



Exportación de hamacas ecológicas: Oportunidades y desafíos en el mercado australiano

Juan José Betancur Gómez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Tecnología en Mercadeo Internacional

septiembre de 2024

Exportación colombiana

Juan José Betancur Gómez

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

Asesor(a)

Vladimir Álvarez Rojas

Magister en administración de organizaciones

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Tecnología en Mercadeo Internacional

septiembre de 2024

Contenido

Contenido

Resumen	8
Abstract.....	9
Keywords:	9
Introducción	11
CAPÍTULO I	12
1.1 Descripción del Problema	12
1.2 Formulación del Problema	12
2 objetivos	13
2.1.1 Objetivos específicos	13
3 justificación	13
CAPÍTULO II	15
4.1 Descripción del producto	15
4.2 Descripción de país a exportar	16
4.3 inteligencia de mercados	16
4.3.1 demandantes	18
4.3.2 Proceso de distribución	18
4.3.3 Matriz de Competidores Competidores directos:	18
4.4 segmentación	20
Psicográfico:	20
Segmento geográfico	21
Segmento conductual	21
Segmento por beneficio	21
4.5 Posicionamiento internacional	21
Diferenciaciones clave:	22
Estrategia de comunicación:	22
Canales de distribución:	22
Ilustración 1: Dofa	23
4.5.1.1: Pest	24

4.5.1.3 : 5 Fuerzas de Porter Ilustración 3 Fuerzas de Porter.....	25
1. Poder de negociación de los proveedores:	25
2. Poder de negociación de los compradores:.....	26
3. Rivalidad entre competidores existentes:	26
Amenaza de nuevos entrantes:.....	26
4. Amenaza de productos sustitutos:	26
4.5.2 Estrategias Competitivas de PorterEstrategia de Diferenciación:	27
Liderazgo General en Costos:.....	27
Estrategias de Posicionamiento	27
Alianzas Estratégicas con Tiendas Minoristas y Plataformas de ComercioElectrónico:.....	28
Estrategias de Crecimiento	28
Desarrollo de Programas de Fidelización:.....	28
Estrategias de Diferenciación y Posicionamiento	28
Compromiso con la Sostenibilidad y Materiales Eco-Amigables:	29
Tabla 2 Cronograma de Gantt.....	30
CAPÍTULO III	30
5.1 Línea de investigación institucional (Programa académico)	30
5.2 Eje temático (Programa académico).....	31
5.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo	32
5.4 Diseño no experimental.....	32
5.4.1 Alcance	33
5.4.1.1 Población	34
• Los distribuidores y minoristas de productos sostenibles de Brisbane, Queensland, que podrían estar interesados en llevar las hamacas a sus instalaciones.....	34
• Expertos en logística y procedimientos comerciales internacionales,especialmente aquellos con experiencia en la exportación de bienes colombianos a Australia o de productos artesanales... ..	34
5.4.1.2 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.	35
CAPÍTULO IV	35
Análisis de mercado y segmentación en Australia	35
Competencia y posicionamiento de las hamacas ecológicas:	36
Factores económicos y de costos en la exportación:	36
Percepción de los consumidores y estrategias de comunicación:	37
Retos logísticos y normativos:.....	37
Potencial de crecimiento y alianzas estratégicas.....	37

Conclusión	38
Recomendaciones	39
Referencias	40

Lista de tablas

Tabla 1: Competidores directos	21
Tabla 2 Cronograma de Gantt.....	32

Lista de figuras

Ilustración 1: Dofa	25
Ilustración 2 Pest.....	26
Ilustración 3 Fuerzas de Porter	27

Resumen

Este estudio analiza la factibilidad de la exportación de hamacas ecológicas desde Colombia hacia Australia, Orientándose hacia la creciente demanda de productos sostenibles y artesanales en el mercado australiano. Se establece que, aunque existen desafíos logísticos, regulatorios, y de competencia, las las hamacas ecológicas tienen un valor distintivo, significativo, gracias a su fabricación con materiales sostenibles originarios de Colombia , el diseño artesanal de las hamacas, se une a los intereses de nichos clave como la comunidad nómada y los ecoturistas.

A pesar de la distancia entre Colombia y Australia que conlleva costos y tiempos de envío elevados, el transporte marítimo y los acuerdos comerciales

Palabras clave:

- Exportación
- Hamacas ecológicas
- Comercio internacional
- Mercado australiano
- Sostenibilidad
- Comercio justo
- Mercadeo internacional
- Chocó, Colombia
- Exportación de productos artesanales
- Logística internacional
- Cadenas de suministro
- Certificaciones ecológicas
- Mercado de artesanías

Abstract

This study analyzes the feasibility of exporting eco-friendly hammocks from Colombia to Australia, focusing on the growing demand for sustainable and handcrafted products in the Australian market. It is established that, although there are logistical, regulatory, and competitive challenges, eco-friendly hammocks have distinctive and significant value due to their production with sustainable materials sourced from Colombia. The artisanal design of the hammocks aligns with the interests of key niches such as the nomadic community and ecotourists. Despite the distance between Colombia and Australia, which results in high shipping costs and times, maritime transport and trade agreements offer solutions to mitigate these challenges.

Keywords:

- Keywords:
- Export
- Eco-friendly hammocks
- International trade
- Australian market
- Sustainability
- Fair trade
- International marketing
- Chocó, Colombia
- Export of handcrafted products
- International logistics
- Supply chains

- Eco-certifications
- Handicraft market

Introducción

Este proyecto tiene como objetivo investigar si es posible exportar hamacas ecológicas hechas en Colombia al mercado de Australia, aprovechando que allá hay muchas personas interesadas en productos sostenibles y en contacto con la naturaleza. El propósito es analizar si estas hamacas podrían conectar con los australianos, que últimamente prefieren cosas que sean amigables con el medio ambiente y que los acompañen en sus actividades al aire libre. también hay desafíos, porque enviar productos tan lejos implica lidiar con temas logísticos, regulaciones de importación, y competir con marcas que ya están en el mercado.

En este estudio, se revisarán tanto las oportunidades como los problemas que pueden aparecer al intentar introducir las hamacas colombianas en Australia. Esto incluye entender el mercado, las normas que existen para productos artesanales, y conocer mejor a los consumidores. "Más del 60% de los consumidores australianos están comprometidos con el impacto ambiental y muchos están dispuestos a pagar más por productos sostenibles" (International, 2024), se va a ver cómo las hamacas pueden interesar a grupos específicos, como ecoturistas, gente que busca mejorar sus espacios al aire libre o personas que llevan un estilo de vida más "libre", como los que viven en furgonetas. La idea general es crear una guía para que pequeñas empresas de Colombia puedan llevar sus productos sostenibles a otros mercados, y que al final esto ayude también al crecimiento de la economía local.

CAPÍTULO I

1 planteamiento del Problema

1.1 Descripción del Problema

Este documento responderá a la necesidad de investigar las oportunidades para comercializar hamacas de producción artesanal en Australia. Por lo tanto, se mencionarán las características sociales, culturales y las tendencias fundamentales para los consumidores en el mercado de interés con la finalidad de encontrar un nicho adecuado y justificar las necesidades con nuestros productos. Además, se examinarán los retos relacionados con la logística y posibles restricciones al intentar enviar una cantidad significativa de mercancía artesanal. Considero que incluso si una artesanía es de alta calidad y posee una conexión cultural sustancial, en Australia su impacto está limitado debido a la falta de estrategias integrales en logística, marketing y exportaciones y regulaciones internacionales. Las empresas de artesanías pequeñas no cuentan con experiencia en la exportación y la infraestructura que les permitiría cumplir con los tiempos y los requisitos del mercado. Otros desafíos y factores, como un manejo de la exportación deficiente, la falta de incentivos fiscales y el dominio de los costos de las certificaciones australianas competitivos, también pueden contribuir a la ineficiencia en las exportaciones australianas.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo puede una empresa colombiana dedicada a la fabricación de hamacas ecológicas artesanales diseñar estrategias de marketing para la exportación al mercado australiano?

2 objetivos

2.1 Objetivo General

Evaluar la posibilidad de vender hamacas ecológicas artesanales en Australia y crear un plan de marketing para posicionar el producto en ese mercado.

2.1.1 Objetivos específicos

- Identificar las normativas comerciales de Australia para productos artesanales.
- Estudiar cómo es el mercado australiano de hamacas y productos similares.
- Analizar a la competencia directa e indirecta, viendo sus fortalezas, debilidades y estrategias.

3 justificación

El aumento en la demanda de productos sostenibles y hechos a mano representa una gran oportunidad para las empresas en Colombia que fabrican hamacas tradicionalmente pudiendo adaptar el tipo de materiales que se usan. Australia en particular, es un mercado interesante por su alto nivel de conciencia ambiental y porque les interesa mucho comprar productos que cuiden el medio ambiente. Pero exportar este tipo de artesanías desde Colombia hasta Australia no es sencillo, ya que hay bastantes retos logísticos, normativos y también de competencia. Este estudio es importante porque se encarga de analizar esos obstáculos, pero también de encontrar oportunidades que existen en este mercado, para que la empresa se pueda adaptar y competir mejor.

existe una ventaja que se explora poco, hay muchas personas que viven de forma “nómada” en Australia, usando sus vehículos como su casa para reducir costos de hotelería y alojamiento. Estos posibles consumidores incluyendo viajeros, extranjeros y mochileros, que prefieren la simplicidad de tener un descanso en lugares en contacto con la naturaleza, pueden ver nuestras hamacas ecológicas como el producto perfecto para su estilo de vida. Según un artículo de Hermant (2023), "las personas que viven en furgonetas enfrentan desafíos únicos, incluyendo la falta de acceso a servicios básicos y la estigmatización social," lo que resalta la necesidad de soluciones prácticas para su comodidad.

En un contexto similar, ProSierra y el proyecto de cooperación internacional +Algodón Colombia, en conjunto con Punto Blanco, están liderando iniciativas para promover la sostenibilidad en el campo colombiano. Tal como señala (Solís, 2021) “Esta apuesta por el desarrollo de la sostenibilidad en el campo colombiano es liderada por ProSierra con apoyo del proyecto de cooperación internacional +Algodón Colombia (...) Punto Blanco impulsa esta primicia sostenible convirtiendo la primera cosecha en una camiseta de edición especial creada con el primer algodón orgánico nativo de Colombia.” Esto muestra cómo el algodón cultivado de forma ecológica en Colombia llega a mercados internos y podría incluirse en productos disponibles para consumidores en todo el país, incluyendo el Chocó.

Desarrollar una estrategia de exportación va a ayudar no solo a superar los problemas típicos como los costos logísticos y las leyes del comercio internacional, sino que también permitirá aprovechar las tendencias de consumo sostenible y este estilo de vida alternativo en Australia. De esta forma, el proyecto ofrece soluciones concretas que pequeñas empresas

artesanales en Colombia pueden usar, ayudando a que la economía local crezca y que los productos ecológicos lleguen a otros mercados.

CAPÍTULO II

4 Diagnostico

4.1 Descripción del producto

Esta hamaca ecológica artesanal combina una tradición y sostenibilidad, fabricada con algodón orgánico, fique y poliéster reciclado estos materiales cuidadosamente seleccionados para ofrecer una experiencia cómoda y segura en al aire libre. Su diseño contiene un protector de malla de poliéster contra insectos comunes en climas tropicales, ideal para ecoturistas y locales que buscan relajarse en espacios abiertos sin preocupación.

Las bases y la cuerda son muy resistentes. están elaboradas con puro fique en los brazos de la hamaca garantizando un gran agarre, Asegurando durabilidad y sostenibilidad. Cada diseño artesanal en la hamaca refleja la riqueza cultural colombiana, contando historias únicas a través de sus patrones tradicionales. sumalla de poliéster reciclado proporciona una ventilación adecuada para las condiciones en las que se distribuirá, y el cierre de alta calidad asegura una barrera eficaz contra insectos, pudiendo disfrutar de momentos de tranquilidad y conexión con la naturaleza sin preocupaciones. Este producto no solo ofrece comodidad y protección, sino

también una experiencia auténtica que refleja el trabajo artesanal colombiano y el compromiso con el medio ambiente, con su base metálica por separado permitiendo instalar se en cualquier tipo de condición en caso de no haber arboles cerca. convirtiéndolo en una elección ideal para aquellos que valoran la calidad.

4.2 Descripción de país a exportar

Australia es un país desarrollado con una población que valora mucho la sostenibilidad y los productos ecológicos. Es un lugar donde el estilo de vida al aire libre es muy popular, por lo que es un destino ideal para hamacas que ofrezcan protección extra contra los insectos. El país tiene climas variados, con zonas tropicales, templadas y desérticas, lo que permite que el mercado se pueda segmentar según las características del producto.

- **Estilo de vida:** Los australianos disfrutan del aire libre, lo que aumenta la demanda de productos como hamacas.
- **Sostenibilidad:** Hay una creciente conciencia ambiental y una preferencia por productos ecológicos.
- **Diversidad climática:** Permite ofrecer productos específicos para cada región (tropical, templado, desértico).

4.3 inteligencia de mercados

tamaño del mercado

Australia: El mercado australiano está en crecimiento, especialmente en productos que apoyan el consumo sostenible, como las hamacas ecológicas. Los consumidores australianos valoran productos artesanales, naturales y sostenibles. El sector de artículos para el hogar y exteriores está creciendo, impulsado por tendencias de vida al aire libre y turismo.

Según los datos de la (Australian Bureau of Statistics, 2024) el tamaño del mercado australiano de productos ecológicos y sostenibles, como hamacas ecológicas, ha crecido un 15% en los últimos dos años. En cuanto al sector de artículos para el hogar y exteriores, el mercado australiano tiene un valor de alrededor de 10 mil millones de dólares al año. Sin embargo, es importante destacar que estos números pueden variar dependiendo de la fuente y el período de tiempo considerado

Segmento Objetivo: Principalmente, consumidores interesados en productos ecológicos y sostenibles, personas que practican el ecoturismo, decoración de exteriores, y quienes buscan alternativas ecológicas para el descanso al aire libre.

Según (euromonitor, 2023) El valor del mercado de muebles y decoración exterior en Australia ha crecido un 5-6% en los últimos años. y La tendencia por productos sostenibles ha aumentado un 10% en el sector retail australiano.

4.3.1 demandantes

- **Australianos:** Consientes del impacto ambiental y consientes ante la sostenibilidad, que frecuentan a buscar productos ecológicos y artesanales.
- **Ecoturistas:** Personas que buscan Experiencias cercanas a la naturaleza y prefieren productos que se alineen con estos principios, como las hamacas ecologicas. según (Wikipedia, 2024) en Australia se encuentran 39.540 colombianos y cada vez hacen mas convocatorias para estudiar en Australia, representa una oportunidad clave por razones de nostalgia y para reducir costos de alojamiento en sus viajes y vacaciones.

4.3.2 Proceso de distribución

Según (ProColombia, 2019) Para la exportación de hamacas hacia Australia, el método marítimo es la opción más eficiente en términos de costo y manejo de grandes volúmenes, dado el tamaño y peso de las hamacas, siendo más rentable comparado al aéreo, partiendo desde los puertos más comunes como Cartagena o buenaventura dirigiéndose a puertos clave como Brisbane, Melbourne o sidney. El tiempo promedio de tránsito marítimo de Colombia a Australia es de 30 a 45 días, por factores como condiciones climáticas y escalas portuarias.

4.3.3 Matriz de Competidores

Competidores directos:

UBICACIÓN	Hamacal Australia: Australia	Tropicana Hammocks: Estados Unidos	Mayan Legacy: México	Vivere Hammocks: Canadá
PÚBLICO	Consumidores de alto nivel económico	Amantes de actividades al aire libre	Público interesado en productos artesanales	Consumidores ecológicos y sostenibles
DISTRIBUCIÓN	Internacional	Nacional e Internacional	Internacional	Internacional
PRECIO	\$100 - \$300 USD	\$80 - \$250 USD	\$120 - \$350 USD	\$90 - \$320 USD
EXPORTACIONES	Moderada	Moderada	Alta (enfocada en exportación)	Moderada
CALIDAD	Alta (lujo y tradicionales)	Media-Alta (duradera)	Alta (hecho a mano)	Alta (ecológica)
TRAYECTORIA EN EL MERCADO	Reconocida en mercados de lujo	Experiencia con productos para exteriores	Marca establecida, fuerte en artesanías	Bien posicionada en mercados ecológicos

Tabla 1: Competidores directos

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro presenta un análisis de los principales competidores en el mercado australiano de hamacas, con información sobre sus productos, rangos de precio, fortalezas y debilidades.

- **Hamacal Australia:** Vende hamacas de lujo y tradicionales, con precios entre \$100 y \$300 USD. Su fortaleza es su presencia local, aunque tiene poco enfoque en sostenibilidad, lo cual es una oportunidad para nuestras hamacas ecológicas.

- **Tropicana Hammocks:** Ofrece hamacas para exteriores, de \$80 a \$250 USD, destacándose por su diseño resistente. Sin embargo, no todas sus hamacas son ecológicas, lo cual nos permite posicionar mejor nuestro producto sostenible.
- **Mayan Legacy:** Comercializa hamacas artesanales importadas, con precios de \$120 a \$350 USD. Aunque tienen un enfoque artesanal fuerte, su debilidad es el alto costo, lo que podría hacernos más competitivos con precios accesibles.
- **Vivere Hammocks:** Se especializa en hamacas ecológicas, con precios de \$90 a \$320 USD. Está bien posicionada en sostenibilidad, pero tiene poca personalización, lo cual podríamos aprovechar ofreciendo opciones personalizables.

4.4 segmentación

Demográfico:

- **Jóvenes adultos (24-40 años):** personas en brisbane y les interesa estilos de vida sostenibles, decoración de exteriores y actividades al aire libre
- **Familias con niños:** padre de que busquen soluciones de descanso y entretenimiento en espacios exteriores como jardines y patios

Psicográfico:

- **Ecologistas:** personas comprometidas con la sostenibilidad y que buscan productos que minimicen el impacto ambiental, valoran la calidad artesanal y la ética de producción.

- **Aficionados al aire libre:** personas que disfruten de actividades al aire libre, como camping y picnics, y que buscan productos prácticos como hamacas portátiles.

Segmento geográfico

- **Áreas urbanas y suburbanas:** habitantes de Brisbane y sus suburbios que tienen acceso a espacios al aire libre y desean mejorar sus patios o jardines.
- **Zonas turísticas:** dar atención a áreas cercanas a playas y parques nacionales donde hay cadencias turísticas.

Segmento conductual

- **Compradores en línea:** personas que prefieran comprar por plataformas digitales o que necesiten en momentos indeterminados.
- **Campistas frecuentes:** personas que suelen ir de camping y buscan productos livianos y de fácil almacenamiento.

Segmento por beneficio

- **Interesados en la cultura:** residentes colombianos en Brisbane o australianos con un interés en productos que representen la cultura latinoamericana.
- **Hoteles, y hospedajes:** establecimientos que busquen llamar la atención por medio de productos sostenibles para mejorar la visión ecológica de los posibles huéspedes en sus hospedajes como en sus áreas exteriores.

4.5 Posicionamiento internacional

Slogan: “conéctate con la naturaleza, descansa con conciencia”

Propuesta de valor: nuestras hamacas ecológicas artesanales no solo brindan un lugar donde descansar, son un símbolo ambiental y de autenticidad, hechas a mano en Colombia con

materiales orgánicos y procesos respetuosos con el medio ambiente, cada hamaca cuenta una historia de tradición y cultura.

Diferenciaciones clave:

- **Sostenibilidad:** utilizamos solo material ecológico como el algodón orgánico y fique. Hacemos prácticas de producción que minimizan nuestro impacto ambiental. Cada compra contribuye a la preservación de la naturaleza.
- **Artesanía autentica:** las hamacas son elaboradas por artesanos locales del choco, lo que asegura una calidad excepcional y un diseño único exponiendo la cultura colombiana.
- **Experiencia de uso:** diseñadas para ofrecer un gran confort, y fácil almacenamiento.

Estrategia de comunicación:

Utilizando plataformas digitales y redes sociales para contar historias, procesos y beneficios de las hamacas y los beneficios de un estilo de vida sostenible.

Implementar campañas de marketing que involucren la comunidad colombiana en Australia, fomentando un sentido de pertenencia y apoyo mutuo.

Canales de distribución:

Usar E-commerce para llevar una audiencia mas amplia, ofreciendo opciones de envío más ecológico que garanticen la seguridad y calidad del producto. Participar en ferias y eventos relacionados con el turismo y la sostenibilidad para aumentar la visibilidad de la marca.

4.5.1.1: (PEST, DOFA, 5 FUERZAS DE PORTER)

Ilustración 1: Dofa



Fuente: elaboración propia.

Este análisis FODA muestra que la exportación de hamacas ecológicas a Australia tiene buen potencial gracias a la demanda creciente de productos sostenibles y al interés en el ecoturismo. Las hamacas, al ser artesanales y ecológicas, pueden destacarse en un mercado donde los consumidores valoran la autenticidad y la responsabilidad ambiental.

Sin embargo, también hay retos importantes. La distancia entre Colombia y Australia implica costos de envío elevados y dificultades logísticas, y la marca aún es desconocida en ese mercado, lo cual podría limitar el alcance inicial. Además, la competencia con productos similares ya establecidos y los posibles cambios en las políticas comerciales podrían afectar la viabilidad del proyecto.

4.5.1.1: Pest

Ilustración 2 Pest



Fuente: (Statistics, 2024)

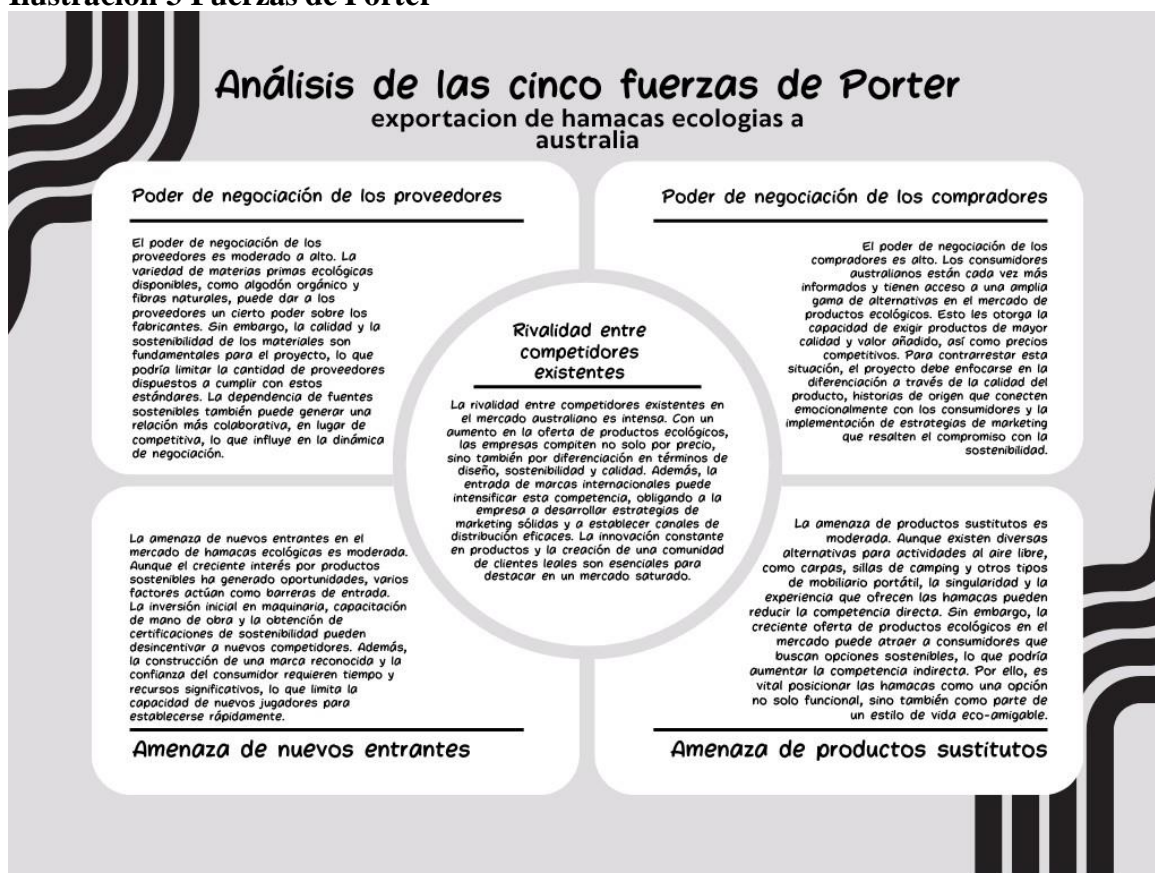
Este análisis PEST muestra que la exportación de hamacas ecológicas a Australia tiene un buen contexto por la afinidad del mercado australiano con productos sostenibles y ecológicos. El país cuenta con regulaciones y acuerdos comerciales que facilitan el comercio internacional, y existe un creciente interés en productos que respetan el medio ambiente, lo cual aumenta el potencial de aceptación de las hamacas ecológicas.

el proyecto enfrenta retos, como los costos logísticos y posibles fluctuaciones en el tipo de cambio que pueden afectar los márgenes de ganancia. También, aunque la tecnología y el comercio electrónico ofrecen oportunidades para llegar directamente al consumidor, los aranceles y políticas comerciales podrían ser obstáculos. En general, la combinación de factores

sociales y económicos favorables ofrece un buen panorama, pero es crucial tener una estrategia sólida para abordar las barreras comerciales y logísticas.

4.5.1.3 : 5 Fuerzas de Porter

Ilustración 3 Fuerzas de Porter



Información realizada por parte de (ProColombia, 2019) y (oecd, 2023).

1. Poder de negociación de los proveedores:

Los proveedores tienen un poder de negociación entre moderado y alto. Esto es porque no hay tantas opciones de materiales ecológicos como el algodón orgánico o las fibras naturales. Al depender de estos materiales los fabricantes deben llegar acuerdos con los proveedores en temas de calidad y sostenibilidad, lo que hace que trabajen más en conjunto que como competidores.

La relación de colaboración entre ellos es importante, ya que los lineamientos ecológicos son muy importantes para el proyecto.

2. Poder de negociación de los compradores:

Los consumidores en Australia tienen muchas opciones de productos ecológicos, por lo que son bastante exigentes. Al estar bien informados pueden pedir productos de buena calidad y que sean amigables con el medio ambiente. Esto significa que las empresas deben esforzarse para destacar como con campañas que resalten la historia de los productos y el compromiso con la sostenibilidad. De esta manera, buscan crear una conexión emocional con los consumidores hacia Colombia y sus habitantes en el choco.

3. Rivalidad entre competidores existentes:

Hay muchas empresas ofreciendo productos similares, y no solo compiten en precios, sino también en cosas como diseño, durabilidad y compromiso ambiental. Algunas marcas internacionales ya tienen estrategias de marketing exitosas y redes de venta muy fuertes, lo que hace que sea más difícil para nuevas empresas ganar terreno. Para destacar, las marcas deben esforzarse en tener una imagen firme y desarrollar una conexión duradera con sus clientes.

Amenaza de nuevos entrantes:

Aunque los productos sostenibles están de moda en Australia, no es tan fácil entrar en el mercado. Empezar un negocio de hamacas ecológicas necesitaría dinero para maquinaria, distribución, capacitación y certificados de sostenibilidad. lo cual es una barrera para nuevas empresas. Además, establecer una marca reconocida y confiable lleva tiempo, por lo que no cualquiera puede entrar rápidamente y rivalizar con empresas que ya están consolidadas.

4. Amenaza de productos sustitutos:

Hay otros productos que pueden usarse en lugar de una hamaca, como sillas de camping o carpas, que son alternativas para actividades al aire libre. A pesar de eso el hecho de que las hamacas ecológicas sean más amigables con el ambiente y ofrezcan una experiencia única puede ayudar a que se mantengan atractivas para los consumidores. Posicionarse como una opción diferente y más sostenible es importante en un mercado que valora el cuidado ambiental.

4.5.2 Estrategias Competitivas de Porter

Estrategia de Diferenciación:

- Creación de colecciones limitadas de hamacas, lo que generará exclusividad y urgencia en los clientes para que compren antes de que se agoten.
- Opción de personalizar las hamacas con diseños exclusivos, dirigido a aquellos que buscan un producto único y premium.

Liderazgo General en Costos:

- Aprovechamiento del acuerdo de continuidad comercial entre Colombia y Australia, que facilita condiciones de integración y acceso preferencial.
- Capacidad para establecer precios competitivos en el mercado sin comprometer la calidad de las hamacas.

Estrategias de Posicionamiento

Presencia en Ferias de Diseño y Exhibiciones Internacionales:

- Participación en eventos de diseño, ferias y exposiciones de artesanía en Australia, con el fin de aumentar la visibilidad y el reconocimiento de las hamacas.
- Exhibición de las hamacas en espacios internacionales para posicionarlas como productos de calidad artesanal.

Alianzas Estratégicas con Tiendas Minoristas y Plataformas de Comercio

Electrónico:

- Establecimiento de alianzas con tiendas minoristas en Australia y plataformas digitales para aumentar la presencia de las hamacas en puntos de venta clave.
- Utilización de plataformas en línea para ampliar el alcance y permitir la compra directa a través de canales digitales.

Estrategias de Crecimiento

Producto Existente pero Diferente en Mercado Existente:

- Campañas a través de Instagram, Facebook y la página web, de expectativas para generar curiosidad y atraer la atención de nuevo público
- - Creación de conexión emocional con los clientes al compartir historias sobre el origen de las hamacas y el trabajo de los artesanos del choco y todo Colombia.

Desarrollo de Programas de Fidelización:

- Implementación de un programa de fidelización que ofrezca descuentos y beneficios a clientes continuos, incentivando así la recompra.
- eventos exclusivos para clientes leales, donde puedan conocer a los artesanos y aprender más sobre la historia de las hamacas, fortaleciendo la conexión con la marca y el país.

Estrategias de Diferenciación y Posicionamiento

Enfoque en el Valor Cultural y Artesanal de las Hamacas:

- - mostrar herencia cultural colombiana detrás de cada hamaca, enseñando los procesos tradicionales y la historia de estos.
- - Explicar que cada hamaca no es solo un producto, sino una representación del arte, la tradición de los artesanos colombianos y que además es única.

Compromiso con la Sostenibilidad y Materiales Eco-Amigables:

- - Marketing de las hamacas como una opción consciente para consumidores interesados en reducir el impacto ambiental.
- - Inclusión de una etiqueta eco-amigable en cada hamaca, dando a conocer su fabricación responsable y materiales sostenibles.

4.5.3 Cronograma de Gantt

Tabla 2 Cronograma de Gantt

Mes	Actividad	Recursos Humanos Involucrados	Responsable	Área Encargada	Indicador de Medición
Mes 1	Reclutamiento y Selección de Operadores	Operadores	Gerente de Recursos Humanos	Recursos Humanos	Encuesta de satisfacción en el proceso de selección
	Capacitación Técnica Inicial	Técnico, Operadores	Coordinador de Capacitación	Capacitación	Examen de conocimientos básicos
	Instalación y Configuración de Herramientas Tecnológicas	Técnico, Tecnológico	Jefe en informática	Tecnología de la Información	Informe de Instalación y Pruebas de Herramientas
Mes 2	Entrenamiento de Procedimientos Operativos	Operadores	Supervisor de Operaciones	Operaciones	Evaluación Práctica y Examen Teórico
	Implementación de Software Financiero	Financiero, Tecnológico	Analista Financiero	Finanzas	Informe de Uso y Pruebas de Software
Mes 3	Optimización de Procesos Técnicos	Técnico, Operador	Gerente de Operaciones	Operaciones	Cuadro Comparativo de Desempeño Operativo
	Capacitación en Nuevas Tecnologías	Tecnológico, Operador	Coordinador de Capacitación	Capacitación	Encuesta de Aprendizaje
Mes 4	Evaluación del Desempeño de Recursos Humanos	Todos	Gerente de Recursos Humanos	Recursos Humanos	Informe de Evaluación por Indicador Clave de Desempeño de cada área
	Análisis de Retorno de Inversión en Capacitación y Tecnología	Financiero	Analista Financiero	Finanzas	Informe de Retorno de la Inversión y Encuesta de Satisfacción Financiera

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO III

5. Diseño Metodológico

5.1 Línea de investigación institucional (Programa académico)

Arancel y Clasificación de Importaciones: para calcular los impuestos de importación a las hamacas ecológicas exportadas a Australia desde Colombia, es imprescindible clasificar correctamente el producto en la arancelaria. Las hamacas deben clasificarse como “6306.90.00 – otros artículos de camping o textiles para exteriores” en la última categoría del Sistema Armonizado. Al importarse productos textiles a Australia, debe pagar un arancel del 5% y GST

de un 10%, que es el 10% del valor de la mercadería y el arancel. Por lo tanto, los impuestos adicionales afectarían los costos de las hamacas importadas as. (australian border force, 2024).

Directrices de bioseguridad: se debe contar con una declaración de origen que asegure las normas ecológicas en el país de origen del producto, ya que materiales textiles estándar pueden no estar permitidos en Australia debido a su impacto en el medio ambiente. (australian border force, 2024).

5.2 Eje temático (Programa académico)

Este taller se relaciona con la tecnología en mercadeo internacional ya que permita aplicar competencias clave en el análisis de mercados e implementación de estrategias comerciales en un área práctica, tales como investigación de mercados extranjeros, estrategias de posicionamiento de marketing, y adaptación de producto para el consumidor final.

El taller incluye conceptos de comercio internacional como identificación de requisitos de exportación, la selección de medios e distribución y la adaptación de estrategias de comunicación y venta en una cultura distinta. Este enfoque practico y global refuerza habilidades esenciales en el análisis de mercados internacionales negociación y desarrollo sostenible, que son fundamentales en el perfil de un tecnólogo en mercadeo internacional.

5.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo

Este proyecto de grado tiene un enfoque mixto.

El análisis cuantitativo del mercado en Australia proporciona el volumen de demanda, el costo de exportación y las previsiones de ventas. De este modo, ofrece una base económica para evaluar si las exportaciones son viables.

"La investigación cuantitativa se enfoca en cuantificar el problema generando datos numéricos o datos que puedan ser transformados en estadísticas utilizables. Se utiliza para cuantificar actitudes, opiniones, comportamientos y otras variables definidas, y para generalizar los resultados de una muestra más grande" (Burns, R. B. 2000, 4th ed.).

Además, un enfoque cualitativo reutilizaría para comprender las preferencias culturales y las percepciones de los consumidores australianos sobre los productos ecológicos y sostenibles, que también serían útiles para la estrategia de marketing. Al integrar ambos enfoques, se beneficiaría del conocimiento de las circunstancias económicas y se adaptaría culturalmente al mercado en cuestión.

"La investigación cualitativa es una actividad situada que ubica al observador en el mundo. Consiste en un conjunto de prácticas interpretativas y materiales que hacen visible el mundo. Estas prácticas transforman el mundo y lo hacen accesible a otros" (Denzin, N. K. & Lincoln, 2005, P 3rd ed.)

5.4 Diseño no experimental

Este proyecto utiliza un diseño no experimental, ya que no implica la manipulación de variables independientes, sino la observación y análisis de las variables tal como ocurren

naturalmente. Como señalan Hernández Sampieri et al. (2014) en un diseño no experimental ““el investigador observa los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (p. 151).este enfoque da a comprender las condiciones del mercado australiano sin cambiar los elementos que influyen en la demanda de productos ecologicos.

5.4.1 Alcance

El trabajo de grado se enfoca en evaluar la viabilidad para exportar hamacas ecológicas del Chocó, Colombia - a Brisbane, Queensland, Australia. En ese sentido, este estudio abarcará la evaluación del perfil del consumidor del mercado de Brisbane interesado en productos ecológicos, sostenibles, y manufacturados, con la finalidad de determinar posibles nichos donde posicionar las hamacas chocoanas. Adicionalmente, la presente investigación incluirá el cumplimiento de los requerimientos y regulaciones de importación en Queensland para productos textiles y artesanales de Colombia. se tomarán en cuenta los factores logísticos y de distribución para transportar el producto desde el Chocó hasta Brisbane, considerando las opciones de transporte, costos asociados, y rutas óptimas de entrada. Así mismo, el estudio valorará establecer alianzas con minoristas o distribuidores en Brisbane que permitan la entrada al mercado australiano.

el trabajo de grado incluye la evaluación de estrategias de mercadeo y promoción culturalmente válidas que permitan presentar los valores ecológicos y artesanales de las hamacas al consumidor australiano con el fin de acercarlos al mercado objetivo de Brisbane.

5.4.1.1 Población

- **Los consumidores de Brisbane, Queensland, interesados en productos ecológicos, sostenibles y de origen artesanal.**

Este grupo es la audiencia objetivo en la cual se basa el mercado de las hamacas ecológicas y proporciona información sobre las preferencias de compra, el precio que están dispuestos a pagar y la percepción del valor agregado de la sostenibilidad y la artesanía local.

- **Los distribuidores y minoristas de productos sostenibles de Brisbane, Queensland, que podrían estar interesados en llevar las hamacas a sus instalaciones.**

Este grupo contribuirá datos sobre la demanda local, las expectativas de precios, y los términos y condiciones de venta que facilitarán o dificultarán el comienzo de la producción en Queensland.

- **Expertos en logística y procedimientos comerciales internacionales, especialmente aquellos con experiencia en la exportación de bienes colombianos a Australia o de productos artesanales.**

Este grupo proporciona información de primera mano sobre la regulación y los procedimientos de importación, incluyendo la logística internacional y los costos implícitos, para garantizar la viabilidad en términos de regulaciones y costos.

5.4.1.2 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

Los siguientes métodos e instrumentos se emplearán para recopilar información en el estudio: **Revisión de fuentes secundarias:** Realizar una investigación de mercado detallada, informes del sector y estadísticas de fuentes de renombre, como el Australian Bureau of Statistics y organizaciones comerciales internacionales. Tales informes comerciales brindarían información relacionada con el uso de productos ecológicos en Brisbane. Además, estas fuentes proporcionarían datos sobre las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor. Serían útiles para recopilar información sobre los aspectos que intervienen en el mercado objetivo del producto y la lógica detrás de estos factores. 2. Análisis comparativo: Se utilizan datos de mercado de países comparables como el Reino Unido y Nueva Zelanda para hacer una extrapolación sobre el comportamiento del consumidor en Brisbane. Se utilizarían patrones de adopción de productos ecológicos y sostenibles en estos mercados para ajustar la aceptación de los productos en el mercado objetivo. 3. Estudio de caso: revisar estudios de caso de exportaciones exitosas de productos orgánicos y artesanales a Australia, con un enfoque específico en los productos textiles. Se analizarían factores críticos de éxito y posibles desafíos que se presentarían en la comercialización de las hamacas ecológicas. 4. Análisis de datos económicos y comerciales: consultar bases de datos comerciales y estadísticas de importación de productos ecológicos en Australia y Queensland. Ayudaría a proporcionar información relevante sobre el comercio en la región y la lógica empresarial detrás de las importaciones.

CAPÍTULO IV

6 Resultados y Discusiones

Análisis de mercado y segmentación en Australia

Se identifico que el mercado australiano es constante consumidor de productos ecológicos, especialmente en consumidores interesados en la sostenibilidad y el ecoturismo. La población de Brisbane, Queensland, muestra un gran interés por los productos artesanales y sostenibles, lo cual representa una oportunidad importante para las hamacas ecológicas. La segmentación incluyo, consumidores jóvenes, familias con niños, ecoturistas y campistas que buscan alternativas con mejor calidad, ergonomía y eco-amigables para el descanso en aire libre. Esto sugiere una posibilidad de crecimiento en un nicho que valora tanto la calidad artesanal como el impacto ambiental reducido de los productos.

Competencia y posicionamiento de las hamacas ecológicas:

La investigación identifico a competidores internacionales en el mercado de las hamacas de alta calidad, entre ellos Tropicana hammocks y vivere hammocks. Estas marcas ya establecidas ofrecen productos duraderos y en algunos casos, sostenibles, aunque con poca personalización y un enfoque menor en la artesanía cultural.

Nuestras hamacas se diferencian por la genuinidad de los materiales y la tradición artesanal colombiana, atributos que podrían mejorar el posicionamiento del producto como opción culturalmente rica y sostenible. Como la opción de personalización, una de las estrategias planteadas, agregarían un valor diferente atractivo.

Factores económicos y de costos en la exportación:

El análisis de costos incluye aspectos logísticos, como los aranceles de importación del 5% y el GST del 10% en Australia en australa, aunque los costos adicionales presentan un desafío, el acuerdo de continuidad comercial entre Colombia y Australia facilita la exportación y podría ayudar a reducir algunos costos iniciales.

El transporte marítimo sigue siendo la opción mas valida, con un tiempo promedio de envío de 30 a 45 días desde Colombia hasta los puertos principales en Australia. Este aspecto podría afectar los precios finales, lo que implica la necesidad de estrategias de costeo competitivo para asegurar la accesibilidad sin comprometer la calidad.

Percepción de los consumidores y estrategias de comunicación:

Los consumidores australianos valoran los productos con historias culturales y un compromiso ambiental claro. Y su contando con sus materiales como algodón orgánico y Fique. Representan una elección consciente para los compradores. La manera de comunicación propuesta incluye el uso de redes sociales y plataformas digitales para la historia del producto y los artesanos que las producen. Así fortaleciendo la conexión emocional con los clientes resaltando la responsabilidad ambiental del producto.

Retos logísticos y normativos:

La distancia ente países impone retos logísticos significativos, como la coordinación de envíos marítimos y cumplimiento de normativas de bioseguridad y aranceles. La vatiabilidad en el tipo de cambio podría afectar los costos, necesitando una evaluación continua a los márgenes de ganancia. A pesar de estos desafíos, la exportación es viable si se establece una buena cadena de distribución que pueda disminuir los tiempos de envío y asegurar que el producto llegue en optimas condiciones a los distribuidores y consumidores.

Potencial de crecimiento y alianzas estratégicas

El mercado de productos sostenibles en Australia va en crecimiento constante en la demanda, a través de alianzas con minoristas locales y a participación en ferias ecológicas, podrían ganar visibilidad y reconocimiento competitivo.

También se identifico que la comunidad colombiana en Australia puede actuar como embajadora del producto, promoviendo su valor cultural y ecológico.

CAPÍTULO V

7 Conclusiones y/o recomendaciones

Conclusión

El estudio determina que la exportación de hamacas ecológicas desde Colombia hacia Australia es viable, gracias al interés creciente de los australianos, por productos sostenibles y artesanales. Aunque el proceso enfrenta desafíos importantes asociados con la logística, las regulaciones internacionales y la competencia del mercado. la implementación de materiales sostenibles como el algodón orgánico, el fique y el poliéster reciclado junto a su diseño artesanal, otorga a las hamacas un valor diferencial que puede sobresalir en un mercado competitivo, especialmente entre nichos clave como el confort nómada y los ecoturistas. Aunque la distancia geográfica representa un obstáculo por los costos y tiempos de envío, el transporte marítimo y los acuerdos comerciales mutuos ofrecen opciones para disminuir estas dificultades. Sumado a esas iniciativas sostenibles en Colombia, El país ofrece beneficios adicionales para los exportadores que elijan trabajar con productos ecológicos. Programas con Prosierra y el proyecto +Algodón proporcionan incentivos fiscales a apoyos substanciales a las pequeñas y medianas empresas que tienen practicas amigables con el medio ambiente facilitándole el acceso a mercados australianos, productos como el cultivo de algodón orgánico y el uso de fibras locales, refuerzan la propuesta de valor del producto, a pesar de la fuerte competencia, las estrategias de

diferenciación en la autenticidad cultural y sostenibilidad dan una oportunidad única para posicionar este producto en este mercado con gran potencial.

Recomendaciones

- Construir alianzas estratégicas con minoristas australianas y participar en ferias de sostenibilidad para aumentar la visibilidad del producto y su aceptación en el mercado.
- Planificar una estrategia de marketing digital que destaque la historia detrás de las hamacas, sus procesos sostenibles y el impacto positivo en las comunidades colombianas del choco, para conectar emocionalmente con los consumidores.
- maximizar los procesos logísticos a través de la selección de rutas marítimas eficientes, el cumplimiento estricto de normativas internacionales y la aplicación de Ahorros por volumen para reducir costos.
- Agregar un programa para fidelizar a los consumidores frecuentes y distribuidores australianos, que incentive la recompra y fortalezca much mas la relación con la marca.
- Realizar estudios de mercado continuos para identificar cambios en las preferencias de los consumidores y adaptar las estrategias de exportación a las nuevas tendencias.
- Incluir nuevos servicios con diseños personalizados o ediciones limitadas, reforzando la impresión de exclusividad y originalidad de las hamacas.

Referencias

- Burns, R. B. (2000). *Introduction to Research Methods*. Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- euromonitor. (2023). *euromonitor internacional*. Obtenido de euro monito internacional: <https://www.euromonitor.com/our-methodologies/data-science>
- force, a. b. (2024). *australian border force*. Obtenido de australian border force: <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/tariff-classification/current-tariff>
- Hermant, N. (2023). *abc*. Obtenido de abc: <https://www.abc.net.au/news/2023-06-25/homelessness-life-lived-in-a-van/102512360>
- Hernández Sampieri, F. C. (2014). *Metodología de la investigación (6.ª ed.)*. McGraw-Hill Education.
- International, E. (2024). *Euromonitor*. Obtenido de Euromonitor: <https://www.euromonitor.com/>
- oecd. (2023). *oecd*. Obtenido de oecd: <https://www.oecd.org/>
- ProColombia. (Febrero de 2019). *ProColombia*. Obtenido de <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/industria-del-mueble-colombiano-un-mercado-de-muchas-oportunidades>
- Solís, J. (2021). *Textiles Panamericanos*. Obtenido de Textiles Panamericanos: <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2021/05/algodon-nativo-no-transgenico-en-colombia/>
- Statistics, A. B. (2024). *ABS*. Obtenido de ABS: <https://www.abs.gov.au/>

- Wikipedia. (2024). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Emigraci%C3%B3n_colombiana