											
3.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado.	JORGE				x	x											
3.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado.	PAULINA				x	x											
3.2.3.2 Competidores:	ANDREA				x	x											
3.2.3.2.1 Listado. (APOYARSE EN LOS PUNTO 2.3, 2.3.1 Y 2.3.2)	TODOS				x	x											
3.2.3.2.2 Precios.	JORGE				x	x											
3.2.3.2.3 Distribución.	ANDREA				x	x											
3.2.3 Selección del Mercado.	PAULINA				x	x											

3.3 Canales de Distribución.	MARIANA
3.3.1 Identificar la cadena de distribución	ANDREA
3.3.2 Estrategias de Distribución.	JORGE
3.3.3 Directorio de contactos	PAULINA
4. COMERCIALIZACIÓN	
Tiempo Real de la realización del apartado	
4.1 Estrategia de producto / marca.	ANDREA
4.1.1 Propuesta de valor / Estrategia de posicionamiento.	MARIANA
4.2 Plan de Marketing.	JORGE
4.2.1 Lista de precios.	JORGE
4.2.2 Políticas y términos de venta.	ANDREA
4.2.3 Ferias y promoción.	PAULINA
5. LOGÍSTICA	
Tiempo Real de la realizaión del apartado	
5.1 Selección del Medio del Transporte.	MARIANA
5.1.1 Identificación del Medio Adecuado.	ANDREA
5.1.1.1 Tabla comparativa.	JORGE
5.1.1.2 Toma de Decisión.	TODOS
5.1.2 Diseño de la Ruta.	PAULINA
5.1.2.1 Empaque y Embalaje.	PAULINA
5.1.2.2 Cubicaje.	MARIANA
5.1.2.3 Selección del Transporte.	TODOS
5.1.2.4 Determinación de los Agentes Aduanales.	ANDREA
5.2 Regulaciones.	PAULINA
5.2.1 Arancelarias.	ANDREA
5.2.2 No Arancelarias.	MARIANA
5.3 Documentación para Exportar.	PAULINA
6. LEGAL	
Tiempo Real de la realización del apartado	
6.1 Prácticas Contractuales.	JORGE
6.1.1 Contrato de Compra-Venta Internacional.	PAULINA
6.1.2 Formas de pago	ANDREA
7. FINANZAS	
Tiempo Real de la realización del apartado	
7.1.1 Pronóstico de ventas del producto y del mercado.	JORGE
7.1.2 Proyección Financiera Mercado de Exportación.	MARIANA
7.1.3 Estado de resultados.	ANDREA
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Tiempo Real de la realización del apartado	
8.1. Conclusiones	TODOS
8.2. Recomendaciones	TODOS

- **Materiales:** Computadora, accesibilidad a internet.
- **Tecnológicos:** Acceso a plataformas especializadas como Canvas para subir los avances del documento final, Passport para información sobre el mercado, Trade Wizard para exportaciones e importaciones a nivel internacional, SIICEX, para obtener la fracción arancelaria.
- Fechas previstas: Dentro del semestre y como parte de las actividades de seguimiento adicional a las asesorías, se tuvieron diversas reuniones con la empresa programadas a lo largo del semestre.
 - **Jueves 20 de Enero:** Presentación del equipo con Ricardo.
 - **Lunes 31 de Enero:** Cita con Ricardo.
 - **Lunes 14 de Febrero:** Cita con Ricardo.
 - **Lunes 21 de Febrero:** Cita con Ricardo.
 - **Lunes 28 de Febrero:** Cita con Ricardo.
 - **Jueves 10 de Marzo:** Presentación de Medio Curso.
 - **Lunes 14 de Marzo:** Cita con Ricardo.
 - **Viernes 25 de Marzo:** Cita con Ricardo y contacto canadiense.
 - **Lunes 4 de Abril:** Cita con Ricardo.
 - **Lunes 25 de Abril:** Preparación para presentación final.
 - **Lunes 2 de Mayo:** Preparación para presentación final.
 - **Jueves 12 de Mayo:** Presentación final.

- **Desarrollo de propuesta de mejora:**

Para poder lograr una propuesta de mejora para este proyecto se realizaron varias actividades y recopilación de información, lo cual se desarrollaron los principales puntos, que fueron:

1. Ficha técnica de cerveza y ficha técnica del tequila: Esta información fue proporcionada por el empresario Ricardo Mercado, el cual fue muy útil ya que son fichas donde se engloba la información general de cada producto, como los grados de alcohol, medidas, diseño, etc.

FRENTE LATERAL DERECHO 	DATOS TÉCNICOS:	
	NOMBRE COMERCIAL:	MY PRIDE
	ESTILO:	PILSNER
	GRADOS DE ALCOHOL:	5.2%
	CAPACIDAD:	355 ML
	IBU:	35
	SRM:	6
	COLOR:	CLARO

VUELTA LATERAL IZQUIERDO 	ELABORACIÓN:	
	COMPOSICIÓN:	100% MALTA DE CEBADA, AGUA, LÚPULO Y LEVADURA.
	LÚPULO BASE:	HALLERTAU
	FERMENTACIÓN:	BAJA
	TEMPERATURA:	12°C
	DURACIÓN:	8 A 10 DÍAS
	CARBONATACIÓN:	2.80
	MADURACIÓN:	30 DÍAS ta 2.5°C
	VIDA EN ANAQUEL:	12 MESES
	ELABORADO POR:	CERVECERÍA ARTESANAL PERLA DE OCCIDENTE PRÓXIMAMENTE: IDENTIDAD CERVECERA

		NOMBRE COMERCIAL: COMERCIALIZADORA EL GRAN ORGULLO S.A DE C.V
--	---	---

	DATOS TÉCNICOS	
	ELABORACIÓN:	AGAVE AZUL (TEQUILANA WEBER) 100% AGAVE
	TIPO:	CRISTALINO REPOSADO
	MADURACIÓN EN BARRICA DE ROBLE:	3 MESES
	GRADOS DE ALCOHOL	40% ALCOHOL VOLUMEN
	PRESENTACIÓN DE ALCOHOL:	.750 ML
	ELABORADO Y ENVASADO POR:	AUTENTICA TEQUILERA SA DE CV NOM 1502 CRT

2. Fracción arancelaria: Para poder obtener las fracciones arancelarias de los productos del tequila y la cerveza fueron buscadas en la plataforma de siicex caaarem, lo cual es un portal que tiene el propósito de que todas las personas interesadas en obtener información sobre comercio exterior tengan documentos relevantes y actualizados, los resultados obtenidos fueron los siguientes:
- Cerveza de malta: 22030001.

- Tequila: 220899099(01)

3. Registros de marca: La cerveza y el tequila ya están registrados actualmente en México y Estados Unidos, se encuentra en proceso de registro de marca en Canadá. Para la confirmación de estas marcas se hizo una búsqueda ante IMPI, para México y en USPTO para Estados Unidos, lo cual estas plataformas te brindan la siguiente información:

- **Cerveza:**

REGISTRO DE MARCA	MIXTA	2404338	2180405	MY PRIDE	32	
-------------------	-------	---------	---------	----------	----	---

- **Tequila:**

REGISTRO DE MARCA	MIXTA	2418976	2185251	MY PRIDE	33	
-------------------	-------	---------	---------	----------	----	---

- **Registros que tienen en Estados Unidos en USPTO (cerveza):**

4	90248632	6605322	MY PRIDE	TSDR	LIVE
---	----------	---------	----------	------	------

- **Registro de marca de Tequila My Pride en Estados Unidos:**

3	90309223	6611264	MY PRIDE	TSDR	LIVE
---	----------	---------	----------	------	------

4. Mercado internacional: El mercado internacional es muy atractivo para My Pride, ya que se enfoca en Canadá, donde el equipo se dio a la tarea de investigar e indagar más acerca de dicho mercado con los productos antes mencionados, que son la cerveza y el tequila.

Se basaron en plataformas muy enriquecedoras donde se encontró información muy valiosa, se investigó en OEC World, que menciona que en el 2019 Canadá exportó \$116M en Cerveza de malta, convirtiéndose en el exportador número 19 de Cerveza de malta en el mundo. En el mismo año, la cerveza de malta fue el producto número 453 más exportado en Canadá.

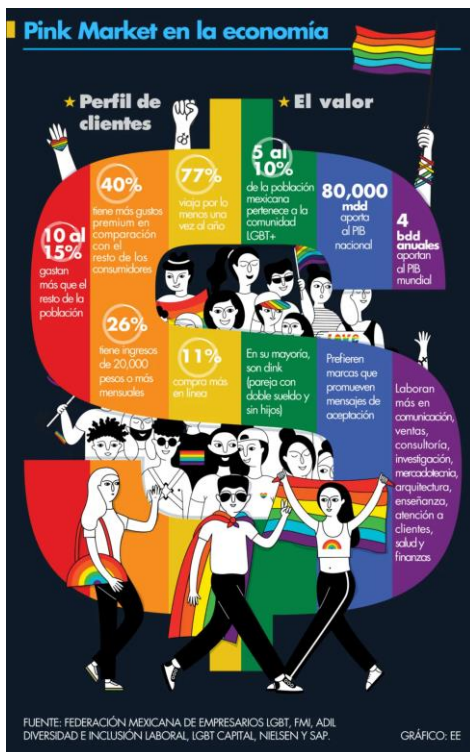
5. Industria: Tomando en cuenta que los productos estrellas son el tequila y la cerveza, se basa en empaparse acerca de dichas industrias, apoyándonos en plataformas como el INEGI, que nos lanza unas cifras de crecimiento con una tasa de crecimiento promedio anual para ese periodo fue de 6.7%. En el caso de la industria tequilera se consiguió la información del Consejo Regulador del Tequila que nos muestra datos récord, ya que el número de productores de agave y marcas de tequila crecieron a tres dígitos. La producción de tequila en el periodo enero-noviembre de 2021 alcanzó los 487.3 millones de litros producidos, lo que representa un incremento de 41.2% respecto al mismo periodo de 2020, de acuerdo con cifras del Consejo Regulador del Tequila (CRT).

6. Perfil del consumidor: Este perfil es muy selecto ya que va dirigido a la comunidad LGBT, el equipo se dio a la tarea de informarse más acerca de lo que engloba esta comunidad, el resultado que se obtuvo fue que las iniciales LGBT se han utilizado para denominar de forma inclusiva a todos los individuos y a las comunidades que se identifican como lesbianas, gay, bisexuales o transgénero o aquellos/as que tienen dudas acerca su sexualidad y/o identidad de género.

My Pride por sus precios está enfocado en los sectores socioeconómicos de clase, A/B: Clase Alta, C+: Clase Media Alta, C: Clase Media, esta información se obtuvo de la plataforma fergut, dicha plataforma que clasifica las clases socioeconómicas, para que la empresa My Pride se guíe y tenga éxito a la hora de desplazar sus productos, este en las zonas correctas, donde se encuentran las personas que tengas el dinero para gastar en el precio que My Pride tiene.

7. Competidores: Para la empresa My Pride es muy importante saber cuáles son sus competidores, qué precios tienen, qué diseño tienen, dónde las venden, etc. Esto con la finalidad de saber y de tener la certeza de que la cerveza My Pride está dentro del mercado, en cuanto a calidad y precio.

8. Selección de mercado: El mercado que se seleccionó lo podemos clasificar y llamar como el pink market, ya que este está enfocado en servicios y productos para la comunidad LGBT+. como lo es la cerveza y el tequila My Pride, que son productos incluyentes, se investigó acerca de este nicho lo cual resultó muy interesante ya que a nivel internacional este mercado tiene un importante impacto de 80,000 millones de dólares en la economía de México y representa un área de oportunidad para las empresas y nuevos emprendedores.



9. Canal de distribución: Analizando el enfoque que My Pride tiene, el equipo analizó que es una empresa con el canal de distribución B2B, porque son intercambios comerciales que suceden entre dos empresas. En este caso la empresa My Pride tiene ventas directamente a una empresa y no hacia el consumidor final, como a grandes distribuidores de alcohol en Canadá.

10. Ferias y promoción: Para cualquier empresa que desea internacionalizarse es un gran plus las ferias, festivales y exposiciones internacionales, estas pueden revelarse como una herramienta estratégica de promoción, ventas o estudio de mercado. Es por eso que el equipo de My Pride investigó los festivales más famosos en Canadá que la cerveza y el tequila My Pride debe hacerse presente, uno de los más famosos son el, Gay Village & Queer West Village de Toronto, Le Village gai de Montréal, Avenida Jasper de Edmonton y el Osborne Village de Winnipeg. Se obtuvieron resultados muy positivos y que en estos festivales Canadá se pinta de arcoiris.



11. Logística: En cuanto a la logística que My Pride se centra en directamente a su distribución de la cerveza y del tequila hacia Canadá. El transporte seleccionado es terrestre ya que es el más eficiente, en cuanto a precio y tiempo.

12. Aranceles: Los aranceles se imponen en términos de porcentaje sobre el valor de la mercancía. Sin impuesto que se cobra a la importación de una mercancía determinada, para que pueda ingresar a un país, en este caso de investigaron y se obtuvieron de la plataforma de SIICEX, lo cual arrojó los siguientes datos:

- Cerveza: apartado: 22003000020
- Tequila: apartado: 2208901000

13. Legal: My Pride cuenta con estar inscrito en el padrón de exportadores.

3. Resultados del trabajo profesional:

A continuación, se presentan los puntos que el equipo de My Pride se dio a la tarea de desarrollar y obtener dicha información muy valiosa para la empresa y su crecimiento:

- Información del proceso para registro de marca en Canadá.
- Obtención de fracción arancelaria y regulaciones arancelarias de cada producto.
- Regulaciones sanitarias en Canadá.
- Documentos necesarios para exportar a Canadá.
- Investigación del mercado internacional (Canadá).
- Formulación de precios exportables.
- Competencia directa en México y Canadá.
- Selección de ubicaciones más relevantes de Canadá (Estados más importantes).
- Tendencias del crecimiento del mercado de la cerveza y del tequila.
- Desarrollo del perfil del consumidor.
- Propuesta y aplicación de análisis sensorial de la cerveza My Pride (descripción cualitativa del producto)
- Canales de distribución.
- Directorio de contactos y primer acercamiento.
- Información sobre ferias internacionales relacionadas a la marca y producto en Canadá.
- Logística.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto:

- Aprendizajes profesionales: Reflexión personal sobre las competencias profesionales (y multi o interdisciplinarias, si fue el caso) que se desarrollaron durante el proyecto.

Mariana:

En cuanto a los aprendizajes profesionales se podría decir que puse totalmente en práctica mis conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, también contando con el apoyo total de la maestra Graciela.

Las competencias que desarrollé fueron de una manera muy profesional, ya que como buena estudiante me propuse a entregar en tiempo y forma cada uno de los puntos a desarrollar poniendo como límite fechas, dando lo mejor de mí, también nos dirigimos a nuestros superiores como a la maestra Graciela y al empresario Ricardo Mercado con un lenguaje apropiado y siempre tomando como prioridad los objetivos a desarrollar en este curso.

Los aprendizajes que obtuve en cuanto al campo profesional que se desarrolló, definitivamente fue información muy valiosa y real con la que una empresa como lo es My Pride puede crecer, ya que analizamos e investigamos el mercado LGBT en Canadá y México, y los resultados obtenidos de páginas confiables y seguras fueron impresionantes, siendo esta una empresa incluyente.

Los saberes que puse a prueba fueron analizar las ventajas que este campo incluyente tiene y sin duda alguna también el ver que una empresa es realmente rentable.

Lo que aprendí sobre el proyecto de vida profesional es que soy capaz de desarrollar un trabajo de calidad y que pusimos en práctica la capacidad de expandir y crecer un negocio o empresa que se comprometa y tenga la ambición de crecer.

Jorge:

Las principales competencias con las que me enfrenté fue la del trabajo en equipo y el hecho de que teníamos que lograr varios resultados que planeamos en nuestro cronograma al inicio del curso. Es un desafío y compromiso muy grande el estar realizando cada uno de los objetivos del proyecto y que estos quedarán siempre en la flecha que establecimos; sin embargo, creo que esto fue muy enriquecedor para todos ya que esto nos daba más orden y disciplina. En cuanto a mis aprendizajes a nivel profesional, aprendí mucho sobre las regulaciones arancelarias y no arancelarias respecto a estos productos y amplíe mucho mis conocimientos de negocios internacionales gracias a mis compañeras y al apoyo de la maestra Graciela.

Lo que aprendí para mi proyecto de vida es que sin importar lo que sepas de un tema, lo más importante es que siempre tengas la disposición de aprender y seguir mejorando cada día como profesionalista y con esto podrás aprender lo que te propongas y realizarás un trabajo de calidad.

Andrea:

La principal competencia con la que me enfrenté en este proyecto fue el compromiso que teníamos con el empresario de lograr un resultado que beneficiara a la empresa a término de ciclo, que lograra quedar satisfecho sobre nuestro esfuerzo y que nuestra aportación la pudiera implementar en la empresa. Es importante mencionar sobre los aprendizajes que obtuve sobre analizar el mercado al que se desea incursionar, así como los requisitos solicitados del mismo. La importancia de realizar un estudio que permita conocer sobre el país en todos sus aspectos para saber la cultura, problemas sociales, tradiciones, economía y factores diversos con los que cuenta el país interesado a comenzar a expandir los productos. Me gustó tener la oportunidad de colaborar en este PAP con el equipo que me tocó, creo que la combinación de todos mis compañeros logró tener resultados positivos y conectar tan bien con el empresario teniendo una vía de comunicación tan efectiva.

Como aprendizaje me llevo la importancia de crear un buen ambiente de compañerismo el cual permita a cada uno desarrollarse en sus fortalezas y ayudar a los demás compañeros, también la importancia de mantenernos en constante búsqueda de conocimientos, no solo sobre nuestra carrera, sino sobre diversos temas.

Paulina:

Durante la elaboración del trabajo final me di cuenta de lo complejo que puede ser aplicar habilidades profesionales como personales ya que, siempre se tiene que poner como prioridad el bien de la empresa y buscar cumplir los objetivos de ella conjunto a las necesidades del empresario.

El trabajo en conjunto con mi equipo fue grandioso, considero que a pesar de la poca información que se tenía del tema en general al principio pudimos desarrollar de manera clara y concisa lo que realmente busca la marca.

Personalmente aprendí a indagar más en lo social, si bien en conjunto con aprendizajes de la carrera me fueron útiles, creo que nunca está de más querer conocer a fondo a tu mercado, porque sin él, una marca no es nada. Y a pesar de los retos presentados, aprendí a no quedarnos con los brazos cruzados, seguir insistiendo hasta tener una respuesta es clave para avanzar.

- Aprendizajes sociales: Reflexión y análisis grupal del impacto social de la aplicación profesional colaborativa. Se informa cuál es la contribución del proyecto para la sociedad.

Respuesta grupal:

Los aprendizajes sociales que aprendimos con este proyecto es la creatividad que se puso en práctica, donde My Pride es una empresa seria y a la vez muy innovadora, ya que desarrolló un producto de calidad llamado “My Pride”, siendo este una cerveza y tequila donde su principal objetivo es llegar al mercado LGBT en México y Canadá.

De ahora en adelante somos muy capaces a la hora de dirigir y desarrollar un proyecto, tomando como base sus objetivos y hacia dónde quiere llegar, siempre tomando en cuenta que dicho proyecto a desarrollar tiene como finalidad una mejora social, dándole seguimiento y saber tomar decisiones a futuro para dicha empresa y mejora.

La empresa My Pride es una cerveza y tequila muy innovador ya que trata de ser una bebida incluyente y lo más importante como bien lo dice su eslogan es que son unas bebidas que “llegaron para quedarse” y no solamente hacerse presentes en el mes del orgullo como bien muchas empresas lo hacen, si no, estar presentes todo el año. La empresa My Pride tiene las prácticas sociales de la inclusión y sin duda alguna tiene varios ámbitos en los que la empresa puede innovar los cuales puede ser desarrollando otro tipo de productos como bien podría ser el mezcal, el vino tinto, etc. para abarcar a más personas con gustos distintos de beber, otra podría ser en colaboraciones con otras marcas que también apoyen a la comunidad LGBT, donde se complementen y que ambas empresas se beneficien, siempre y cuando se den a entender esta importancia de aceptar y ser incluyentes.

El impacto que se evidencia con este proyecto es el apoyo hacia la comunidad LGBT, los estudios realizados indican que el 13% de la población canadiense se considera como

miembro de dicha comunidad, lo cual My Pride quiere ser parte y ser un producto apto para estos consumidores de alcohol y próximos clientes.

El proyecto tiene como bien su objetivo de posicionar la marca My Pride en Canadá, específicamente Vancouver, lo cual su probabilidad de lograr este proceso es muy altas, ya que las estadísticas son muy favorables para la empresa, siendo Canadá de los principales consumidores e importadores de cerveza y tequila y siendo un país de los pioneros el aceptar la comunidad LGBT brindándoles derechos y aceptando a las comunidades, generando marchas, eventos, festivales, ferias, etc.

Este proyecto beneficia principalmente a la comunidad LGBT que lo conforman personas que son declaradas como lesbianas, gays, bisexuales o transexuales, por su mismo nombre lo dice My Pride, el orgullo que se siente pertenecer.

My Pride es una empresa que genera su propia cerveza y cuenta con su propia industria, es por eso que contribuye a la mejoría del país generando empleos pagando impuestos.

El seguimiento que se brinda al proyecto con su aportación social antes mencionada, es que siga siguiendo los pasos para alcanzar sus objetivos qué es expandirse, ir a ferias internacionales, relacionarse con distribuidores, generar un plan de marketing y seguir expandiéndose por todo el mundo, que sepan que hay una marca incluyente que acepta y apoya a la comunidad LGBT.

La visión que se tiene acerca del mundo ahora es que el mercado LGTB realmente tiene un gran impacto económico tanto en México como en Canadá, estas personas realmente generan ingresos y los gastan, es por eso que nos parece una idea muy visionaria el enfocarse en este nicho.

- Aprendizajes éticos:

Respuesta grupal:

Los aprendizajes éticos que se llevaron a cabo fueron decisiones que se tomaron, definitivamente para el mejor desarrollo del trabajo, dichas decisiones primero se consultaron con la Maestra Graciela y con el empresario Ricardo Mercado, donde en todo momento se contaba con el apoyo de ambos para poder realizar este proyecto. Como alumnos tomamos en cuenta cada una de las sesiones que se brindaron a lo largo del semestre para ir creciendo y resolviendo dudas. Nos comprometimos con el empresario Ricardo de vernos una vez por

semana para compartir avances y para preguntas acerca de la empresa, y así fue, siempre contando con buena comunicación y apoyo de ambos lados.

La experiencia que se vivió definitivamente fue muy amena, la maestra Graciela es sin duda una excelente profesora que sabe bastante acerca del tema, es una persona muy preparada que en todo momento nos acompañó en el proceso, en cuanto al empresario Ricardo, es una excelente persona, muy apasionada por su trabajo y por lo que hace, con hambre de crecer e internacionalizarse.

Después de lo vivido en este PAP, que nos ayudó a poner en práctica nuestros conocimientos, estamos puestos a servir a la comunidad, a nuestros amigos y familiares, de la misma forma en que nos enfocaremos en nuestros proyectos personales.

Mariana:

La principal decisión que tomé fue tomar este PAP, desde un comienzo me pareció muy interesante y al principio del semestre que decidí estar en el equipo de My Pride despertó mi interés por su ambición de crecer e internacionalizarse, lo cual como consecuencias me dejó que un gran aprendizaje y una lista muy grande de conocimientos adquiridos, en base a mi carrera. En cuanto a experiencia vivida, definitivamente fue muy buena, tanto la maestra Graciela como el empresario Ricardo siempre estuvieron en la mejor disposición y actitud para que el proyecto salga adelante. Como persona egresada del ITESO y después de esta experiencia, me siento preparada y lista para servir a los míos.

Jorge:

La decisión principal más importante, fue el hecho de decidir tomar este PAP; al momento de estar viendo los diferentes proyectos a los que podía aplicar, este fue uno de los que más me parecía interesante, debido al acercamiento que tienes con los dueños de las empresas, además de que te tomas muchas sesiones para poder escuchar sus necesidades y qué problemáticas tienen. La otra decisión más importante fue la de elegir el equipo My Pride ya que, desde que nos ofrecieron las diferentes empresas, esta fue la que más me llamó la atención tanto por el producto que ofrecen, como por la filosofía que los caracteriza en la que ofrecen un apoyo permanente hacia la comunidad LGBT+; otro factor muy importante fue también su ambición de crecer e internacionalizarse. Viví una experiencia muy enriquecedora

en este PAP, ya que como ingeniero industrial, pude aprender muchas cosas que se encuentran fuera de mi carrera que me servirán mucho para el mundo laboral; además, tuve la oportunidad de dar puntos de vista o datos que se relacionaban más hacia mi carrera, lo cual creo que fue de ayuda para hacer el proyecto más completo aún. Otro factor que contribuyó mucho a que este PAP fuera tan interesante fue que tanto la maestra Graciela Velasco, como el empresario Ricardo Mercado siempre nos proporcionaron un constante apoyo para poder resolver dudas o para proporcionarnos los datos necesarios para la realización de cada tópico del proyecto.

Andrea:

El haber participado en este proyecto me ayudó a poder reforzar mis conocimientos obtenidos durante mi vida académica, al igual que pude poner en práctica los conocimientos y reforzarlos con las aportaciones de mis compañeros. Considero que uno de las principales decisiones que tomé, fue colaborar en este PAP estando en el grupo de la maestra Graciela, la cual había tenido la oportunidad de tener como profesora en otra materia, y en segundo lugar el decidir colaborar en la empresa MY PRIDE, aún recuerdo el primer día donde nos platicaron sobre las empresas que participarían para este ciclo escolar y los resultados que buscaban cada una, me acuerdo que un factor que influyó en mi toma de decisiones fue saber que su principal interés era exportar su producto.

De esta experiencia me llevo diversos aprendizajes, tanto de conocimientos sobre temas relacionados a comercio, temas relacionados a la empresa MY PRIDE y no menos importante, conocimientos sobre el empresario, la maestra y mis compañeros.

En mi futura vida laboral me gustaría involucrarme en un proyecto como este, en el cual la empresa esté comenzando a incursionar en el mercado y me permita aportar mis conocimientos para comenzar a realizar acciones relacionadas a negocios y comercio internacional.

Paulina:

Coincido con mis compañeros de que la primera decisión influyente fue tomar este PAP y el proyecto consigo. Creo que desde siempre y tras mi avance laboral había podido tomar ciertas aptitudes útiles para un trabajo así, y el decidir llevar este proyecto me llevó a poner mis

aprendizajes a prueba y conocer el otro lado de la moneda o en este caso, la exportación a Canadá.

Además, decidí involucrarme por mis conocimientos y relaciones que ya tengo en el país, identificando un vínculo de confianza muy importante, qué, dicho y hecho, fue y será de gran ayuda para Ricardo él poder establecerse en distintas colonias del país.

Estoy orgullosa de mis decisiones tomadas que han hecho este proyecto real en papel, y realmente espero que se lleve a cabo.

- Aprendizajes en lo personal:

Mariana:

El PAP me dio tiempo para conocerme a mí en cuanto a lo que soy capaz y estoy dispuesta hacer por un proyecto, en estos meses de arduo trabajo, en donde debía de cumplir con mis obligaciones que son los estudios y el trabajo, me di cuenta de que organizándome, puedo llegar muy lejos. Este proyecto me sirvió para reconocer que la sociedad es muy diversa y que hay productos para todo tipo de mercados, y que sabiéndolos aterrizar pueden ser muy exitosos. En cuanto a mi proyecto de vida, yo me quiero dedicar a las exportaciones, es por eso que escogí este PAP, porque hay demasiado por ver y aprender acerca de este proyecto.

Jorge:

Este proyecto me dio la oportunidad de ponerme a prueba en situaciones y áreas que estaban fuera de lo que he visto en mi carrera, lo cual me permitió poder ampliar mis conocimientos y salir de mi zona de confort. Este proyecto me ayudó mucho a poder ampliar mis conocimientos y poder ponerme a prueba en un escenario real y poder ayudar a una empresa. También me ha ayudado a darme cuenta de cómo hay tantos productos en el mercado y cómo estos pueden satisfacer una necesidad o pueden cubrir a un nicho muy específico. En cuanto a mi proyecto de vida, este PAP me ayudó a reafirmar que me interesa adentrarme mucho en el mundo de la logística; creo que es muy interesante buscar las diferentes estrategias para poder exportar un producto.

Andrea:

Este PAP me permitió darme cuenta de la importancia que tiene poner todo el compromiso en realizar el trabajo, el poner el mayor esfuerzo buscando aportar con conocimientos adquiridos. Me doy cuenta sobre el incremento de personas que están comenzando a emprender y que están buscando obtener la ayuda ideal para buscar el éxito en su emprendimiento, me gusta que se esté perdiendo ese miedo de lanzarse a luchar y buscar sus sueños. El mayor aprendizaje que me llevo de este proyecto es el impacto que está teniendo la comunidad LGBT en la población, la demanda que tiene la cerveza en la actualidad y la importancia de crear una buena investigación de mercado previo a introducir un producto, buscando identificar los canales de distribución, requisitos de cada país, entre otras cosas. Me llevo una motivación para seguir mis sueños y no olvidarnos que siempre habrá personas que nos puedan apoyar a cumplirlos.

Paulina:

El trabajo PAP me dio la oportunidad de poner a prueba mis conocimientos y aptitudes que he desarrollado dentro y fuera de la licenciatura. Así como lo que es una extensa investigación real del impacto que puede o no tener un producto nuevo en el mercado y en otro país. También, me gustó la manera de llevar el control y seguimiento del mismo, tanto que cada proyecto hecho este semestre me parecía importante desarrollar puntos clave vistos en la metodología del trabajo.

5. Conclusiones:

Como conclusión podemos decir que se lograron los objetivos que se tuvieron a lo largo del proyecto, ya que se evaluó al mercado LGBT en Canadá y también se analizó sobre si era viable enviar la cerveza y el tequila My Pride a Canadá, así como también se cotizaron varias opciones para poder tener un estimado de costos para un envío a este país.

Creemos que la empresa My Pride tiene las características y herramientas necesarias para que su producto pueda tener éxito en Canadá y en otro país, ya que satisface las necesidades de un nicho de mercado muy fuerte.

Sin embargo, creemos que todavía hay mucho que explorar sobre las diferentes estrategias que se pueden hacer para poder enviar un producto a Canadá, ya que este país cuenta con

regulaciones sanitarias y legales que varían dependiendo del estado al que se envíe este producto; por lo cual hay que analizar todavía más a fondo las regulaciones de cada estado al que se quiera mandar el producto.

6. Bibliografía:

- ¿Por qué se llama Agro-industria Cervecería Mexicana?. *CERVECEROS DE MÉXICO*. Recuperado el 10 Febrero 2022, de <https://cervecerosdemexico.com/2021/04/12/por-que-se-llama-agro-industria-cerveceria-mexicana/>.
- Canadian Food Inspection Agency 2021. Statista. Recuperado 19 Febrero 2022, de <https://inspection.canada.ca/food-label-requirements/labelling/industry/labelling-requirements-for-alcoholic-beverages/former-requirements-for-beer-and-vodka/eng/1638470749296/1638470749640>
- AsesoresSt. Stratego (2022) “Certificación de origen en el T-MEC” <https://www.asesores-stratego.com/publicaciones/la-certificacion-de-origen-t-mec/>
- Cerveza de malta en Canadá | OEC. OEC - The Observatory of Economic Complexity. (2019). Recuperado 14 Febrero 2022, de <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/beer-made-from-malt/reporter/can>.
- Consejo Regulador del Tequila. (2019). Estadísticas de Tequila. 1 de marzo de 2022, de
- Consejo Regulador del Tequila Sitio web: <https://www.crt.org.mx/estadisticascrtweb/>
- Conway, J. (2021). *Domestic beer consumption Canada age group 2019*. Statista. Recuperado 17 Febrero 2022, de <https://www.statista.com/statistics/339801/beer-consumption-in-canada-by-gender-and-age-group/#:~:text=Domestic%20beer%20consumption%20in%20Canada%20by%20age%20group%202019&text=It%20was%20estimated%20that%20almost,all%20beer%20sold%20in%20Canada>.
- *Craft Beer Market Size, Share | Global Industry Trends Report, 2025*. Grandviewresearch.com. (2019). Recuperado 10 Febrero 2022, de <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/craft-beer-market>.

- Diario del exportador (2019) “una mirada al mercado canadiense” 10 de marzo de 2022.
- Recuperado de: <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/una-mirada-al-mercado-canadiense.html>
- *Documentos para exportar de México | Carta porte, pedimento, facturacomercial, entre otros | Drip Capital*. DripCapital. (2022). Recuperado el 10 Febrero 2022, de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/documentos-para-exportar>.
- DRIP (2020) “Documentos para exportar de México | Carta porte, pedimento, factura comercial, entre otros”. Recuperado el 01 de Mayo 2022, de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/documentos-para-exportar>.
- El Economista (16 de junio de 2021). Pink Market en la economía: perfil del
- mercado LGBT+ y los consumidores. 24 de febrero de 2022, de El Economista Sitio Web :<https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Pink-Market-en-la-economia-perfil-del-mercado-y-los-consumidores-LGBT-20210616-0068.html>
- *Euromonitor International*. Wwww-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx. (2022). Recuperado el 10 Febrero de2022, recuperado de: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/tab>.
- Fees for trademarks, Canadian Intellectual Property Office, Marzo 28, 2022, Febrero 02, 2022. https://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/h_wr02003.html
- Fergut (2021) “Clasificación de los niveles socioeconómicos según la AMAI” 10 de marzo de 2022. Recuperado de: <https://www.fergut.com/clasificacion-de-niveles-socioeconomicos-en-mexico-segun-la-amai/>
- Goberment of Canada (2022) “Justice Laws Website”, 23 de marzo de 2022 Recuperado de: https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._870/page-21.html#docCont
- Gutiérrez Ortiz, A. (2009). *LeyAduanera*. Oas.org. Recuperado el 10 Febrero 2022, de http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_mex_anexo17.pdf.
- *La cerveza en Canadá*. The Beer Times™. Recuperado 10 Febrero 2022, de <https://www.thebeertimes.com/la-cerveza-en-canada/>.

- Milenio (31 de marzo de 2021). ¿En qué gasta la comunidad LGBT+? 20 de febrero de 2022. De Milenio Sitio Web: <https://www.milenio.com/negocios/en-que-gasta-la-comunidad-lgbt?image=3>
- *My Pride Cerveza Artesanal - Una cerveza tan única como tu.* Mypride.mx. (2013). Recuperado 17 Febrero 2022, de <https://www.mypride.mx/>.
- Nmnoticias (2021) “la cerveza sigue siendo la bebida preferida de los canadienses” 10 de marzo de 2022. Recuperado de: <https://nmnoticias.ca/2015/05/13/cerveza-canadienses-vino-mercado-statistics-canada-consumo-de-alcohol-en-canada/>
- Rangel, L. (2022). Facturación Electrónica en México, todo lo que necesitas saber.
- Recuperado el 4 Mayo 2022, de https://blog.ekomercio.com.mx/facturacion-electronica-en-mexico-todo-lo-que-necesitas-saber?hs_amp=true
- RCI (2022) “13% de la población canadiense pertenece a comunidades LGBT, situación y desafíos” Recuperado de: <https://www.rcinet.ca/es/2017/08/10/13-de-la-poblacion-canadiense-pertenece-a-comunidades-lgbt-situacion-y-desafios/>
- Redacción NM. (2016). Supermercados y tiendas de conveniencia de Ontario comenzaron a vender cerveza. 4 de marzo de 2022, de NM Noticias Sitio web: <https://nmnoticias.ca/2015/12/15/cerveza-venta-ontario-supermercados-tiendas-de-conveniencia/>
- Retail Digital (2022) ¿Cuánto cobra una agencia de marketing digital en México y cual es un precio justo? Recuperado de: <https://retaildigital.mx/agencia-de-marketing-digital-en-mexico/>
- Song, M. *5 BARRIOS LGBT PARA EXPLORAR EN CANADÁ.* For Glowing Hearts. Recuperado 10 Febrero 2022, de <https://mx-keepexploring.canada.travel/things-to-do/5-lgbt-neighborhoods-explore-across-canada>.
- Statics Canada (2022) “A statistical portrait of Canada's diverse LGBTQ2+ communities” Recuperado: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/210615/dq210615a-eng.htm>
- Statista Research Department. (17 de junio de 2013). México: tequila per capita
- consumption by country. 4 de marzo de 2022, de Statista Sitio web: <https://www.statista.com/statistics/312030/tequila-s-per-capita-consumption-worldwide-by-country/>

- Statista Research Department. (3 de nov de 2021). México: cantidad exportada de tequila por país 2020. 4 de marzo de 2022, de Statista Sitio web:
<https://es.statista.com/estadisticas/1058207/mexico-cantidad-exportada-tequila-pais-destino/>
- *T-Mec, México exporta a Canada*. Economia.gob.mx. Recuperado el 10 Febrero 2022, de
https://www.economia.gob.mx/files/gobmx/canada/tmec_mexico_exporta_a_canada.pdf.
- United States Patent and Trademark Office. (2019). USPTO. 18/03/2022, de United States Patent and Trademark Office Sitio web:
https://tmsearch.uspto.gov/bin/showfield?f=toc&state=4802%3At7o4wr.1.1&p_search=searchss&p_L=50&BackReference=&p_plural=yes&p_s PARA1=&p_tagrepl%7E%3A=PARA1%24LD&expr=PARA1+AND+PARA2&p_s PARA2=my+pride&p_tagrepl%7E%3A=PARA2%24COMB&p_op ALL=AND&a_default=search&a_search=Submit+Query&a_search=Submit+Query