



Estudio de mercado en Canadá

Juan Camilo Bolivar Posada

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Mercadeo Internacional

2024

Estudio de mercado en Canadá

Juan Camilo Bolivar Posada

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Tecnólogo de
Mercadeo Internacional

Asesor(a)

Vladimir Álvarez R

Docente

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Mercadeo Internacional

2024

Dedicatoria

Dedicado a mi familia, por su amor incondicional y apoyo constante a lo largo de este viaje académico. A mis amigos, por su aliento y compañía en los momentos de desafío. A mis profesores, por su guía y sabiduría que han enriquecido mi camino en el mundo del programa de mercadeo internacional y social. Este logro es el esfuerzo en conjunto y les dedico este trabajo con profundo agradecimiento y cariño.

Agradecimientos

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mi familia, cuyo amor y apoyo incondicional han sido mi mayor inspiración durante este camino académico. A mis profesores y mentores por su invaluable orientación y conocimientos compartidos que han enriquecido mi formación en el campo del mercado internacional, a mis amigos y compañeros de clase por su colaboración y camaradería en cada paso en el camino. Este logro no habría sido posible sin el respaldo de cada uno de ustedes. Gracias por ser parte de este importante capítulo en mi vida.

Resumen

Con la ayuda de la información recopilada teórica por parte del mercadeo y logística podremos tener bases para crear estrategias innovadoras administrativas, tengamos en cuenta la información del producto y mercado al cual vamos a ingresar. Canadá es un gran mercado aunque abundante de competencia un mercado importante a nivel mundial para comercializar un producto u ofrecer un servicio, analizaremos al igual algunas matrices como DOFA, un cuadro de Gantt y un análisis pestel para tomar decisiones y hacer una buena planeación para ingresar al mercado de Canadá al igual hacer un diagnóstico empresarial analizando la competencia ya establecida en el país antes mencionado con la idea de hacer estrategias, tácticas para una buena planeación, elaborar un buen cronograma con anticipación previniendo inconvenientes y anticipando recursos que necesitaremos técnicos y estratégicos.

Abstract

With the help of the theoretical information gathered by the marketing and logistics we can have bases to create innovative administrative strategies, we take into account going to enter. Canada is a large market although abundant of competition, an important market worldwide to market a product or offer a service, we will analyze some matrices such as SWOT, a gantt chart and a pestel analysis to make decisions and make a good planning to enter the Canadian market as well as make a business diagnosis analyzing the competition already established in the country mentioned above with the idea of making strategies, tactics for a good planning, develop a good schedule in advance preventing inconveniences and anticipating technical and strategic resources that we will need.

Introducción

Este trabajo se centra en las barreras que enfrentan las pequeñas empresas al buscar expandirse a nuevos mercados internacionales. Exploraremos desafíos como la complejidad de las regulaciones internacionales y las diferencias culturales. Además, se analizarán teorías de marketing, como la del valor del cliente y la segmentación de mercado, para comprender como las estrategias de marketing pueden ayudar a superar estas barreras. También se examinarán teorías de logística, como la gestión de la cadena de suministro y la gestión de inventarios, para abordar los desafíos logísticos de la expansión internacional y elaborar un plan de mercado.

Contenido

Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Pregunta Problema	10
Justificación.....	11
Objetivo General	12
Objetivo específico.....	12
Marco teórico	13
Descripción del producto o servicio.....	15
Descripción del país a exportar	16
Aplicación de matrices	21
DOFA	21
Análisis pestes.....	21
Mezcla de mercadeo.....	25
Estrategias y tácticas	28
Conclusiones y recomendaciones	29
Bibliografía	30

Anexo 31

Pregunta Problema

El llegar a nuevos mercados puede ser un desafío para las PYMES algunas de las principales barreras que se dan a ver son las limitaciones de los recursos financieros, barreras comerciales la logística de transporte y distribución puede ser un desafío al querer expandirse, las barreras culturales y lingüísticas además de la competencia local.

Por lo cual los empresarios anticipadamente hacen una investigación, buscan asociaciones para establecer relaciones confiables, además de adaptar el producto a la cultura con mensajes de marketing, por ejemplo, capacitar al personal y buscar asesoramiento profesional en el comercio.

¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan las pequeñas empresas en Colombia al expandirse a nuevos mercados internacionales como en Canadá?

Justificación

El desarrollo de este trabajo de grado tiene como fin la sustentación de la investigación, encontrar estrategias para la exportación de un producto en un amplio mercado, aprender, tener ideas innovadoras en un mercado de alta competencia es primordial ser competente, con este tipo de investigaciones las podemos desarrollar.

En la actualidad dado el caso que hay abundancia de emprendimientos y competencia; se necesita ser productivo, competitivo e innovador, también quiero resaltar las relaciones comerciales para así expandirse a nuevos territorios así las empresas serán de alguna manera productivas.

Aprender y reforzar teorías además de conceptos logísticos y de marketing también es importante para nosotros como estudiantes universitarios y así con la investigación se busca reforzar esta información.

Objetivo General

Analizar las principales barreras que enfrentan las pequeñas empresas al expandirse a nuevos mercados internacionales y proponer estrategias efectivas para superarlas.

Objetivo específico

- Identificar y categorizar las barreras más comunes que obstaculizan el proceso de internacionalización de las pequeñas empresas.
- Desarrollar recomendaciones y estrategias específicas para superar las barreras identificadas y promover el éxito de las pequeñas empresas en su internacionalización.

Marco teórico

Teniendo en cuenta algunas teorías relevantes y que queremos aplicar a la investigación resalta la importancia de la Teoría del valor del cliente según (1Library, s.f) esta se centra en la idea de que los consumidores evalúan productos y servicios en función del valor percibido que obtienen. El valor no se limita solo al precio, si no que incluye aspectos como calidad, la conveniencia, la marca y la satisfacción del cliente; sería muy importante buscar entender y maximizar el valor del cliente para adquirir clientes duraderos.

Otra de las teorías importantes en el marketing y en la investigación es la teoría de la segmentación, (Sanchez Galan, 2020) segmentar el mercado esta teoría se enfoca en la importancia de dividir el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos en función de características demográficas, psicográficas, geográficas o conductuales. Así podemos adaptar estrategias de marketing para entender el nicho

No menos importante la teoría de las 4P's aunque no es una teoría en sí, el modelo de las 4 P es un concepto fundamental en el marketing (Coursera, 2023) que se utiliza para diseñar estrategias de marketing mix. Se refiere a la gestión de producto, precio, plaza y promoción para satisfacer las necesidades del cliente, cumplir objetivos de la empresa, ajustar el precio para reflejar la calidad del producto y la competencia, y elegir canales de distribución adecuados para llegar a los consumidores objetivos.

Y la teoría de la Marca la cual se enfoca en la construcción y gestión de marcas fuertes. Esta teoría habla sobre lo importante para la marca tener un valor significativo y que los consumidores pueden desarrollar relaciones emocionales con ellas.

Referente a teorías logísticas encontramos que aplicar una buena gestión de la cadena de suministro para una buena entrega y repartición del producto para así optimizar la eficiencia y la

efectividad identificar esos puntos claves es relevante para un buen servicio en la exportación teniendo en cuenta al igual la distribución física con una buena identificación de la zona y en general.

Como la teoría de la localización de las instalaciones se utiliza para tomar decisiones sobre la ubicación óptima de instalaciones como almacenes, centros de distribución y centros de producción. Considerando los costos de transporte, restricciones logísticas y demanda de mercado.

La teoría de la diferenciación y posicionamiento sostiene que las empresas pueden lograr ventajas competitivas al diferenciar sus productos o servicios de los de la competencia y al posicionarlos de manera única en la mente de los consumidores vale resaltar la importancia de esta teoría en los emprendimientos y ser más prácticos e innovadores para tener ese buen posicionamiento.

La teoría de la gestión de inventarios se centra en la gestión eficiente de inventarios para equilibrar la demanda del cliente y los costos de almacenamiento, incluye modelos de pronóstico de demanda, políticas de reordenamiento y estrategias de almacenamiento.

Va de la mano con la teoría de la gestión de calidad en la logística la cual se centra en la importancia de mantener altos estándares de calidad en todas las operaciones logísticas para garantizar la satisfacción del cliente y minimizar los errores.

Descripción del producto o servicio

Lo interesante es que estas prendas de fibra sintética es una fibra textil que proviene de productos derivados del petróleo. Así que surgen de un proceso químico, esta creada toda su fabricación por el ser humano.

Los leggings térmicos son ideales para clima frío son térmicos creados para retener el calor del cuerpo, excelente aislante térmico. Confeccionados en Tela Fleece/Polar material térmico una imitación del tejido de lana, es generador de calor, pero 100% sintético y antialérgico. El material térmico ayuda al cuerpo a retener la temperatura que este produce y a mejorar esta temperatura, además generar una barrera entre el cuerpo y el frío exterior.

Descripción del país a exportar

El interés es la investigación por consultar son los métodos, requisitos, solicitudes a exportar prendas térmicas aislantes del frío a Canadá, con la intención de adquirir esa información y conocimiento para su aprendizaje.

En Canadá por su puesto siempre no hay frío igual hay que tener en cuenta que la temperatura y el ambiente cambian según factores como, altitud, latitud y humedad del terreno; además de tener en cuenta que las 4 estaciones del año se marcan en el país.

Cabe destacar las regiones del Norte donde el clima es ártico y el frío es mucho más severo, también en la zona de Vancouver en la costa oeste, ofrece un clima oceánico, más templado que el resto del país y también más lluvioso.

El invierno es muy frío ya que se sitúa entre los de mayor altitud del hemisferio norte y es habitual que la temperatura descienda entre -20 y -25°C . Es posible que si te interesa vivir en Canadá sepas como es vivir en una de las ciudades principales:

Ilustración 1

Ciudad	Verano	Invierno
Ottawa	15/26 °C	-15/-51 °C
Toronto	14/27 °C	-10/-2 °C
Vancouver	13/22 °C	0/6 °C
Montreal	15/26 °C	-14/-5 °C
Winnipeg	13/26 °C	-23/-12 °C

Para el comercio con Canadá se logró gracias al tratado de libre comercio se estableció la eliminación de barreras arancelarias, restricciones cuantitativas y otras barreras no arancelarias para asegurar las condiciones de acceso real de la oferta. Las oportunidades en Canadá, por sus

características, es un mercado que ofrece amplias oportunidades para los explotadores internacionales, Canadá es clasificado como el 5to país importador más grande del mundo y se encuentra entre los países con mayores importaciones per cápita y explica que hay una alta demanda de bienes y servicios, ya sean nacionales o importados. Para el sector textil- confección se identifican oportunidades en hilados y fibras sintéticas, así como en trajes para hombre, ropa interior, vestidos de punto, vestidos de baño y artículos de cuero.

Ontario es la provincia más poblada de Canadá y ofrece un mercado diverso y dinámico; ciudades como Toronto y Ottawa son centros económicos importantes. Exactamente en el centro de la ciudad Downtown Toronto Canadá.

La manera más viable que encontramos sería al puerto de Halifax en buque las características del puerto el puerto de Halifax en Nueva Escocia, Canadá posee las siguientes características según (comercioexterior.la, s.f):

- El puerto de Halifax acepta el ingreso de embarcaciones de hasta unos 153 metros.
- El tamaño del puerto es Large.
- Posee asistencia de remolcadores para los barcos.
- La profundidad del canal es de hasta 23 metros.
- La profundidad para el anclaje es de hasta 14 metros.
- Posee grúas fijas.
- Permite el uso de instrumentos de rastreo móvil el cual le da la posibilidad al cliente de mantener seguimiento de su mercancía por medio de un GPS.
- Posee grúas flotantes.
- Posee elevadores de hasta +100, 50-100, 25-49 y de 0-24.

- Este puerto disfruta de equipo de navegación.
- No tiene restricciones por marea.
- Tiene un límite de recargo de límites generales.

El embalaje en el transporte marítimo es una parte esencial para garantizar que la mercancía llegue a su destino en perfectas condiciones algunos puntos clave a considerar para el correcto embalaje de la mercancía y empaque, esta debería de estar empacada por unidad en bolsas de plástico y empacadas según los pedidos en cajas de cartón con códigos que a la vista se identifiquen.

En Canadá hay almacenes en los cuales podemos ofrecer nuestros productos y una amplia gama de estilos, como en supermarkets, loblaw Companies.

Toronto es la capital de la provincia de Ontario y es la ciudad más grande y poblada de Canadá con una población de 6.202.225 habitantes cubre un área de 63km² y su costa sobre el lago Ontario es de 46km de largo. Toronto es una de las ciudades con mayor diversidad étnica del Mundo. En total, la ciudad tiene más de 150 grupos étnicos que hablan más de 100 idiomas. Los grupos étnicos más numerosos del área consiste en personas de ascendencia inglesa, escocesa e irlandesa; los otros grupos étnicos importantes en el área incluye alemanes y a gente de la india, Pakistán y Sri Lanka y una de más comunidades chinas más grandes de Norteamérica. Toronto tiene una comunidad en crecimiento de hispanoamericanos, brasileños y africanos.

El municipio del centro de Toronto está ubicado City place un barrio residencial más grande jamás creado en Toronto. Hay lugares estratégicos como Bathurst street al oeste, Lake ShoreBoulevard al sur, Front Street al norte y Rogers Center al este; City Place también se

encuentra cerca del distrito financiero de Toronto además del puerto y cerca el metro subterráneo.

Según (OrangeSmile, s.f.):

Allí también hay eventos culturales en el transcurso del año el evento más llamativo de la ciudad es el Festival Caribana, que normalmente comienza a finales de julio y dura más de dos semanas. Toronto es una ciudad de festivales; el conjunto de su forma de vida se basa en eventos festivos Toronto Street Festival es especialmente popular entre los viajeros otra de las principales celebraciones que se llevan a cabo en la plaza de Arte al aire libre Toronto Plaza durante el festival, un montón de tiendas de colores se presentan puestos con artesanos locales presentan sus obras y dura 3 días; a mediados de octubre Screemers horror park comienza a trabajar hasta finales de octubre.

La ciudad es una metrópoli hermosa y moderna, la diversidad cultural y sus programas, la arquitectura, entretenciones allí llegan miles de visitantes. La calle central es Yonge Star y king street con gran surtido de restaurantes y tiendas.

Ilustración 3



Aplicación de matrices

DOFA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suple necesidades de cliente. • Ayuda a regular la temperatura corporal. • Para uso unisex y multicolor para su elección. • Son telas sintéticas. • Muy duradero. • Menos costoso que otros materiales. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una nueva marca. • Conocer nuevos mercados. • Adquirir conocimientos sobre requisitos y documentación necesaria para exportar a Canadá.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No tan transpirable como la lana. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es que es hecho de un producto a base del petróleo. • Competencia.

Análisis pestes

ANALISIS PESTEL
<p>Factor</p> <p>Político</p> <ul style="list-style-type: none"> • El país ha logrado mantener un país políticamente estable haciendo valer los derechos individuales, la libertad económica y la igualdad. • Tiene relaciones solidas en el extranjero. • Para promover la inclusión y la participación de todas las regiones, Canadá ha implementado una serie de herramientas como Equalization y Territorial Formula Financing • Programas relacionados con la salud, educación, vivienda y beneficios a desempleados o de bajos ingresos.
<p>Económico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un país desarrollado, es una de las 10 primeras economías más importantes. • el PIB de Canadá fue de alrededor de 1.9 billones de dólares estadounidenses. • La tasa del desempleo ronda el 5%. • La inflación en Canadá es del 3.9%
<p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canadá con una superficie de casi 10 millones de km² es uno de los países más grandes del mundo y con tan solo 38.93 millones de habitantes.

<p>Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none">• Canadá es excepcionalmente diverso y abarca desde las tecnologías digitales para la industria aeroespacial hasta productos farmacéuticos.• El gobierno ha invertido en la investigación y el desarrollo de tecnología a través de la variedad de programas y fondos.• Los proyectos financiados a través del Fondo de innovación ayudan a mantener a Canadá a la vanguardia de la exploración y la innovación, al tiempo que contribuyen significativamente a generar beneficios.
<p>Ecológico</p> <ul style="list-style-type: none">• Coordinan actividades integradas por los ministros federales de Medio ambiente, de pesca y océanos y de patrimonio para la identificación y el restablecimiento de las especies en peligro.• Tiene acceso a todas las principales fuentes de energía, Canadá podría autoabastecerse completamente de energía de producción propia; su indicador el balance energético de Canadá es el consumo total de 539.70 millardos kWh de energía eléctrica al año.
<p>Legal</p> <ul style="list-style-type: none">• El seguro de salud público de Canadá es gratuito en casi todas las provincias.• Canadá cuenta con normas laborales básicas que rigen cuestiones como el salario mínimo, horas de trabajo, días de descanso y periodos de descanso, así como días festivos.• Canadá ofrece licencia por maternidad y paternidad de los padres, lo que les permite cuidar a sus hijos recién nacidos o adoptados.• Las leyes de salud y seguridad en el trabajo requieren que los accidentes en el lugar de trabajo se investiguen y se tomen medidas para prevenir futuros incidentes.• En muchas provincias y territorios, se requiere que las empresas establezcan comités de salud y seguridad en el trabajo, que incluyan representantes de la dirección y de los trabajadores.

Tabla de Competencia

	Precios	Calidad del producto	Post venta	Características	Innovación
Underarmour	5	5	5	5	5
Diadora	3	5	4	5	4
Aritzia	4	5	5	5	5

Cada una de las marcas están posicionadas en el territorio satisfaciendo las necesidades de los consumidores e innovando con estrategias innovadoras. Evaluar estos diferentes aspectos permite a los consumidores y empresas tomar decisiones más informadas al elegir los productos y servicios. Al valuar aspectos como calidad y precio, se busca maximizar el valor obtenido de a compra y que tenga un buen equilibrio calidad- precio.

Al considerar la experiencia del cliente, las políticas de garantía y el servicio postventa, se busca garantizar la satisfacción a largo plazo y resolver problemas de manera eficiente en caso de que surjan.

Según (Quiroa, 2022) “la experiencia del cliente es una imagen mental en el cerebro del consumidor incluyendo series de emociones y sensaciones”.

Teniendo en cuenta todas estas teorías e informacion del nicho y producto en específico podemos identificar los puntos débiles y fortalecerlos ya sea administrativamente o en la línea de abastecimiento

Grafica de Gantt

Nombre actividad	Fecha inicio	Duración en días	Fecha finalización
Actividad 1	01/06/2024	10	11/06/2024
Actividad 2	03/06/2024	11	14/06/2024
Actividad 3	01/06/2024	12	13/06/2024
Actividad 4	03/06/2024	7	10/06/2024
Actividad 5	01/06/2024	5	06/06/2024
Actividad 6	03/06/2024	8	11/06/2024
Actividad 7	01/06/2024	10	11/06/2024

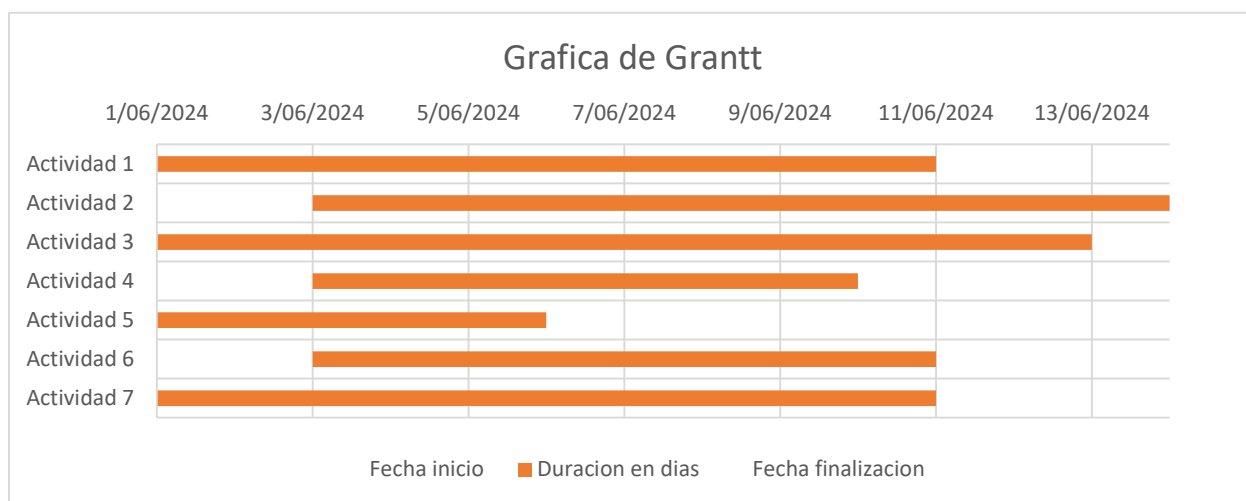


Ilustración 4

Mezcla de mercadeo

Al implementar esta mezcla de mercadeo se puede generar conciencia, interés y demanda por lo leggings de tela fleece en el mercado canadiense, estableciendo el producto como una opción popular entre los consumidores que buscan comodidad y estilo durante los meses de invierno.

1. Producto:

- Leggings de tela fleece de alta calidad, diseñados para proporcionar comodidad y calidez durante el clima frío de Canadá.
- Variedad de colores y diseños para satisfacer los gustos de diferentes segmentos de mercado.
- Costuras reforzadas y tejido duradero para garantizar una larga vida útil del producto.

2. Precio:

- Realizar un análisis de precios para establecer un precio competitivo que refleje la calidad del producto pero que también sea atractivo para los consumidores
- Ofrecer descuentos o promociones especiales durante el lanzamiento para incentivar la compra inicial y generar interés en el producto.

3. Plaza:

- Establecer alianzas estratégicas con tiendas minoristas de moda y deportes en todo Canadá para distribuir los leggings.

- Además de las tiendas físicas tener una fuerte presencia en línea a través de una tienda propia y presencia en plataformas de comercio electrónico populares.

4. Promoción:

- Realizar campañas publicitarias en medios digitales y sociales dirigidas al público objetivo, destacando la comodidad, calidad y versatilidad de los leggins de tela fleece.
- Colaborar con influencers y bloggers de moda y estilo de vida en Canadá para crear contenido patrocinado que muestre el producto en situaciones cotidianas y durante actividades al aire libre.
- Organizar eventos de lanzamiento en tiendas seleccionadas, ofreciendo pruebas de productos, descuentos exclusivos y regalos promocionales para atraer a los clientes y generar interés en el producto.

5. Posicionamiento:

- Posicionar los leggins de tela fleece como una opción de moda funcional para mantenerse abrigado y cómodo durante el invierno canadiense, tanto para actividades al aire libre como para el uso diario.
- Destacar la calidad del material y el diseño elegante para diferenciar el producto de otras opciones en el mercado y crear una percepción de valor superior.

6. Packaging:

- Diseñar un empaque atractivo que resalte las características clave del producto y transmita la sensación de calidez y comodidad que ofrece los leggings tela fleece.
- Incluir información clara sobre el producto, como el tamaño, el cuidado y las instrucciones de uso, junto con el mensaje de marca que refuercen los valores de calidad y estilo.

Estrategias y tácticas

Al abordar barreras comunes y aplicar estrategias específicas, las pequeñas empresas pueden superar los desafíos y aumentar sus posibilidades de éxito en su proceso de internacionalización algunas estrategias pueden ser:

1. Buscar fuentes de financiamiento adecuadas para la internacionalización, como préstamos bancarios, inversionistas, capitales de riesgo o programas gubernamentales de apoyo a la exportación.
2. Ofrecer programas de capacitación y asesoramiento para ayudar a las pequeñas empresas a adquirir conocimientos y habilidades necesarias para el comercio internacional, incluyendo investigación de mercado, gestión de exportación y cumplimiento legal.
3. Asociaciones y alianzas estratégicas con empresas locales en los mercados objetivo para aprovechar su experiencia y conocimientos del mercado local, así como para reducir los costos y riesgos asociados con la entrada en nuevos mercados.
4. Invertir en tecnología de la información y sistemas de gestión logística para mejorar la eficiencia y visibilidad de la cadena de suministro internacional, reduciendo costos y tiempos de entrega.
5. Capacitar al personal en competencias interculturales y habilidades lingüísticas para facilitar la comunicación y construir relaciones efectivas con clientes y socios comerciales en mercados extranjeros.

Conclusiones y recomendaciones

- Se identificaron diversos segmentos de mercado, incluyendo consumidores conscientes de la moda, entusiastas del deporte y aquellos que buscan prendas cómodas para el uso diario. Es importante adaptar la estrategia de marketing y el diseño del producto para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento.
- Aunque el mercado de leggings en Canadá está saturado existe la oportunidad de diferenciarse mediante la introducción de leggings de tela fleece, ofreciendo un producto de alta calidad que combine funcionalidad y estilo.
- Las campañas publicitarias deben enfocarse en resaltar las características únicas de los leggings de tela fleece como su calidez, comodidad y versatilidad. Además, es fundamental posicionar el producto como una opción de moda funcional que se adapta a diferentes estilos de vida.
- Se recomienda realizar un seguimiento continuo del mercado canadiense para identificar cambios en las tendencias de consumo y la competencia, lo que permitirá ajustar la estrategia de marketing según sea necesario.
- Explorar oportunidades de colaboración con influencers, marcas de moda reconocidas y organizaciones deportivas para amplificar la visibilidad del producto y generar credibilidad entre los consumidores.
- Considerar la integración de prácticas sostenibles en la cadena de suministro y comunicar los esfuerzos de responsabilidad social corporativa para atraer a consumidores cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus compras.

Bibliografía

1Library. (s.f). *1Library*. Obtenido de 1Library: <https://1library.co/article/satisfacci%C3%B3n-al-cliente-bases-te%C3%B3ricas-marco-te%C3%B3rico.q7w09nrz>

comercioexterior.la. (s.f). Obtenido de *comercioexterior.la*: <https://comercioexterior.la/puertos-maritimos/canada/puerto-de-halifax/#:~:text=El%20puerto%20de%20Halifax%20en%20Nueva%20Escocia%2C%20Canad%C3%A1,14%20metros.%206%20Posee%20gr%C3%BAas%20fijas.%20M%C3%A1s%20elementos>

Coursera. (29 de Noviembre de 2023). *Coursera*. Obtenido de Coursera: <https://www.coursera.org/mx/articles/4-ps-of-marketing>

OrangeSmile. (s.f). *orangesmile.com*. Obtenido de *orangesmile.com*: <https://www.orangesmile.com/guia-turistica/toronto/tradiciones--574890.htm>

Quiroa, M. (1 de Mayo de 2022). *Economipedia*. Obtenido de *Economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/experiencia-del-cliente.html>

Sanchez Galan, J. (01 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de *Economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-de-mercado.html>

Anexo

Ilustración 1	16
Ilustración 2	16
Ilustración 3	20
Ilustración 4	24