

SABBATH PET

NATALY SANTOS RIOS

RUBY MENESES CALDERON

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

OPCION DE GRADO II

BOGOTA

2018

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA	4
1.1. Descripción del Negocio.....	4
1.2. Objetivo General.....	4
1.3. Marco Legal	5
1.4. Misión	5
1.5. Visión.....	5
1.6. Valores	5
1.7. Objetivos Específicos.....	6
1.8. Análisis Pestel.....	7
1.9. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	10
1.10. Fuerzas Inductoras	11
1.10.1. Oportunidades	11
1.10.2 Fortalezas.	11
1.11. Fuerzas Opositoras	11
1.11.1 Debilidades.....	11
1.11.2 Amenazas	11
1.12. Cadenas de Valor	12
1.13. Estrategia Competitiva	12

1.13.1	Actividades Primarias	12
1.13.2	Actividades Auxiliares	13
2.	ESTUDIO DE MERCADOS	14
2.1.	Objetivos del Estudio del Mercado.....	14
2.2.	Segmentación.....	14
2.2.1.	Ubicación	14
2.2.2.	Número de Habitantes.....	15
2.2.3.	Pentágono.....	16
2.3.	Metodología del estudio de mercado:	17
2.3.1.	Tabulación Encuesta	18
2.4.	Análisis Concluyente	23
3.	PLAN DE MARKETING	24
3.1.	Estrategia de Producto.....	24
3.2.	Estrategia de Precio.....	24
3.3.	Estrategia de Publicidad.....	24
3.4.	Desarrollo de Marca.....	24
3.5.	Marca.....	24
3.6.	Logo	25
3.7.	Slogan.....	25
3.8.	Ventaja competitiva.	25

3.9. Ventaja comparativa.....	25
3.10. Estrategia de promoción.....	26
3.11. Campaña publicitaria	26
3.12. Estrategia de distribución.....	26
3.13. Canales.....	26
3.14. Logística.....	27
3.15. Ejecución comercial.....	27
3.16. Habilidad comercial y administrativa.....	27
3.17. Pronostico de venta	27
3.18. Políticas de cartera	28
3.19. Presupuesto del plan de mercado	29
4. CONCLUSIONES	30
5. BIBLIOGRAFIA.....	31

INTRODUCCIÓN

Este proyecto surge de una manera especial para la sociedad, en las áreas ecológicas, ambientales, económicas y sociales. Está basado en una idea innovadora, sencilla y sofisticada la elaboración de camas para perros, utilizando llantas y material reciclado, brindando además la comodidad e innovación, alegría y ternura y satisfacción en las mascotas sus dueños. Así mismo contribuir con el cuidado del medio ambiente y ser de gran beneficio para el país.

1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA

1.1. Descripción del Negocio

Fabricación y venta de camas para mascotas elaboradas con neumáticos usados de automóviles, la idea surge al visualizar el impacto negativo que estos neumáticos en desuso causaban al medio ambiente, y de tratar de revertir este impacto negativo para realizar un cambio positivo, de ahí surge la idea de nuestro producto ecológico que además de generar impacto positivo al medio ambiente, también satisface una necesidad para las mascotas de nuestros clientes.

1.2. Objetivo General

Elaboración de camas ecológicas para mascotas, introduciendo al mercado un producto innovador, y permitiendo con ello el cuidado del medio ambiente teniendo en cuenta nuestro insumo principal son llantas de carros y motos reutilizadas.

1.3. Marco Legal

En cuanto al marco legal, nuestra empresa se rige bajo todos los lineamientos jurídicos consignados en las normas vigentes para realizar nuestra actividad económica, entre la normatividad podemos nombrar la ley 99 de 1993, el decreto 442 de 2015, el decreto 312 de 2006 y demás normas a las que hubiere lugar.

1.4. Misión

Ofrecer a nuestros clientes una variedad de diseños de camas para sus mascotas, elaboradas con material ecológico resistente y de excelente calidad, procurando dar productos duraderos que ayudan al cuidado del medio ambiente.

1.5. Visión

Dentro de 5 años lograr posicionarnos como la principal empresa en la fabricación y comercialización de camas para mascotas en pro del medio ambiente. Satisfaciendo de la mejor manera a nuestros clientes.

1.6. Valores

Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con el acontecer de la sociedad y el medio ambiente asumimos un papel de respeto y cuidado de los mismos

Honestidad: realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.

Responsabilidad: Obramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y acorde a nuestro compromiso con la sociedad.

Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Mística: Realizamos nuestro trabajo bien desde el principio, con la convicción de entregar lo mejor.

Confianza: Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.

Coherencia: pensamos y actuamos en consonancia con los objetivos que se plantean.

1.7. Objetivos Específicos

Realizar una investigación de mercados que permita identificar los clientes potenciales y oportunidades en mercados.

Ofrecer una solución rentable al problema de disposición final de llantas usadas, disminuyendo de esta manera su impacto negativo sobre el medio ambiente.

Definir la inversión requerida, para establecer la oportunidad comercial, económica y financiera de la empresa.

1.8. Análisis Pestel

POLITICO: En la tabla 1 se encuentra representada la normativa aplicable

Tabla 1: Normativa

Decreto Ley 2811 de 1975	Código de Recursos Naturales
Ley 99 de 1993	Ley del Medio Ambiente.
Decreto 442 de 2015	Regulación en manejo de llantas usadas en la ciudad de Bogotá y la creación de programas de aprovechamiento y/o valorización de las mismas.
Resolución 391 de 2001	Establece normas técnicas y estándares ambientales para la prevención y control de la contaminación atmosférica y la protección de la calidad del aire en el perímetro urbano de la Ciudad de Bogotá.
Resolución 1457 de 2010	Sistema de recolección selectiva de Gestión Ambiental de Llantas usadas y se adoptan otras disposiciones
Resolución 6981 de 2011	Por la cual se dictan lineamientos para el aprovechamiento de llantas y neumáticos usados, y llantas no conforme en el Distrito Capital.
Decreto 1505 de 2003	Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 1713 de 2002, en relación con los planes de gestión integral de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones.
Decreto 312 de 2006	Por el cual se adopta el plan maestro para el manejo integral de residuos sólidos para Bogotá Distrito Capital.

Económico: el impacto económico que podría generar nuestro producto se refleja en la generación de empleo para la manufactura del mismo, aportando un granito de arena con la reducción del desempleo en nuestro país y al mismo tiempo dando un impulso económico a la industria manufacturera con material 100% reciclable. Reduciendo índices de contaminación ambiental y logrando que el país de un paso en el cual se vea el desarrollo de nuevas energías renovables dejando a un costado la producción con combustibles fósiles que generan impacto ambiental negativo.

Socio-cultural: Nuestro producto se ofrecerá en la localidad de Chapinero entre las calles 53 y 60 con Caracas con una amplia oportunidad de negocios, ya que el sector está enfocado al comercio de mascotas, donde los clientes quedan satisfechos con el producto y la calidad del servicio. Hoy en día Chapinero cuenta con aproximadamente 166.000 habitantes y una población flotante de más de 500.000 personas. (Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital). Estrato: 3, 4, y 5, Familias integradas por 3 a 5 personas.

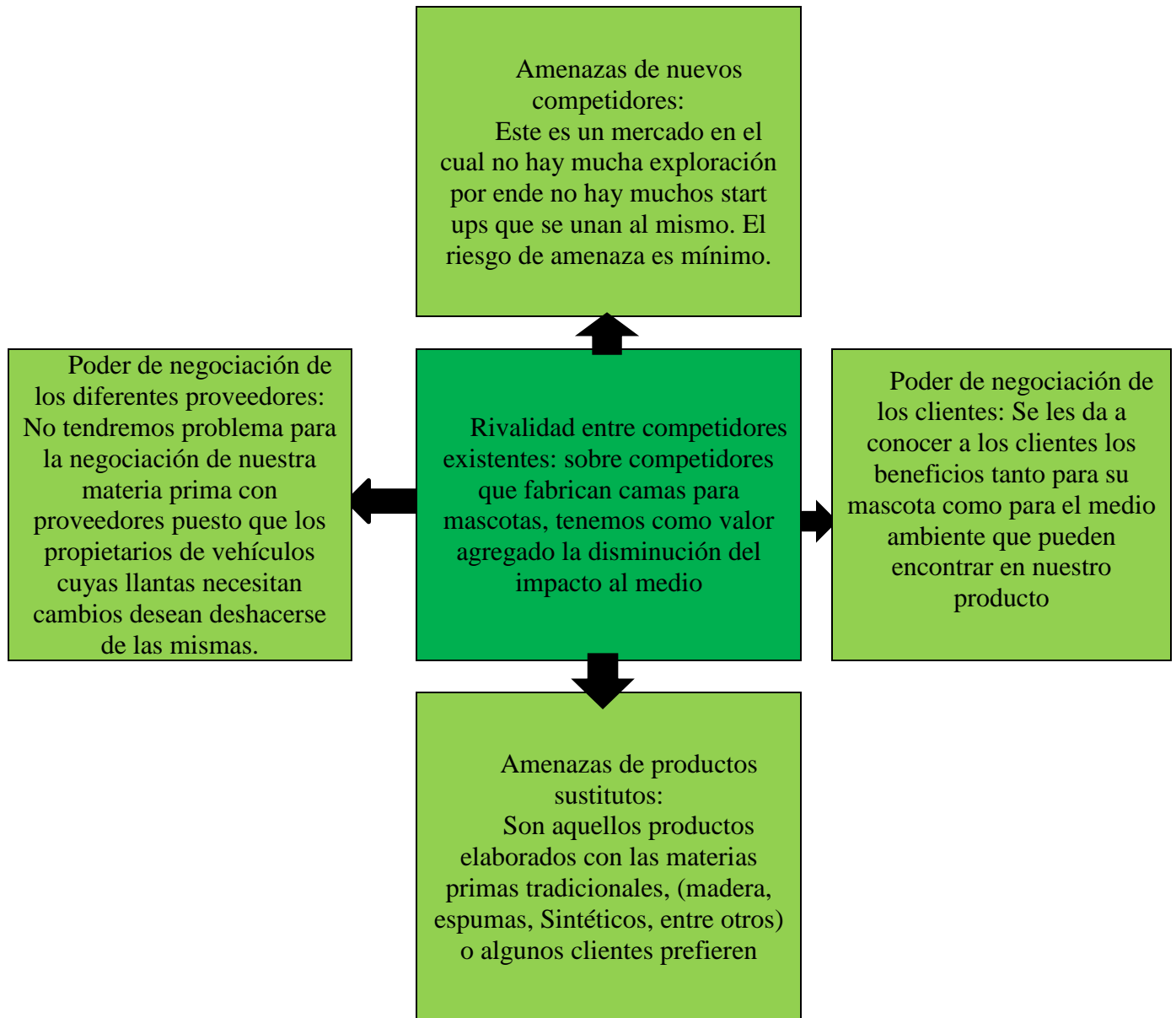
Tecnología: La materia prima de nuestro proyecto son las llantas, están hechas con caucho natural y sintético, la materia prima de este último es el petróleo así que al ser un combustible fósil, su producción contamina. El reciclaje de neumáticos ha tomado fuerza en el arte, la moda, la construcción y en la tecnología, como lo mencionamos nuestra materia prima genera grandes innovaciones que no solo ayudan a nuestras mascotas sino al medio ambiente para lo cual creamos nuestra propia página web: <https://julieth1804.wixsite.com/sabbath-pet-house> para que nuestros clientes estén más cerca de nuestro producto e ir a la vanguardia con la tecnología.

Ecológica: Reutilización: Con la elaboración de camas para perros con llantas reciclables estamos transformando un producto que genera la mayor cantidad de contaminación del medio ambiente, una sola llanta puede causar grandes daños a nuestra salud y al planeta dándole un uso adecuado contribuyendo con responsabilidad social con un producto asequible a nuestros clientes en óptimas condiciones y con los mejores estándares de calidad, Promover ideas constructivas para disminuir el impacto de daño ambiental que estas producen. A continuación mostraremos el proceso de elaboración de las camas.



Legal: Los permisos sanitarios y de ambiente necesarios para nuestro modelo de negocio serán solicitados y expedidos por la Secretaria Distrital de Ambiente la cual se rige toda la normatividad referente. Por ser una empresa nueva nos acogeremos a la ley 1429 de 2010, la cual nos brinda beneficios e incentivos para la generación de empleo, la formalización empresarial entre otras.

1.9. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter



1.10. Fuerzas Inductoras

1.10.1. Oportunidades: Las oportunidades latentes que se encuentran en nuestro modelo de negocio radican en el posible beneficio e impacto positivo al medio ambiente.

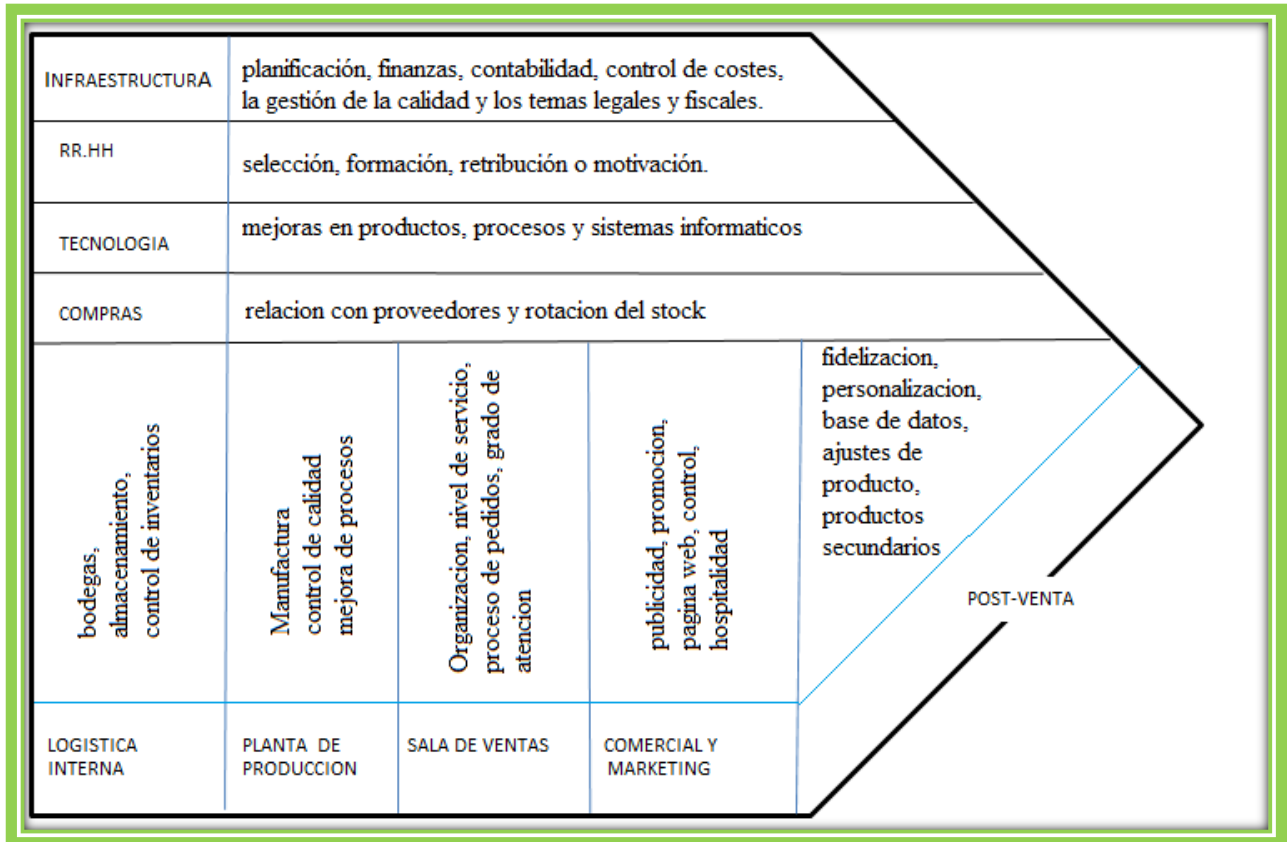
1.10.2 Fortalezas: En nuestro modelo de negocio las fortalezas radican en la materia prima amigable con el medio ambiente.

1.11. Fuerzas Opositoras

1.11.1 Debilidades: la debilidad que podríamos encontrar en nuestro negocio es el coste de la maquinaria con la cual se elabora el producto.

1.11.2 Amenazas: la existencia en el mercado de productos sustitutos con un precio tal vez más bajo y que aunque no son ecológicos, si son de preferencia por algunos consumidores.

1.12. Cadenas de Valor



1.13. Estrategia Competitiva

1.13.1 Actividades Primarias

Logística Interna: Nuestra materia prima se recicla desde bodegas y talleres montallantas en donde se realizan los cambios de neumáticos, se almacenan en bodega propia con la maquinaria necesaria para manejar la materia prima con altos estándares de calidad y espacio adecuado para mantener la calidad de la misma, y se realizan inventarios periódicos de stocks.

Planta de producción: comprende todas las actividades con el fin de transformar nuestra materia prima en el producto terminado haciendo mantenimiento y control de la calidad.

Sala de ventas: En esta área nos encargamos del servicio y entrega del producto final al cliente, proceso de pedido, con un óptimo nivel de servicio, alto grado de atención, organización, limpieza y mantenimiento del cliente.

Comercial y Marketing: Engloba todos los medios necesarios para promocionar nuestro negocio. Estos medios son: la hospitalidad, publicidad, página web con catálogo de productos, guías, fuerza de ventas, material de ventas, políticas de precios y un control de las ventas.

Servicio Post-Venta: Ofrecemos un servicio para la personalización de las camas de acuerdo al requerimiento del cliente, ofreciendo también productos secundarios que complementen nuestro producto principal, elaboración de una base de datos para tener la información necesaria del cliente, u otros servicios adicionales.

1.13.2 Actividades Auxiliares

Infraestructura: Las actividades de infraestructura comprenden la dirección del negocio, planificación, finanzas, contabilidad, control de costes, la gestión de la calidad y los temas legales y fiscales.

Recursos Humanos: Comprende aspectos relacionados con el personal del negocio, tales como la selección, formación, retribución o motivación.

Tecnología: Son aquellas actividades cuya misión es mejorar los procesos, lo que implica por un lado su racionalización y por otro la aplicación de las más modernas tecnologías en el campo de reciclaje y reutilización de materias primas.

Compras: Las actividades de compras están encaminadas a buscar los mejores productos secundarios o complementarios en las mejores condiciones posibles, además de otras actividades relacionadas como la logística.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. Objetivos del Estudio del Mercado

2.1.1. Encontrar el punto estratégico dentro de la localidad de Chapinero apto para ofrecer nuestro producto.

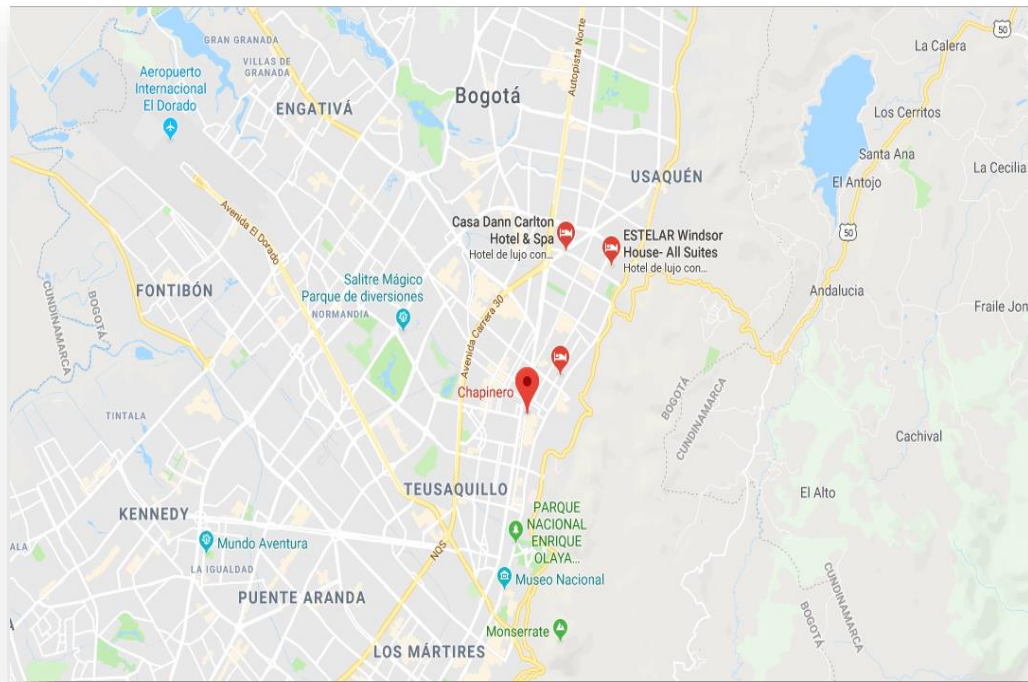
2.1.2. Determinar el nicho del mercado donde el producto tenga un alto valor agregado.

2.2. Segmentación

SABBATH PET					
Elaboración de camas ecológicas para mascotas, introduciendo al mercado un producto innovador, y permitiendo con ello el cuidado del medio ambiente teniendo en cuenta nuestro insumo principal son llantas de carros y motos reutilizadas.					
	Población				
Sexo	Mujeres	Hombres	LGBTI		
Edad	15-60 Años				
Estado Civil	Solteras (os)	Casadas (os)	Niños (as)	Jovenes	
Religión	Católica	Cristiana	Evangelicos	Todas en general	
Nivel Socio Económico	Estratos 3-4-5				
Oficios:	Estudiantes	Amas de Casa	Profesionales	Deportista	Cualquier persona que desee adquirirlo
	Mercado Local: Ciudad de Bogotá D.C				
Unidad Geográfica	(Localidad de Chapinero entre las calles 53-60)				
Tipo de Población	Población Urbana				

2.2.1.Ubicación: Nuestra negocio va estar ubicado en el país de Colombia en la ciudad de Bogotá en la localidad de Chapinero entre la calle 53 y 60 con caracas principalmente, esta localidad la número 2 de Bogotá, está ubicada en el centro-oriente de la ciudad y limita, al norte, con la calle 100 y la vía a La Calera, vías que la separan de la localidad de Usaquén; por el occidente, el eje vial Autopista Norte-Avenida Caracas que la separa de las localidades de Barrios Unidos y Teusaquillo; en el oriente, las estribaciones del páramo de Cruz Verde, la Piedra de la Ballena, el Pan de Azúcar y el cerro de la Moya, crean el límite entre la localidad y

los municipios de La Calera y Choachí. El río Arzobispo (calle 39) define el límite de la localidad al sur, con la localidad de Santa Fe. Chapinero tiene una extensión total de 3.898,96 hectáreas con un área rural de 2.664,25 ha (68%) y un área urbana de 1.234,71 ha (32%).



2.2.2. Número de Habitantes

Hoy en día Chapinero cuenta con aproximadamente 166 000 habitantes y una población **flotante de más de 500 000 personas.** (Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Distrital), Familias integradas entre 2 y 4 personas estrato social 3, 4, 5. Edades entre los 15 a 60 años.

Escogimos este sector principalmente por que cuenta con una amplia actividad económica y cultural el sector está enfocado al comercio de mascotas, donde los clientes quedan satisfechos con el producto y la calidad del servicio nuestro objetivo es expandirnos en la ciudad de Medellín, Cali, barranquilla.

2.2.3. Pentágono



2.3. Metodología del estudio de mercado:

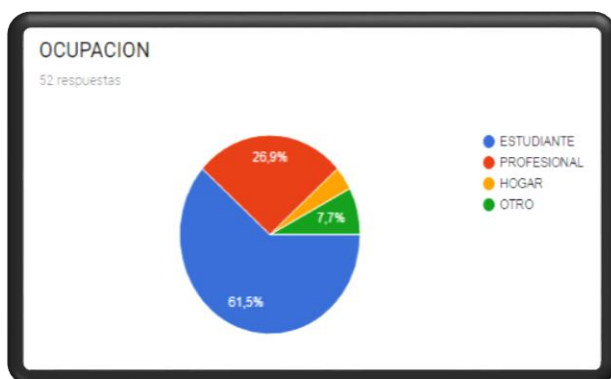
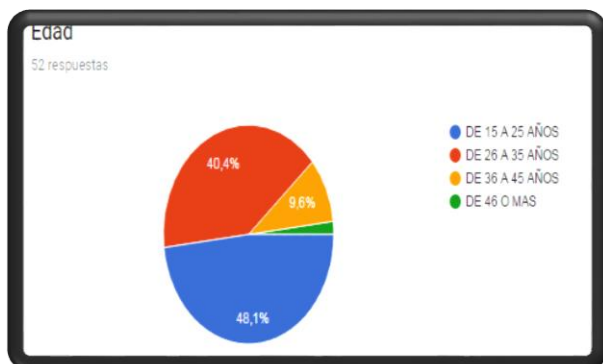
Después de realizar la segmentación del mercado realizamos una encuesta para saber si nuestro producto cubriría las necesidades de nuestro cliente.

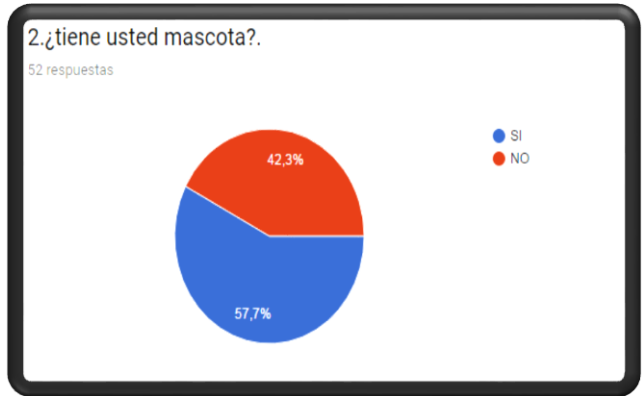
NOMBRE: _____ EDAD: _____

SEXO: M () F ()

- 1-. ¿Cree usted que es importante el cuidado del medio ambiente?
- 2-. ¿Tiene usted mascota?
- 3-. ¿Generaría usted motivación en otras personas para que reciclaran?
- 4 ¿En su casa tienen el hábito de reciclar?
- 5 ¿Invierte usted económicamente en su mascota?
- 6 ¿Cree usted que es importante la comodidad de las mascotas?
- 7 ¿Le gustaría participar en campañas de elaboración de productos para ayuda del medio ambiente?
- 8¿Aportaría usted en la compra de productos reciclables para mascotas?
9. ¿Es de su agrado la idea de elaboración de productos reciclables para mascotas?
10. ¿Cree usted que el reciclaje aporta positivamente al cuidado del medio ambiente?

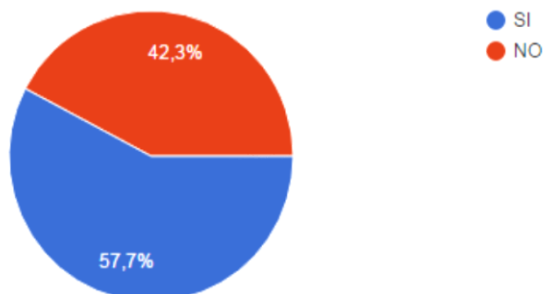
3.1. Tabulación Encuesta





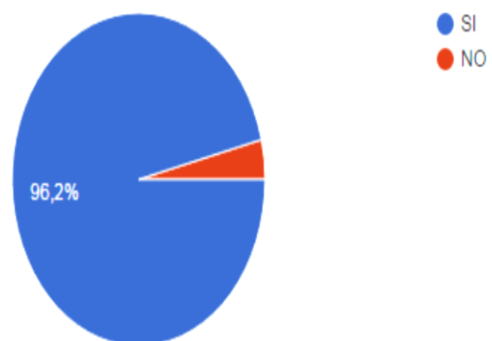
5. ¿Invierte usted económicamente en su mascota?.

52 respuestas



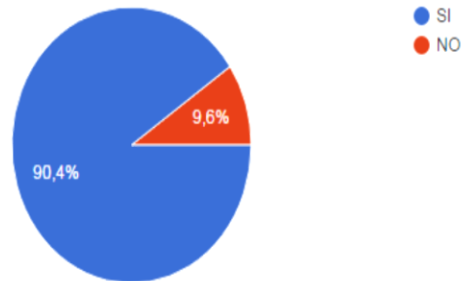
6. ¿Cree usted que es importante la comodidad de las mascotas?

52 respuestas



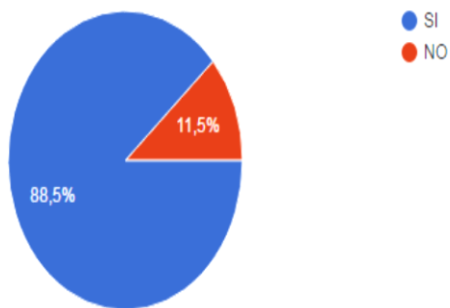
7. ¿Le gustaría participar en campañas de elaboración de productos para ayuda del medio ambiente?

52 respuestas



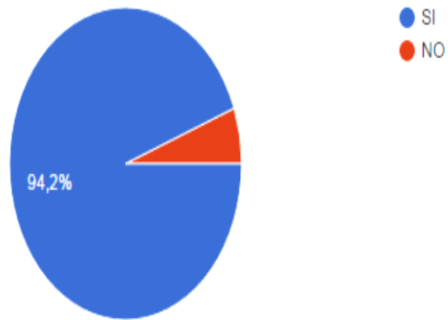
8. ¿Aportaría usted en la compra de productos reciclables para mascotas?

52 respuestas



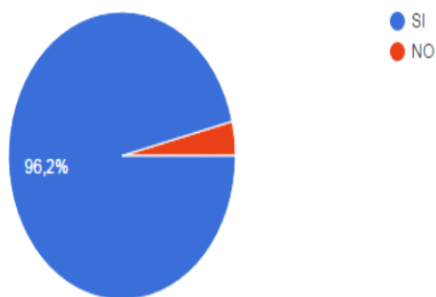
9. ¿Es de su agrado la idea de elaboración de productos reciclables para mascotas?

52 respuestas



10. ¿Aportaría usted de alguna manera para el mejoramiento continuo del medio ambiente?.

52 respuestas



2.4. Análisis Concluyente

Se realizó la encuesta a 52 personas de diferentes edades y ocupaciones en el sector de chapinero entre la calle 53 y 60 para saber cuánta comodidad le brindan a sus mascotas con productos que ayuden al medio ambiente, donde se obtuvo el resultado más relevante de que el 42,3% de los habitantes tienen mascotas y están concientizadas en brindarle las mejores condiciones en su hogar y ayudando al medio ambiente con la compra de productos de reciclables.

3. PLAN DE MARKETING

3.1. Estrategia de Producto: Nuestro Producto, Sabbath Pet, son camas para mascotas elaboradas con neumáticos de vehículos en desuso y otros materiales reciclados, los que nos caracteriza y nos da un valor de agregado al ser 100% ecológica.

3.2. Estrategia de Precio: El precio de nuestro producto tendrá fluctuaciones en función del contenido del servicio adicional de personalización que requiera el cliente para su mascota, todo dentro de topes mínimos y máximos estipulados luego de estudios de costos.

3.3. Estrategia de Publicidad: Nuestra estrategia de publicidad se realizará con el apoyo de diferentes medios de difusión. (Cuñas radiales, volantes, afiches, etc.) Sin embargo para fortalecer nuestra publicidad y lograr posicionamiento y recordación, nos enfocaremos satisfacer totalmente las necesidades del cliente ya que este será el encargado de realizar mejor publicidad.

3.4. Desarrollo de Marca: El desarrollo de nuestra marca será la pauta que genere recordación en el cliente (neuro-marketing).

3.5. Marca: Nuestra marca distintiva Sabbath Pet, sobresaldrá por tener valor agregado.

3.6. Logo:



3.7. Slogan: ¡Sabbath Pet, ¡Descansa tu mascota, descansa el planeta!

3.8. Ventaja competitiva: Nuestra ventaja competitiva se encuentra radica en dos partes esenciales, la primera parte es la facilidad en la consecución de la materia prima ya que hay poca competencia para ello, y dos el sentido ecológico que tiene nuestro producto y que puede hacerlo más atractivo a la hora de la compra por parte de un cliente y que lo haría inclinarse hacia nuestro producto.

3.9. Ventaja comparativa: La ventaja comparativa que poseemos, es que somos fabricantes y ofrecemos al público un producto innovador, producto que satisface una necesidad que bien otro podría hacerlo, sin embargo, ser pioneros en productos fabricados con esta materia prima nos da ventaja sobre las demás camas para mascotas que pueden existir en el mercado.

3.10. Estrategia de promoción: Nuestra estrategia de promoción será híbrida, ya que nos enfocaremos en desarrollar estrategias como campañas de mercadeo por internet, telemarketing, seminarios y talleres para dar a conocer no solo nuestro producto sino también los beneficios al medio ambiente que trae consigo el mismo, descuentos por apertura de negocio, entre otras. Esto con el fin de llegar al cliente final y estrategias enfocadas a promocionar nuestro producto en almacenes acordes al negocio, con el fin de expandirnos también de manera indirecta.

3.11. Campaña publicitaria: La campaña publicitaria se enfocará en hacer visible ante nuestro público objetivo, es decir las personas que posean mascotas y que tengan sentido ecológico, los beneficios que obtiene no solo el cliente sino también el medio ambiente al adquirir nuestro producto, a través de volanteo publicitario en nuestro horario de atención, el voz a voz, cuña radial, página de internet propia, y demás medios. Teniendo en cuenta costos y presupuestos.

3.12. Estrategia de distribución: para la distribución de nuestro producto, inicialmente contrataremos un servicio de transporte para realizar domicilios al cliente final, este mismo serviría para realizar la distribución a almacenes acordes al negocio, es decir distribución indirecta de nuestro producto.

3.13. Canales: nuestro principal canal de distribución será directo ya que seremos fabricantes y nuestras ventas serán inicialmente en nuestro punto, pero también tendremos un canal de distribución indirecto ya que ofreceremos nuestro producto a almacenes que puedan estar interesados en la venta de este.

3.14. Logística: la entrega de valor que hace parte de nuestra logística radica en el concepto de modelo ambientalista y ecológico de nuestras camas para mascotas, la cadena de suministro tiene un sentido múltiple ya que se puede realizar compra presencial, pero también de manera indirecta o por medio de nuestra página web, y por último el cliente brinda comodidad a su mascota y al tiempo se siente satisfecho por contribuir al medio ambiente.

3.15. Ejecución comercial: En este punto, la planeación y estrategia que se ha desarrollado, se pone en marcha con cierto grado de flexibilidad para así poder corregir errores de ser necesario, es decir si por algún motivo las estrategias planificadas para la venta de nuestro producto no dan los resultados esperados, poder tomar determinaciones sobre la marcha para impulsar el negocio y poder lograr los objetivos planteados inicialmente.

3.16. Habilidad comercial y administrativa: Como se explicó en el punto anterior, nuestras estrategias deben ser flexibles tanto a nivel comercial como administrativo, con el fin de lograr el posicionamiento esperado.

3.17. Pronóstico de venta

PRONOSTICO DE VENTAS														
SABBATH PET														
PRODUCTO	valor unitario	1er trimestre		2do trimestre		3er trimestre		4to trimestre		2018	2019	2020	2021	2022
		UN	precio	UN	precio	UN	precio	UN	precio					
Cama pequeña	\$35.000	20	\$700.000	31	\$1.085.000	38	\$1.330.000	40	\$1.400.000	\$4.515.000	\$5.250.000	\$5.460.000	\$5.915.000	\$6.650.000
Cama mediana	\$65.000	15	\$975.000	25	\$1.625.000	29	\$1.885.000	35	\$2.275.000	\$6.760.000	\$7.670.000	\$8.580.000	\$9.750.000	\$11.180.000
Cama grande	\$85.000	12	\$1.020.000	15	\$1.275.000	18	\$1.530.000	24	\$2.040.000	\$5.865.000	\$7.225.000	\$8.585.000	\$10.200.000	\$12.580.000
accesorios	20,000-59,900	50	\$1.625.000	55	\$1.780.900	57	\$2.125.000	62	\$2.698.900	\$8.229.800	\$8.625.100	\$9.956.200	\$11.362.500	\$14.362.200

3.18. Políticas de cartera

Políticas para otorgamiento de créditos

El cupo de crédito se otorga a los clientes que pertenecen al sector dedicado a mascotas: veterinarias y todo tipo de tiendas que estén dedicadas al cuidado animal, persona natural o persona jurídica,

Los aspectos para evaluar serán: Nivel de ventas, condiciones de pago y trayectoria y potencial de crecimiento.

Verificaremos la legalidad de la constitución del cliente a través del certificado de existencia y representación legal, RUT y demás documentos, de acuerdo a la naturaleza del mismo, además de comprobar su actividad económica.

El cliente deberá contar con una antigüedad mínima en la actividad de tal manera que asegure la permanencia en el mercado y la sostenibilidad de sus operaciones.

La experiencia comercial se evaluará internamente, tomando como referencia el monto de los consumos y el cumplimiento en las fechas de pago establecidas en la negociación.

Documentos:

Cámara de comercio

Rut

Certificados bancarios de
movimientos



3.19. Presupuesto del plan de mercado

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR ANUAL
Arriendo	\$1.200.000	\$14.400.000
Servicios públicos	\$300.000	\$3.600.000
Página web	\$750.000	\$9.000.000
Mantenimiento de bodega	\$250.000	\$3.000.000
Alquiler de vehículo	\$600.000	\$7.200.000
Publicidad	\$450.000	\$5.400.000
Cafetería y aseo	\$180.000	\$2.160.000
Mano de obra	\$1.800.000	\$21.600.000
Costos de producción	\$160.000	\$1.920.000
Total	\$5.690.000	\$68.280.000

4. CONCLUSIONES

- El proyecto responde al desarrollo de un sistema de recolección de llantas usadas en Bogotá y a su reciclaje para la incorporación como materia prima en la fabricación de camas para perros, con un compromiso ambiental.
- En el mercado existe la necesidad de este tipo de proyecto gracias a la comodidad y durabilidad que este producto brinda a las mascotas que hoy en día son un integrante más en las familias colombianas, por lo tanto, se quiere tener en las mejores condiciones posibles.
- Este proyecto cumple una función ecológica al retirar del medio ambiente una gran parte de llantas desechadas mejorando las condiciones del aire, agua y de tierra en Bogotá elevando la calidad de vida de los habitantes.
- En la parte de publicidad consideramos que la página web es nuestra herramienta más eficaz ya que estamos en una época donde la tecnología cada vez se apodera más ya que nos da la practicidad para conseguir lo que deseamos sin salir de casa.

5. BIBLIOGRAFIA

- <https://www.nuevamujer.com/bienestar/2015/02/19/camas-para-mascota-hechas-con-neumaticos-reciclados-tenencia-responsable.html>
- <https://prezi.com/jf-qynxvvsbs/proyecto-de-reciclaje-de-llantas/>