

**DISEÑO DE UNA PLATAFORMA WEB PARA LA ADMINISTRACIÓN Y GENERACIÓN
DE PEDIDOS EN LA CADENA MAYORISTA MAKRO**

Christian Steven Rojas Torres

Roger Alberto Suarez Morantes

Estudiantes de la especialización en gerencia de multimedia

Universidad Santo Tomas

2021

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo poner al alcance de los usuarios de MAKRO una aplicación diseñada en plataforma web que permitirá a los consumidores de la cadena mayorista realizar solicitudes sobre cualquier tipo de producto que esté disponible en los diferentes almacenes. Como resultado del proceso aplicado en este proyecto se obtienen una plataforma web que pone al alcance de los consumidores la información que posee la cadena mayorista MAKRO en sus almacenes y poder brindar el respectivo abastecimiento que se requiera. Se espera que el desarrollo de esta aplicación web empresarial tenga un espacio competitivo frente a las demás plataformas de pedidos y entregas que existen actualmente.

INTRODUCCION

La razón para definir el desarrollo de esta aplicación web es brindar a los consumidores la posibilidad de realizar compras fácilmente a través de un registro rápido y fácil. Además, el proyecto utiliza métodos y tecnologías diseñados para desarrollar una aplicación web dinámica y familiar. Por otro lado, ofrecer la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la universidad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los avances tecnológicos en los medios de comunicación evidencian que se pueden diseñar aplicaciones para diferentes categorías, los diferentes Hipermercados y Supermercados cuentan con un gran número de consumidores los cuales se desplazan para conocer los productos, precios y promociones eso sin olvidar las largas filas para cancelar sus productos

Actualmente en la cadena mayorista Makro en Colombia se presenta la utilización de la plataforma móvil Domicilios.com para realizar solicitudes de pedidos, esto se debe a que la plataforma de pedidos de Makro no tiene una plataforma, también es claro que los consumidores y clientes preguntan si al ser un almacén conocido mayorista no maneja alguna plataforma de pedido.

En consecuencia, a lo anteriormente expuesto se observa que MAKRO tiene un alto número de consumidores que solicitan pedidos por otras plataformas y se pierde esa integración y fidelización entre consumidor y tienda, causando el desaprovechamiento de ofertas y descuentos que se realizan en la tienda por no tener una aplicación web que sea directamente de la cadena mayorista.

ESTADO DEL ARTE

Con el acelerado crecimiento de las tecnologías, las empresas, ya sean de cualquier cadena de supermercados han estado integrando los procesos y procedimientos a nuevas tecnologías con el objetivo que estas ayuden como herramientas practicas a la administración de sus negocios.

Raimon Homs, cofundador de la empresa española Pangea Reality, afirma que *“todas las empresas pueden aprovechar las capacidades de los móviles para optimizar procesos y mejorar su trabajo”*.

Javier Pérez Trigo realizo una publicación titulada *“Tecnología móvil y su relación con internet”*. Publicada en febrero de 2019 habla de temas importantes. Primero, las comparaciones entre sistemas son muy comunes y es fundamental conocer las fortalezas y debilidades de cada uno. La segunda razón menciona la importancia de las características y limitaciones de estas tecnologías. Se analiza todas las tecnologías y servicios disponibles en estas tecnologías móviles. Esto le permite usarlos y combinarlos para crear aplicaciones de mensajería móvil. A lo anterior se abre la puerta a que las empresas ven en un aplicativo web una oportunidad de poder desarrollar funcionalidades de manera ágil con el fin de poder potencializar sus consumidores.

En el informe técnico de Jose Joan Manuel Morales *“Gestión de proyectos con soporte web”*. Publicado en el 2003 trata de que actualmente es bastante común, que las organizaciones dedicadas al desarrollo de programa y consultoría de sistemas, presenten inconvenientes involucrados al control de proyectos y a la gestión de requerimientos de mantenimiento y/o desarrollo; y esto se debería primordialmente a que los instrumentos más reconocidas en el mercado, en lo cual tiene relación con la administración de

proyectos, no cubren las necesidades de la verdad de nuestro medio. Es característico de estas organizaciones el desarrollar resoluciones estándar como sistemas de contabilidad, planillas, etcétera., que generalmente poseen un costo base limitado, sin embargo que son vendidos con una estrategia anual de licenciamiento, el cual consta de beneficios de consultoría, corrección de probables “defectos” del producto, así como cambios que se originen de modificaciones en la legislación; y sistemas hechos mientras son más costosos que los anteriores por ser específicos para la verdad de una organización. Por esto, la solución planteada involucra hacer una aplicación web, que posibilite a los jefes de proyectos hacer un seguimiento de sus proyectos y requerimientos (de mantenimiento y/o desarrollo), asignando recursos, modificando prioridades, entre otras.; que posibilite a los desarrolladores conocer cuáles son sus labores y que se haga una actualización automática. Lo escrito anteriormente da como punto de partida la gestión de un proyecto en plataformas web y su posibilidad de realizar un montaje en poco tiempo pero bien estructurado.

MARCO TEORICO

Partiendo de la base que se tiene con respecto a la información que en materia documental se ha logrado se pretende que los conceptos, opiniones, experiencias y análisis que se presentan en los estudios referenciados sirvan como medio para lograr una interpretación de los modelos que se aplican.

La introspección que se haga de tales experiencias brindará herramientas contextuales y situacionales para crear en el caso planteado un sistema que permita a los desarrolladores del MAKRO la aplicación satisfactoria de tales procedimientos.

Instrumentos: Las herramientas de trabajo se basarán en documentos, artículos de revistas especializadas, fichas bibliográficas, información gráfica y escrita las cuales se hallan en medios escritos que brinden soporte informativo y de contenidos al tema objeto de estudio y se constituyan en aportes sobresalientes para el desarrollo del mismo.

Diseño: Primero se trabajará en la obtención de toda la información relacionada con el tema para luego hacer una clasificación real y valorarla en cuanto a sus aportes y conceptos para posteriormente seleccionar los conceptos realmente aportantes al modelo investigativo y redactar el documento final.

Hay que tener en cuenta que es importante el proceso de revisión bibliográfica que se realice con respecto al tema: los textos reseñados serán cuidadosamente clasificados en fichas bibliográficas que estarán elaboradas de acuerdo con la normatividad exigida para este documento y servirán de soporte informativo e investigativo para el mismo (Pérez).

Fases de la Investigación:

- 1) Recopilación de la Información:** se identificará y se realizará un paneo del tema a tratar, se determinará hasta donde voy a llevar mi tema, posterior a eso planifico la búsqueda de información en las respectivas bases de datos documentales ejemplo: Scopus y Dialnet, entre otras. Lo anteriormente mencionado permitirá realizar una evaluación del cómo está mi investigación a través de las distintas reseñas, referencias localizadas.
- 2) Sistematización de la Información:** realizar una jerarquía de los elementos que poseemos sobre nuestro tema, posterior a eso realizamos una identificación de que autores son más relevantes, cuando se posea una gran matriz de información se realizara una clasificación y tabulación de las referencias encontradas para así dejar en claro cuáles son las precisas para las categorías y subcategorías.
- 3) Aplicación de la propia teoría:** se realizará una adecuación a las distintas teorías expuestas, para así poder desarrollar una nueva teoría que se enfoque en el desarrollo de diferentes estrategias formativas y metodológicas.

Objetivo General:

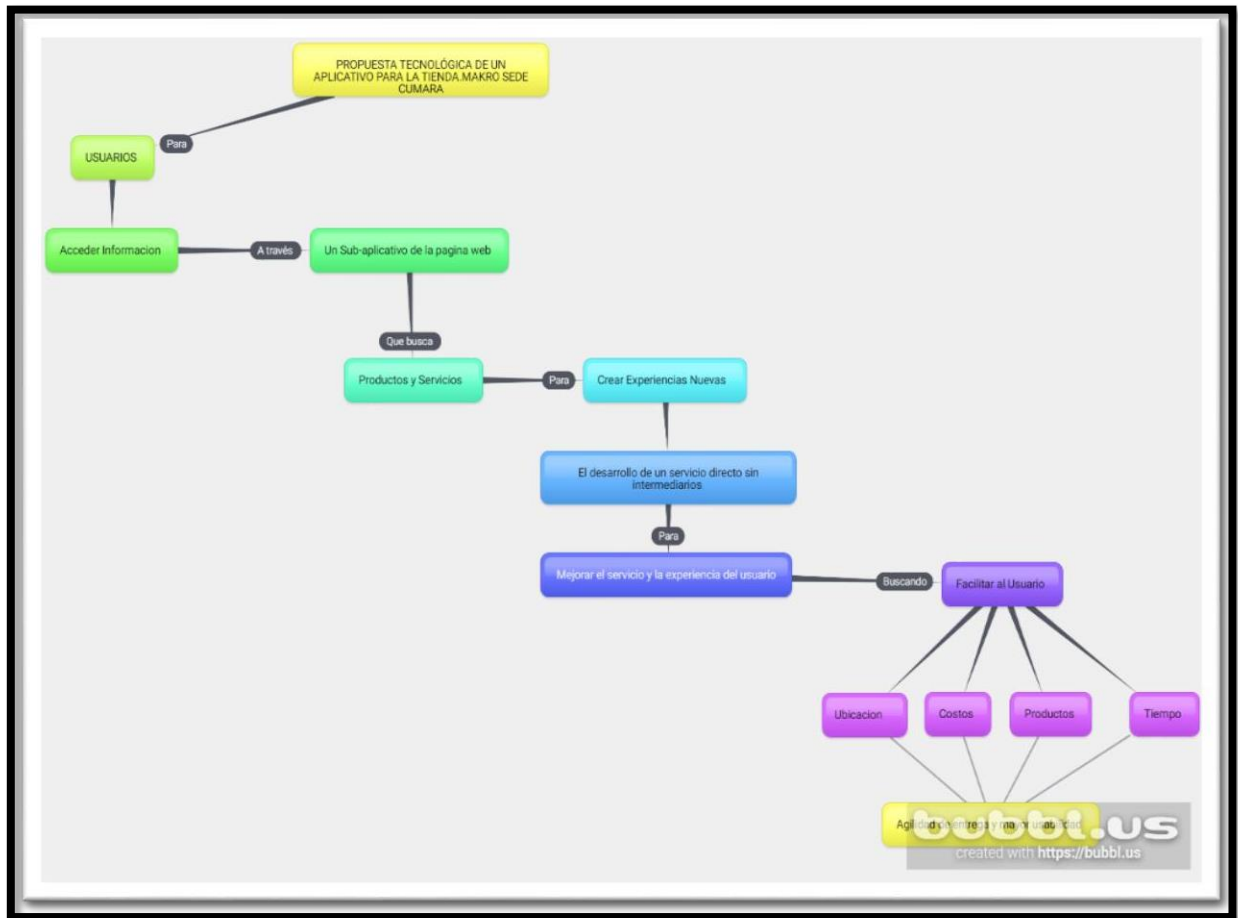
- ❖ Estructurar el servicio de domicilio directamente hacia los clientes, durante el primer semestre de 2021; a través de la plataforma tienda. MAKRO para mejorar la experiencia del usuario y crear apropiación de marca.

Objetivos Específicos:

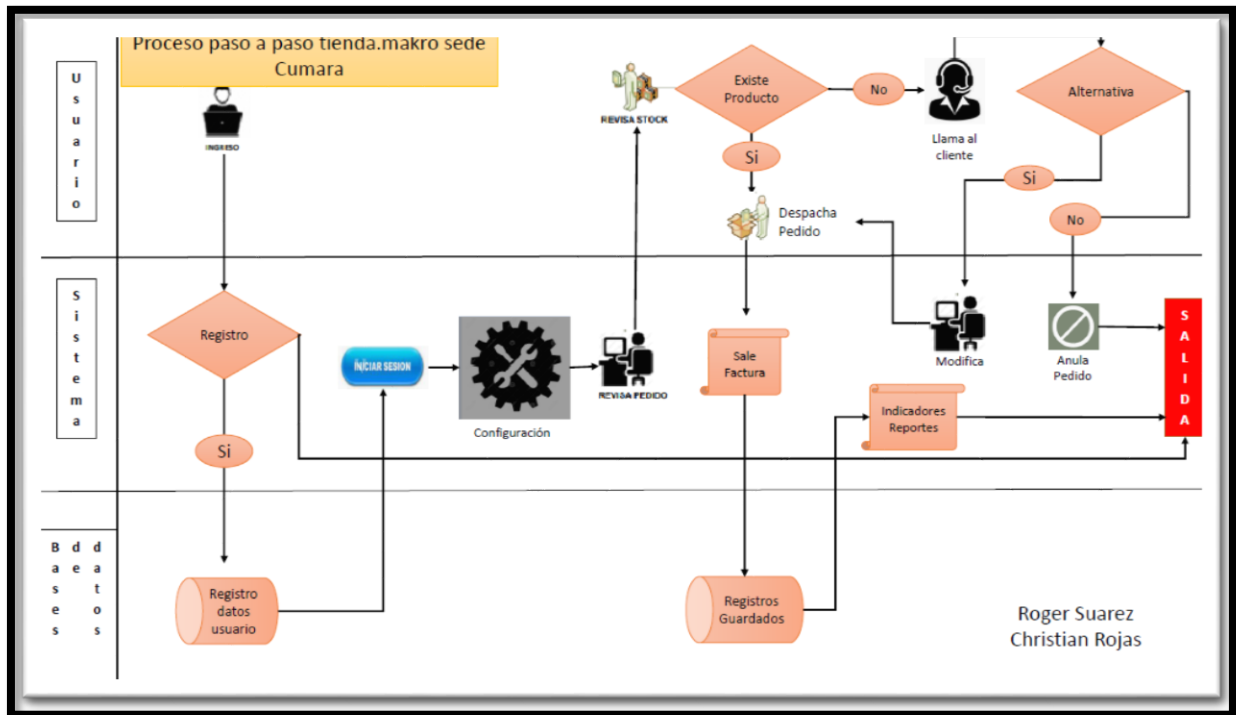
- Integrar las dos plataformas móviles (domicilios.com y tienda. MAKRO) de manera que complementen la experiencia de ventas en la tienda física.
- Analizar las estrategias de integración de los sistemas de domicilio que actualmente dispone Makro, para unificar el servicio hacia la tienda .
- Lograr captar más clientes en la mayoría de las ciudades de Colombia, generando competitividad en el mercado y sector Retail.
- Generar valor competitivo en la creación de las diferentes plataformas de domicilios y en las estrategias de experiencia al usuario final.

Matriz Data Rakers

Mapa conceptual de la investigación



Mapa de navegación de la APP



Tema de Investigación:

Estructurar el servicio de domicilio desde la tienda Marko Cumara directo hacia los clientes de tienda.makro sin intermediarios o plataformas.

Pregunta de Investigación:

¿Se ha implementado una alternativa tecnológica que ayude a estructurar o crear el servicio de domicilios directos cumpliendo los estándares o la percepción de servicio?

¿Que?

Desarrollo de una aplicación móvil multiplataforma para estructurar el servicio de domicilio y apoyar el servicio al cliente de la cadena mayorista Makro: caso de estudio Makro Cumara Zona norte en Bogotá.

¿Como?

Desarrollar una Aplicación móvil multiplataforma la cual apoye el servicio al cliente en el establecimiento Makro Cumara Zona norte en Bogotá, para acercar al consumidor a cualquier tipo de producto o servicio en un mismo lugar y optimizar los tiempos de respuesta en la atención a clientes

¿Cuando?

Durante el desarrollo del semestre hacia finales de junio.

La idea es llevarlo a cabo en el menor tiempo posible para brindarles nuevas experiencias a los clientes de Makro.

¿Donde?

Makro Cumara sede norte calle 192 #19 – 12 distribuido por toda el área norte de Bogotá

¿Porque?

Las diferentes razones de realizar esta investigación de un aplicativo móvil, se centra en dos logros fundamentales disminuir el tiempo de respuesta a las solicitudes de los clientes y ofrecerles desde un mercado hasta una compra express.

¿Para qué?

Para conectar a las personas con su tienda favorita y generar desarrollo, transformando el comercio y poder hacer más fácil la vida de los consumidores.

Intersección de datos:

Información proporcionada por Makro de bases de datos, rutas e implementación en copia de la tienda Boyacá.

Todos los departamentos involucrados están dispuestos a colaborar con la información necesaria, investigación y acceso a las personas adecuadas para el desarrollo del proyecto.

Fuentes:

(Fuentes PRIMARIAS, no secundarias).

- Catalina Quiceno: jefe de planeación de demanda

diana.quiceno@makro.com.co

- Maria Becerra: E-commerce

maria.becerra@makro.com.co

- Danna Ubaque: Analista de ventas digitales

danna.ubaque@makro.com.co

- Francisco Diaz: Gerente Tienda AvAv. Boyacá

francisco.diaz@makro.com.co

- Nestor Néstor Rodríguez: Jefe de Proyectos ICT

Jair.rodriguez@makro.com.co

Bases de datos a consultar:

Fuentes de información de otras APPS

TUDESPENSA: Es un APP que apuesta por el concepto de la compra Inteligente. Es por esto por lo que crearon una aplicación móvil donde sus clientes podrán mirar que productos tiene y comprarlos. Esta nueva app se encuentra disponible tanto en la versión web de, como en sus aplicaciones para Android y iOS. 9.3.

RAPPI: Es una App, donde usted puede pedir todo lo que necesite y ellos por medio de sus Rappi tenderos se lo llevan hasta donde se encuentre en cuestión de minutos. Rappi es una aplicación móvil que permite tener un asistente personal las 24 horas del día, el cual resuelve todas tus necesidades de servicio en cuestión de minutos: pedir productos de supermercados, restaurantes, farmacias. Su plataforma incorpora Grability, una plataforma de comercio electrónico es una aplicación desarrollada para Android y IOS

MERQUEO: es un supermercado en internet que lleva su mercado a domicilio a los precios más bajos hasta su casa. Por medio de su celular podrá hacer compras desde donde quiera, ahorra tiempo, dinero y recíballo a domicilio. 54 Esta nueva app se encuentra disponible tanto en la versión web de Merqueo, como en sus aplicaciones para Android y iOS

Mensajeros urbanos: Esta empresa manifestó que en su plataforma han aumentado un 38 % y 20

%, la demanda en ventas de medicamentos y de alimentos, respectivamente. En la última semana han experimentado incremento en la solicitud de servicios del 28 % con respecto a la primera semana de este mes. Como medida, entregarán desinfectante gratis junto a la Fundación Hernán Echavarría en 20 puntos en toda la ciudad, para que pueda ser usado por domiciliarios de cualquier plataforma y proyectan ubicarlo en otros 500 puntos de otras ciudades.

Artículos e investigaciones Similares

Fuentes Secundarias

Cajilima, J. R. (marzo de 2015). Desarrollo de una aplicación, para dispositivos móviles que permita administrar pedidos y controlar rutas de los vendedores, aplicada a la empresa: Almacenes Juan Eljuri Cía. Ltda. Tesis de grado. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.

Chema, A. (13 de septiembre de 2014). Conoce (bien) los principales sistemas operativos móviles. Obtenido de blogthinkbig: <http://blogthinkbig.com/sistemas-operativos-moviles/>

Cuello, J., & Vittone , J. (2013). Diseñando apps para móviles (Primera ed.). Barcelona: CreateSpace Independent Publishing Platform

Guevara Soriano , A. (6 de agosto de 2010). Dispositivos Móviles. Obtenido de Seguridad Cultura de prevención para TI: <http://revista.seguridad.unam.mx/numero-07/dispositivos-m%C3%B3viles>

Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados (Quinta ed.). México, México: PEARSON EDUCACIÓN

Pérez, V. Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. ISBN 13: 978-84-9839-068-1, Ed: Gesbiblo, S. L. España, 2006.

Pedro J. Avila (24 de febrero de 2014) Turismo - Restaurantes y Hoteles – Gastronomía. Obtenido de <http://pedrojavilagastronomia.blogspot.com/2013/02/manual-de-atencion-al-cliente-en.html>

León, P. J. (01 de 2014). Estudio de Viabilidad de una Empresa de Aplicaciones Móviles. UNIVERSIDAD DE SEVILLAE ESCUELA SUPERIRO DE INGENIEROS .

Fuentes de la empresa

www.tienda.makro.com.co

-Redes sociales: @makrocolombia @domicilioscol

Explicativo del aplicativo: interacción con tecnología y marketing

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, se ejecutaron las siguientes etapas principales:

1. Definición del proyecto (Objetivos, Alcance, Definición Plan de Trabajo, Equipo)
2. Entregables de las diferentes fases del plan de trabajo
3. Creación y alcance de plan piloto
4. Ajustes e Implementación

Fuentes Relacionadas

Bases datos Empresarial relacionado con Makro	
Fuente de Informacion	Link
Se mueve la cabeza de Makro Colombia por estrategia en Latinoamérica	https://www.semana.com/empresas/articulo/nuevo-presidente-de-makro-colombia/255629/
El CEO de Makro confirma que abrirán 10 supermercados más	https://www.america-retail.com/argentina/el-ceo-de-makro-confirma-que-abriran-10-supermercados-mas/
Makro acelera las aperturas y planea nuevos negocios	https://www.portafolio.co/negocios/empresas/los-nuevos-negocios-de-makro-508406
Makro Extravaganza: oportunidades de negocio y mejores prácticas empresariales	https://www.portafolio.co/economia/makro-extravaganza-oportunidades-de-negocio-y-mejores-practicas-empresariales-499877

Bases de datos.

Se realizaron entrevistas tanto proveedores como a clientes de todo tipo, se tendrá en cuenta las conferencias virtuales que realiza makro para su servicio al cliente.

Metodología: interacción con tecnología y marketing

Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, se ejecutaron las siguientes etapas principales:

1. Definición del proyecto (Objetivos, Alcance, Definición Plan de Trabajo, Equipo)
2. Entregables de las diferentes fases del plan de trabajo
3. Creación y alcance de plan piloto
4. Ajustes e Implementación

En la participación del proyecto, se identificó el siguiente equipo con sus subdivisiones todos pertenecientes a Makro quien evidentemente aporó infraestructura, tiempo, dinero y designó personas exclusivamente para el desarrollo de esta investigación y desarrollo físico del proyecto:

La planeación de demanda que requiere información de stock, inventario en cada tienda se trabajó de la mano de Catalina Quiceno jefe de planeación de demanda y su equipo conformado por tres personas más, Roger Suarez junto a este equipo premeditaron cuantas unidades de cada artículo iba a estar destinada para domicilios realizando un previo análisis de las bases de datos de información desde su experiencia él pudo realizar cruces de información de inventarios, como el sistema que maneja Makro funciona para promediar el aforo de la plataforma. María Becerra analista de E-Commerce colaboró junto con la agencia de marketing, Danna Ubaque dieron forma a la plataforma en su diseño, usabilidad, armonización de fotos, recopilación de información, análisis de bases de datos y todo lo relacionado con mercadeo, comercio digital y distribución física cercana a las tiendas del piloto.

Por otro lado Christian Rojas líder de pricing del área promocional se encargó que las promociones y precios estuvieran acorde al sistema profimetrics que maneja Makro para las tiendas físicas, adicional junto con Roger aportamos en el liderazgo del proyecto conectando las áreas entre si y haciendo un enfoque especial en el sector de multimedia que desarrollaba la página web, adicional a esto el departamento de ICT liderado por Néstor Rodríguez y su equipo de tres analistas desarrollaron toda la parte de desarrollo tecnológico web de la página, que todos los sistemas funcionaran de manera correcta, que los servidores de la página estén estables y todo el proceso interno que requiere este departamento tan importante para este proyecto como ejecución de pruebas de diarias del piloto.

El siguiente plan de trabajo se ideó con el equipo y se llevó a cabo de acuerdo con las fechas establecidas allí:

¿Cómo se hizo la investigación?

Para el desarrollo de la investigación, se llevaron a cabo las actividades señaladas en el anterior cronograma:

❖ Recopilación de Información:

En esta actividad participó el equipo de marketing, canales digitales, e-commerce y data analyst lo cual tenía como objetivo recopilar la suficiente información para poder llevar a cabo el proyecto. La información necesaria para analizar datos y tomar decisiones para llevar a cabo la ejecución de los objetivos, se fundamentó en:

Conocer las transportadoras y contactos actuales que pueden participar en el proceso de la cadena de suministro, siendo estas 7 transportadoras en su totalidad (una transportadora por ciudad)

Actualmente, las estadísticas evidencian el uso de las plataformas de domicilios para suplir las necesidades de los colombianos. Makro, en convenio con Domicilios.com ingresa a la participación con un 26% de popularidad en el uso de esta plataforma.

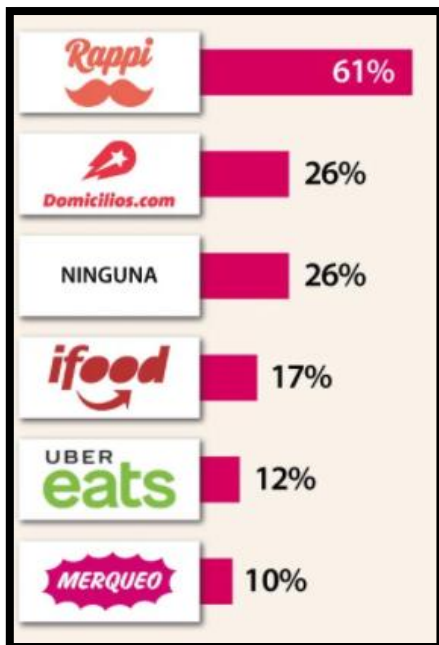
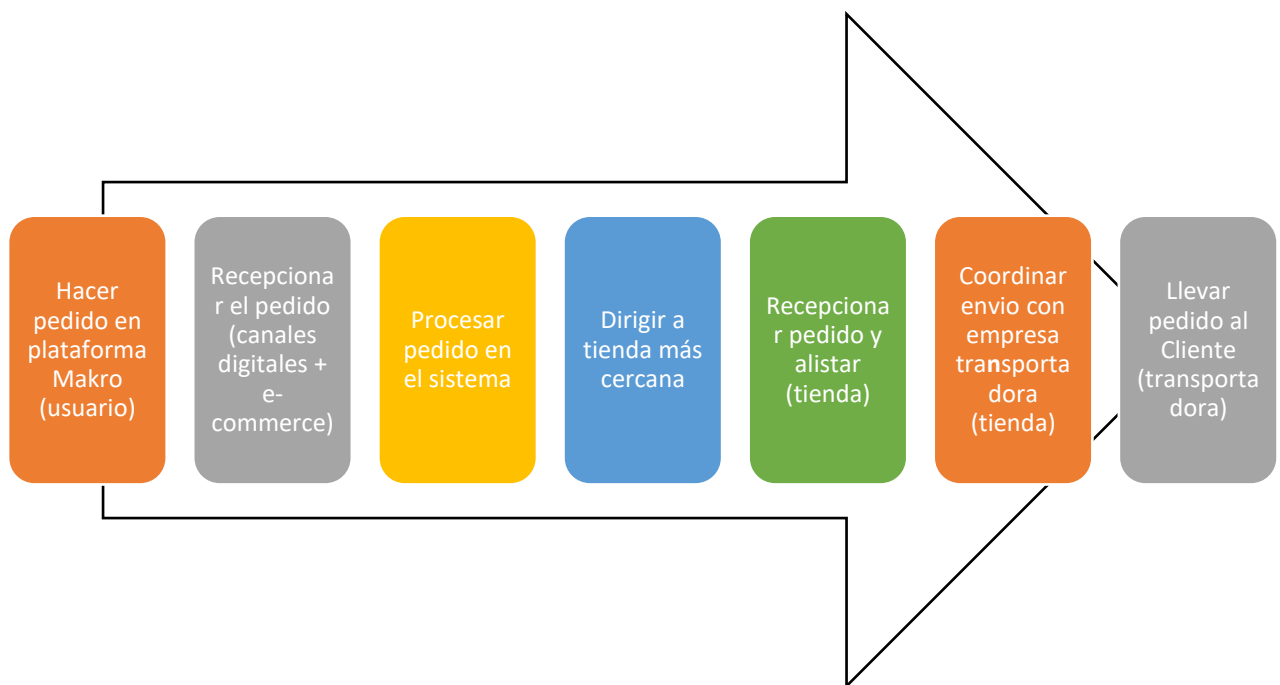


Imagen 1

Con este análisis, se evidencia la importancia de empezar a incursionar en las plataformas de domicilios propia de Makro, en donde buscamos el objetivo de generar valor a la compañía, innovación y competitividad con las demás empresas del sector Retail.

Por otro lado, se hizo un reconocimiento de la infraestructura de las tiendas involucradas en el proyecto para optimizar el proceso de entregas de acuerdo con la demanda de domicilios que se espera.

La cadena de suministro juega un papel muy importante al momento de definir el proceso que se llevara a cabo con la implementación de esta plataforma. El proceso identificado con el equipo es:



Es importante resaltar que en el momento en que el usuario ingresa a la plataforma, debe diligenciar su ubicación, de esta manera cuando haga la selección de sus productos se garantiza la disponibilidad de estos en la tienda más cercana.

❖ Comparación información con tienda Avenida Boyacá:

Esta actividad era importante realizarla, ya que esta tienda es la única del negocio quien en su momento tenía la posibilidad de solicitar domicilios directamente de tienda. Makro, sin necesidad de tercerizar el servicio con domicilios.com.

El objetivo de esta actividad consistía en poder revisar el proceso que se llevaba actualmente y las oportunidades de mejora que se han venido presentando para poder optimizar el ejercicio y aplicarlo en las demás tiendas Makro. Las mejoras identificadas y aplicadas al nuevo proyecto son:

- Se optimizaron los tiempos de entrega en donde disminuyeron de 2 días a 1 día de entrega.
- Se aumentó las opciones de las franjas horarias para la entrega de los productos.
- Se enfocó en tomar empresas transportadoras con reconocimiento en el mercado para lograr cumplir a los clientes.
- Se destinó una persona en tienda para esta actividad, de manera que verifique la disponibilidad de artículos y haga la respectiva ejecución de despachos.
- Se mejoró la experiencia en la navegación de la plataforma.

❖ Análisis de stock, gestión de inventarios y *Supply Chain*

El objetivo de estas tres actividades fue trabajar en el proceso y políticas relacionadas a garantizar que los productos solicitados por los clientes en la plataforma estén disponibles en las diferentes tiendas y se logre tener cumplimiento con la promesa de entrega por domicilio.

Pick and Go / Recoge en tienda

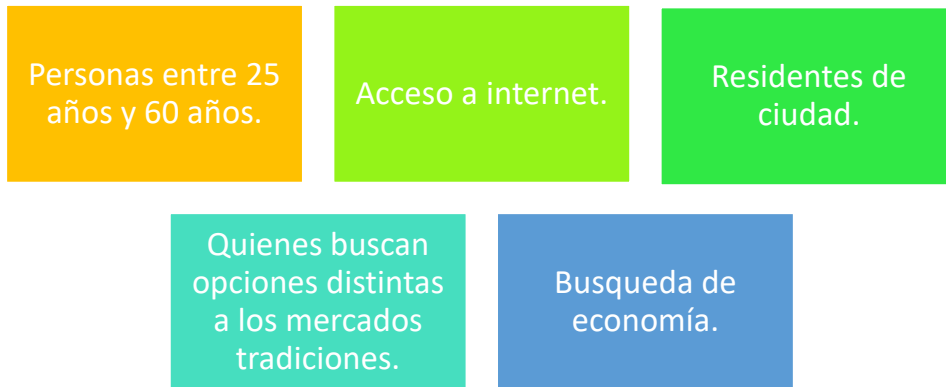
Esta modalidad esta implementada en la página web hace un año aproximadamente y consiste en pedir por medio de la pagina web tienda.makro.com.co seleccionar los productos deseados, elegir una tienda para recolectar el pedido, ingresar los datos personales, decidir el medio de pago y proceder al día siguiente a recoger el pedido físicamente en la tienda deseada.

En las tiendas hay un sistema especializado para recibir el pedido hecho, también hay una persona de E-commerce que canaliza la orden y la dirige a una persona en tienda que se encarga de hacer el mercado por el cliente, en las tiendas hay un lugar especializado en los parqueaderos para que el cliente tenga el espacio adecuado para recoger su pedido sin filas ni obstaculizar el paso de los demás carros o motos.

Esta temática se hizo muy útil en la pandemia y Makro decidió darle gran reconocimiento, de hecho en una entrevista a La Republica resaltan el gran uso de la plataforma que luego abrió paso para esta investigación y desarrollo de más ambientes en la página web como los domicilios que se tomó como base la infraestructura física y digital de la tienda Avenida Boyacá pionera del proyecto digital de Makro. El siguiente avance que se adelantó en la plataforma es el desarrollo de los domicilios (envíos) directos en la plataforma a los clientes en 7 ciudades distintas del país, procedimiento que se explicara más adelante durante el desarrollo del escrito.

❖ Definición público objetivo:

Una vez que se ha definido los diferentes procesos involucrados en la creación de esta plataforma, se identificó un público objetivo en el uso de este:



❖ La plataforma:

En esta actividad encerramos el uso de la plataforma y las pruebas que se desarrollaron durante la ejecución del proyecto.

Con el equipo de tecnología se llevó a cabo un bosquejo que permitía dar respuesta a todos los requerimientos que consideraba el equipo bajo las necesidades de nuestro usuario final.

En desarrollo con las diferentes áreas involucradas y mencionadas anteriormente, se hizo toda una identificación de cada SKU disponible en tienda, se generó toda una base extensa fotográfica, los valores, marcas y finalmente la conexión que se iba a tener con el área de Pricing para poder generar las respectivas promociones.

El resultado de este proyecto es la mejora de experiencia del usuario quien realiza la compra de su mercado y diferentes artículos que ofrece Makro, a través de una plataforma que, como compañía, nos hace más competitivos y generamos valor a nuestro negocio.

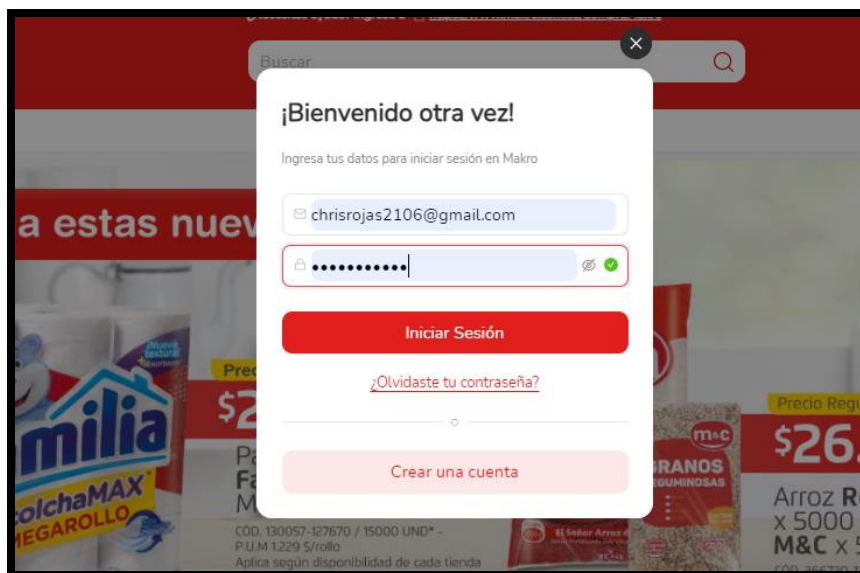
A continuación, se muestra un explicativo del paso a paso para poder tener la mejor experiencia de compra:

1. Ingresa a **tienda.makro.com.co**



2. Da clic en el botón “Inicia Sesión”

3. Ingresa tus datos como correo y contraseña, o crea una cuenta nueva



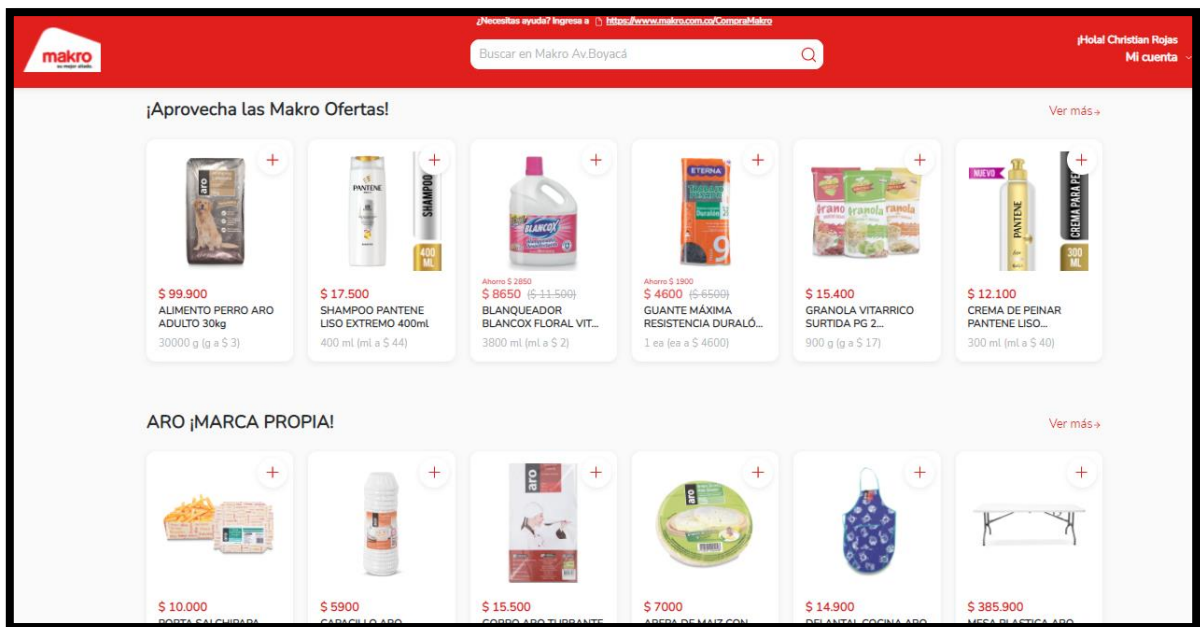
4. Selecciona el método en el que te gustaría recibir tu pedido: “A domicilio” si quieres que este llegue a tu casa, o “En tienda” si desear dirigirte a una tienda Makro y recoger todo tu pedido empacado.



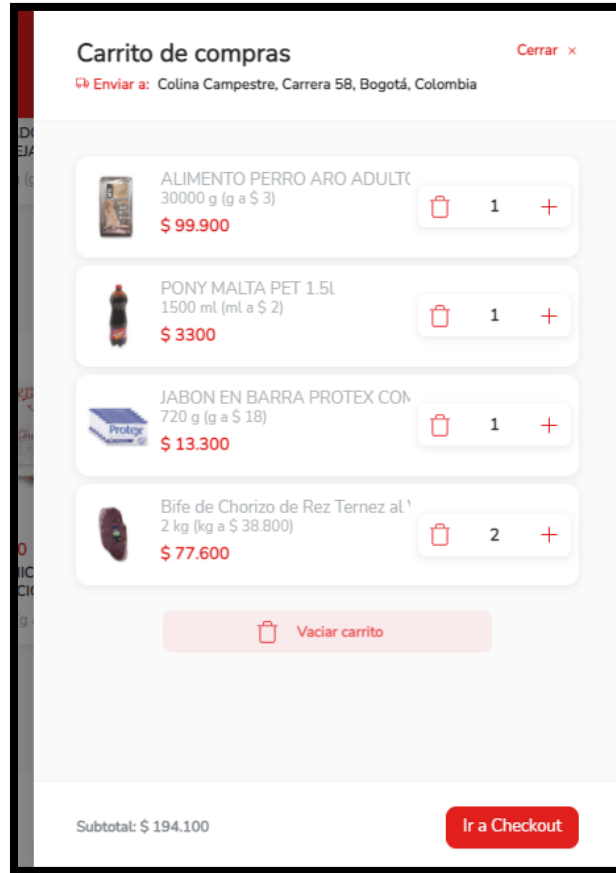
5. Diligencia tus datos a donde se llevará tu pedido.

A screenshot of the Makro app interface for address selection. At the top, there is a search bar with the word "Buscar" in grey. Below it, a white card with rounded corners contains the question "← ¿A dónde quieres que llevemos tu pedido?" in black text. Below the question are four input fields: "Estado" with a dropdown arrow, "Ciudad" with a dropdown arrow, "Dirección" with a location pin icon, "Detalles: (Barrio, Apartamento)" with a location pin icon, and "Nombre (Casa, Oficina, etc...)" with a location pin icon. At the bottom of the card is a red button with the text "Agregar PIN de Referencia".

6. Busca y selecciona los productos que deseas comprar. Visualiza el buscador para una mejor experiencia.
7. Da clic en el botón “+” que esta junto a cada producto, para agregar al carrito de compras.



8. Una vez finalice la búsqueda de tus productos, ubica la opción “Carrito de compras” en la esquina superior derecha.
9. Revisa que todos los productos que solicitaste estén allí. Una vez finalizado, da clic en “Ir a Checkout”.



10. Selecciona la franja horaria en la que quieres que tu pedido sea entregado.
11. Selecciona el método de pago dentro de las opciones que más se ajuste a tu necesidad.

🕒

Hora de entrega

Escoge tu hora de entrega

^

←

Hoy

Jun. 30

Jue.

Jul. 1

Vie.

Jul. 2

Sáb.

Jul. 3

→

8:00 a. m. - 4:59 p. m.

○

\$

Método de pago

Escoge tu método de pago

∨

📄

Por favor digita tu cédula

Ingresar por favor tu número de cédula.

∨

🏷️

Cupón de descuento

Ingresar el código del cupón

+

📦

Productos

4 productos, 7 unidades

Resumen del pago

Subtotal

\$ 271.700

Envío

\$ 11.900

Total

\$ 283.600

Confirmar pedido

🔔 Importante

Las dinámicas promocionales como reventón o economakro, entre otras, tienen restricción de las unidades permitidas a vender por cliente.

El costo del envío para las siguientes tiendas no se verá reflejado en la factura y se cobrará al momento de la entrega del pedido. Las tarifas varían de acuerdo con la ubicación de entrega y la cantidad de productos.

- Valledupar: \$3.000-\$10.000
- Cartagena: \$7.000-\$25.000
- Villa santos: \$8.000-\$30.000
- Floridablanca: \$6.000-\$35.000
- Santa Marta: \$4.000-\$20.000
- Dosquebradas: \$4.000-\$45.000
- Cúcuta \$4.000-\$15.000

12. Después de diligenciar tus datos, confirma tu pedido y el domicilio llegara de acuerdo con las opciones que seleccionaste anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA

Arantón Areosa, L. (2012). Web 2.0 y aplicaciones móviles (App). <http://hdl.handle.net/20.500.11940/2676>

Corredera de Colsa, L. E., & García Fernández, F. (2019). Desarrollo de aplicaciones seguras. <http://hdl.handle.net/10366/139700>

Díaz González, R. (2016). Aplicación web en .NET: Red social. <http://oa.upm.es/44873/>

Editorial La República S.A.S. (2020, 10 junio). Servicio de Recoja en Tienda, una de las apuestas de Makro para impulsar sus ventas. Diario La República. <https://www.larepublica.co/empresas/servicio-de-recoja-en-tienda-una-de-las-apuestas-de-makro-para-impulsar-sus-ventas-3016770>

Editorial La República S.A.S. (2020b, septiembre 28). Plataformas de domicilios reportaron crecimiento durante la cuarentena por covid-19. Diario La República. <https://www.larepublica.co/especiales/el-boom-del-comercio-electronico/plataformas-de-domicilios-reportaron-crecimiento-durante-la-cuarentena-por-covid-19-3066590>

Luján Mora, S. (2002). Programación de aplicaciones web: Historia, principios básicos y clientes web. <http://hdl.handle.net/10045/16995>

Martínez de la Pera Martínez, S. (2014). Desarrollo de una aplicación web para un gimnasio. <https://hdl.handle.net/2454/14223>

Morales Morales, J. J. M. (2003). Gestión de proyectos con soporte web. <http://cybertesis.uni.edu.pe/handle/uni/8067>

Osés Martín, A. (2014). Desarrollo de un framework para la creación de aplicaciones móviles con tecnologías web. <https://hdl.handle.net/2454/10385>

Pérez, Serrano G. Investigación cualitativa: retos e interrogantes. México, 2001.