

|  |
| --- |
| APLICATIVO WEB  E-COMMERCE |
|  |
| junio 18  ALTARED GROUP S.A.C.  PARTICIPANTES :   * DAVID KENSHIN VEGA ORTIZ * MIGUEL ALFONZO CHAVEZ RAMOS |



# ALTARED GROUP S.A.C.

* 1. DESCRIPCION DE LA ORGANIZACIÓN

Altared Group S.A.C. es una destacada empresa peruana con más de 15 años de trayectoria en la industria, especializada en la distribución, producción y comercialización de productos naturales bajo su marca propia, Lifesure. Establecida en 2009, Altared Group ha experimentado un crecimiento sostenido, posicionándose como un líder en el mercado de productos naturales en Perú.

Desde su fundación, Altared Group ha centrado sus esfuerzos en ofrecer productos de alta calidad, elaborados con ingredientes naturales y métodos de producción responsables con el medio ambiente. A través de Lifesure, la empresa proporciona una amplia variedad de productos, incluyendo suplementos alimenticios, cosméticos naturales y otros artículos diseñados para fomentar un estilo de vida saludable.

La trayectoria de Altared Group se distingue por su compromiso con la excelencia y la innovación. La empresa colabora estrechamente con productores locales para asegurar la sostenibilidad y calidad de sus materias primas, permitiendo mantener altos estándares de producción y satisfacer las expectativas de sus clientes más exigentes.

Durante sus 15 años de operación, Altared Group ha recibido múltiples reconocimientos por su dedicación a la calidad y la sostenibilidad. La empresa ha adoptado prácticas sostenibles en todas sus operaciones, desde la selección de ingredientes hasta la producción y distribución de sus productos, reduciendo su impacto ambiental y apoyando el desarrollo de comunidades locales.

La habilidad de Altared Group para innovar y adaptarse a las tendencias del mercado ha sido fundamental para su éxito. La empresa invierte continuamente en investigación y desarrollo para crear productos únicos y efectivos, que no solo cumplen con las necesidades actuales de los consumidores, sino que también anticipan futuras demandas.

Con un equipo comprometido y apasionado, Altared Group sigue ampliando su presencia en el mercado, con planes de llevar los beneficios de sus productos naturales a una audiencia global. La empresa continúa fortaleciendo su marca Lifesure y desarrollando nuevos productos que mejoren la calidad de vida de sus clientes, siempre manteniendo su compromiso con la excelencia y la sostenibilidad.

Altared Group S.A.C. se enorgullece de sus logros y mira al futuro con optimismo, decidida a continuar liderando la industria de productos naturales y a contribuir positivamente al bienestar global.

La oficina central de Altared Group S.A.C. se encuentra estratégicamente ubicada en Santiago de Surco, uno de los distritos más importantes de Lima, lo que facilita el acceso y la gestión de nuestras operaciones comerciales. Además, contamos con una moderna planta de producción situada en el Óvalo Santa Anita, también en Lima. Esta ubicación nos permite optimizar nuestros procesos de producción y distribución, garantizando la entrega oportuna y eficiente de nuestros productos naturales de alta calidad.

Aplicación

Descripción generada automáticamente con confianza media

HISTORIA DE LA EMPRESA ALTARED GROUP S.A.C.

* + Fundación y Primeros Pasos (2009-2014)

Altared Group S.A.C. fue fundada en 2009 con el objetivo de ofrecer productos naturales que fomentaran un estilo de vida saludable. Durante sus primeros años, la empresa se dedicó a construir relaciones sólidas con productores locales, asegurando así la calidad y sostenibilidad de sus materias primas. En este período, Altared Group lanzó su marca Lifesure, presentando una línea inicial de suplementos alimenticios y cosméticos naturales. La alta calidad y efectividad de estos productos rápidamente ganaron la confianza de los consumidores, estableciendo una base sólida para el crecimiento futuro de la empresa.

* + Crecimiento y Consolidación (2014-2019)

Impulsada por el éxito inicial, Altared Group comenzó a diversificar su portafolio de productos y a ampliar su presencia en el mercado. Durante estos años, la empresa realizó importantes inversiones en investigación y desarrollo, lo que permitió la creación de nuevas líneas de productos naturales. En 2016, se inauguró la moderna planta de producción en el Óvalo Santa Anita, un hito significativo que aumentó la capacidad de producción de la empresa y garantizó altos estándares de calidad. Además, se abrió la oficina central en Santiago de Surco, mejorando la gestión y operación de la empresa.

* + Innovación y Reconocimientos (2019-2024)

En los últimos cinco años, Altared Group ha experimentado un período de notable innovación y reconocimiento. La empresa ha lanzado numerosos productos innovadores bajo la marca Lifesure, respondiendo a la creciente demanda de consumidores conscientes de su salud y del medio ambiente. Altared Group ha recibido varios premios y reconocimientos por su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la innovación. La adopción de prácticas sostenibles en todas sus operaciones, desde la selección de ingredientes hasta la distribución de productos, ha reforzado su compromiso con el medio ambiente y el apoyo a las comunidades locales.

* + Perspectivas Futuras de ALTARED GROUP S.A.C.

Hoy en día, Altared Group S.A.C. celebra 15 años de éxito y crecimiento constante. La empresa se enorgullece de sus logros y mira hacia el futuro con optimismo. Con planes de expansión internacional, Altared Group está preparada para llevar los beneficios de sus productos naturales a una audiencia global. La empresa sigue comprometida con la innovación, la calidad y la sostenibilidad, con la misión de mejorar la salud y el bienestar de sus clientes.

La historia de Altared Group es un testimonio de su dedicación, pasión y compromiso con la excelencia, posicionándola como un líder en la industria de productos naturales en Perú y más allá.

Escala de tiempo

Descripción generada automáticamente

VISION EMPRESARIAL

Nuestra visión es ser un referente global en la industria de productos naturales, reconocidos por nuestra calidad, innovación y compromiso con la sostenibilidad. Aspiramos a mejorar la salud y el bienestar de las personas en todo el mundo, proporcionando productos naturales que no solo cumplan con las expectativas de nuestros clientes, sino que también promuevan un estilo de vida saludable y respetuoso con el medio ambiente.

GUIA METODOLOGICA PARA DEFINIR LA VISION EMPRESARIAL

* Análisis del Mercado y Tendencias:
* Investigación de Mercado: Realizar estudios de mercado para identificar tendencias emergentes y necesidades del consumidor.
* Benchmarking: Comparar nuestras prácticas con las de líderes de la industria para identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación.
* Participación de los Stakeholders:
* Encuestas y Entrevistas: Recopilar opiniones y sugerencias de clientes, empleados, proveedores y socios comerciales para alinear nuestra visión con sus expectativas.
* Grupos Focales: Organizar grupos de discusión con diferentes stakeholders para obtener una visión integral de sus necesidades y aspiraciones.
* Definición de Metas y Objetivos:
* Objetivos SMART: Establecer objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido que guíen nuestras acciones hacia la visión.
* Metas a Corto, Mediano y Largo Plazo: Desarrollar un plan estratégico que incluya metas a diferentes plazos, asegurando un progreso continuo y sostenido.
* Innovación y Desarrollo:
* I+D: Invertir en investigación y desarrollo para crear productos innovadores y de alta calidad que se adapten a las necesidades cambiantes del mercado.
* Tecnología y Procesos: Implementar tecnologías avanzadas y mejorar continuamente nuestros procesos de producción para mantenernos a la vanguardia de la industria.
* Sostenibilidad y Responsabilidad Social:
* Prácticas Sostenibles: Adoptar prácticas sostenibles en todas nuestras operaciones, desde la obtención de materias primas hasta la distribución de productos.
* Impacto Social: Desarrollar programas de responsabilidad social que beneficien a las comunidades locales y contribuyan al bienestar general.
* Evaluación y Mejora Continua:
* Indicadores de Desempeño: Establecer KPIs para medir el progreso hacia nuestra visión y realizar ajustes según sea necesario.
* Retroalimentación Continua: Fomentar una cultura de retroalimentación donde se evalúe continuamente el desempeño y se implementen mejoras.

MISION EMPRESARIAL

Nuestra misión es mejorar la salud y el bienestar de nuestros clientes ofreciendo productos naturales de alta calidad, elaborados de manera sostenible. Nos dedicamos a innovar continuamente, proporcionando soluciones efectivas y respetuosas con el medio ambiente que promuevan un estilo de vida saludable. Estamos comprometidos con la excelencia, la integridad y la responsabilidad social, buscando siempre generar un impacto positivo en nuestras comunidades y en el planeta.

GUIA METODOLOGICA QUE DEFINA LA MISION DE LA EMPRESA

* Identificación de Valores Fundamentales:
  + Definición de Valores: Identificar y definir los valores centrales que guían a la empresa, tales como la calidad, la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad social.
  + Involucrar al Personal: Realizar talleres y sesiones de brainstorming con empleados de todos los niveles para obtener una visión integral y asegurar un compromiso genuino con los valores definidos.
* Análisis del Entorno y Mercado:
  + Investigación de Mercado: Llevar a cabo estudios de mercado para identificar tendencias emergentes y las necesidades del consumidor, enfocándose en cómo nuestros productos naturales pueden satisfacer esas necesidades.
  + Evaluación de Competencia: Analizar las prácticas y ofertas de los competidores para encontrar oportunidades de diferenciación y mejora, destacando nuestras fortalezas.
* Participación de los Stakeholders:
  + Encuestas y Entrevistas: Recopilar opiniones y sugerencias de clientes, empleados, proveedores y socios comerciales para alinear nuestra misión con sus expectativas y necesidades.
  + Grupos Focales: Organizar grupos de discusión con diferentes stakeholders para obtener una visión integral de sus perspectivas y aspiraciones.
* Definición del Propósito y Objetivos:
  + Propósito Claro: Establecer un propósito claro y conciso que describa la razón de ser de la empresa y su impacto positivo en la sociedad.
  + Objetivos Estratégicos: Desarrollar objetivos estratégicos que alineen las actividades diarias de la empresa con su misión, asegurando que cada acción contribuya a los objetivos generales.
* Desarrollo de Estrategias y Políticas:
  + Planificación Estratégica: Crear planes estratégicos que incluyan políticas y procedimientos detallados para alcanzar los objetivos definidos, asegurando coherencia y alineación con la misión.
  + Políticas de Sostenibilidad: Implementar políticas de sostenibilidad que aseguren prácticas responsables y éticas en todas las operaciones de la empresa.
* Comunicación y Compromiso:
  + Comunicación Interna: Asegurar que todos los empleados comprendan y se comprometan con la misión de la empresa a través de programas de comunicación interna, capacitaciones y talleres.
  + Comunicación Externa: Comunicar la misión a clientes, proveedores y socios comerciales mediante campañas de marketing, informes anuales y eventos corporativos, fomentando relaciones basadas en valores compartidos.
* Innovación y Desarrollo:
  + Investigación y Desarrollo: Invertir en investigación y desarrollo para crear productos innovadores y de alta calidad que se adapten a las necesidades cambiantes del mercado.
  + Mejora Continua: Implementar un enfoque de mejora continua en todos los procesos, utilizando las últimas tecnologías y metodologías de producción.
* Monitoreo y Evaluación:
  + Indicadores de Desempeño: Establecer KPIs para medir el progreso hacia la misión, asegurando que cada objetivo y acción sea monitoreado y evaluado regularmente.
  + Retroalimentación y Ajustes: Fomentar una cultura de retroalimentación continua donde se evalúe el desempeño y se realicen ajustes según sea necesario para mantener la alineación con la misión.
* Responsabilidad Social y Sostenibilidad:
  + Impacto Social: Desarrollar programas de responsabilidad social que beneficien a las comunidades locales y contribuyan al bienestar general, demostrando nuestro compromiso con la sociedad.
  + Prácticas Sostenibles: Adoptar y promover prácticas sostenibles en todas nuestras operaciones, desde la obtención de materias primas hasta la distribución de productos, minimizando nuestro impacto ambiental.
* Revisión y Actualización:
  + Revisión Periódica: Realizar revisiones periódicas de la misión y los objetivos de la empresa para asegurar que sigan siendo relevantes y alineados con los cambios en el entorno y el mercado.
  + Actualización de la Misión: Ajustar y actualizar la misión según sea necesario para reflejar el crecimiento y evolución de la empresa, manteniendo su relevancia y efectividad.

ORGANIGRAMA Y FUNCIONES DE LAS PRINCIPALES AREAS

Diagrama

Descripción generada automáticamente

Gráfico, Gráfico circular

Descripción generada automáticamenteANALISIS “F.O.D.A”

MAPA DE PROCESOS

Un mapa de procesos es esencial para Altared Group S.A.C. porque permite identificar y analizar cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa, facilitando la identificación de redundancias, ineficiencias y cuellos de botella. Con esta herramienta, la empresa puede estandarizar sus procedimientos, asegurar la calidad de sus productos, optimizar el uso de recursos y, en última instancia, mejorar su competitividad en el mercado de productos naturales.

Diagrama

Descripción generada automáticamente

PROCESOS A AUTOMATIZAR

Altared Group S.A.C., una empresa dedicada a la producción y distribución de productos naturales, está buscando optimizar sus operaciones de e-commerce mediante la automatización de sus procesos clave. La automatización se centrará en mejorar la eficiencia operativa, reducir errores y optimizar la gestión de recursos en las áreas de gestión de inventario, facturación electrónica y gestión de pedidos.

Gráfico

Descripción generada automáticamente con confianza baja

* 1. IDENTIFICACION Y ANALISIS DE LA NECESIDAD

IDENTIFICACION DE LA NECESIDAD (PROBLEMA U OPORTUNIDAD)

Altared Group S.A.C., una empresa peruana con más de 15 años en la industria de productos naturales, enfrenta una serie de desafíos significativos que limitan su capacidad para satisfacer la creciente demanda del mercado y mejorar la experiencia del cliente. La empresa ha identificado la necesidad de implementar una plataforma de e-commerce para abordar estos problemas y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

* DOCUMENTACION DE LA NECESIDAD
* Altared Group S.A.C., una destacada empresa peruana en el mercado de productos naturales, enfrenta un desafío significativo en su capacidad de comercialización y alcance de mercado a través de su actual plataforma de ventas. La empresa ha identificado que su canal de ventas tradicional limita su capacidad de expansión y respuesta a las demandas crecientes del mercado. La falta de una plataforma de e-commerce robusta ha llevado a una gestión ineficiente de pedidos, tiempos de entrega prolongados y una experiencia del cliente insatisfactoria, lo cual afecta directamente las ventas y la fidelización de los clientes.
* IDENTIFICACION DE LIMITACIONES
* La organización opera con ciertos desafíos presupuestarios, lo cual restringe la adopción inmediata de soluciones tecnológicamente avanzadas. Además, existe una resistencia al cambio por parte del personal, que complica la transición hacia nuevas metodologías de trabajo. La falta de integración entre los sistemas actuales y una plataforma de e-commerce también representa una barrera, incrementando la complejidad de implementación y la necesidad de formación adicional para el personal.
* PROPUESTAS TEMPRANAS DE POTENCIAL SOLUCION
* Se propone la implementación de una aplicación web de e-commerce que permita a Altared Group S.A.C. gestionar eficientemente sus ventas en línea. Esta plataforma facilitará la automatización de la gestión de inventarios, procesamiento de pedidos y seguimiento de envíos, además de ofrecer una experiencia de usuario mejorada y personalizada. La integración con los sistemas existentes de la empresa permitirá una sincronización fluida de datos, reduciendo errores y optimizando los procesos operativos.
* BENEFICIOS DE LA POTENCIA SOLUCION
* La adopción de una plataforma de e-commerce resolverá los problemas actuales relacionados con la gestión de ventas y satisfacción del cliente. Esto permitirá a la empresa expandir su alcance de mercado, reducir costos operativos y mejorar los tiempos de entrega. Adicionalmente, se incrementará la satisfacción del cliente mediante una experiencia de compra más eficiente y personalizada. La implementación de esta solución también facilitará una transición suave hacia procesos más modernos y eficientes, posicionando a Altared Group S.A.C. como un líder innovador en el mercado de productos naturales.

ELICITACION DE REQUISITOS

REQUISITOS FUNCIONALES

* + GESTION DE PRODUCTOS
* El sistema debe permitir la creación, edición y eliminación de productos.
* Debe ser posible categorizar productos en diferentes secciones (suplementos alimenticios, cosméticos naturales, etc.).
* Los productos deben tener descripciones detalladas, precios, imágenes y niveles de stock actualizados.
  + PROCESAMIENTO DE PEDIDOS
* El sistema debe gestionar el carrito de compras, permitiendo a los usuarios agregar, eliminar y modificar productos en su carrito.
* Debe haber un proceso de checkout que permita a los usuarios completar sus compras de manera segura.
* El sistema debe generar confirmaciones de pedidos y enviarlas por correo electrónico al cliente.
  + GESTION DE INVENTARIOS
* El sistema debe permitir la gestión automatizada de inventarios, actualizando los niveles de stock en tiempo real a medida que se procesan los pedidos.
* Debe haber alertas automáticas cuando los niveles de stock de un producto sean bajos.
  + INTEGRACION CON METODOS DE PAGOS
* El sistema debe integrar múltiples métodos de pago (tarjetas de crédito, débito, pagos electrónicos, etc.).
* Debe ser capaz de procesar pagos de manera segura y cumplir con las normativas de seguridad (PCI DSS).
  + SEGUIMIENTO DE ENVIOS
* El sistema debe permitir el seguimiento de los pedidos desde la salida del almacén hasta la entrega al cliente.
* Los clientes deben poder ver el estado de sus pedidos en tiempo real.
  + GESTION DE USUARIOS
* El sistema debe permitir la creación y gestión de cuentas de usuario.
* Debe haber roles y permisos diferenciados (administrador, cliente, operador de inventario, etc.).
  + INFORMES Y ANALISIS
* El sistema debe generar informes sobre ventas, inventarios, y comportamiento del cliente.
* Debe proporcionar herramientas analíticas para predecir tendencias y demandas futuras.

REQUISITOS NO FUNCIONALES

* SEGURIDAD
* El sistema debe asegurar la protección de los datos de los usuarios mediante cifrado y medidas de seguridad avanzadas.
* Debe cumplir con las normativas de protección de datos y privacidad (GDPR, CCPA).
* RENDIMIENTO
* El sistema debe ser capaz de manejar un alto volumen de tráfico sin degradación significativa en el rendimiento.
* Debe tener tiempos de respuesta rápidos para las consultas de los usuarios y el procesamiento de pedidos.
* ESCALABILIDAD
* El sistema debe ser escalable para acomodar un creciente número de usuarios y transacciones sin necesidad de una reingeniería completa.
* USABILIDAD
* La interfaz de usuario debe ser intuitiva y fácil de navegar.
* Debe proporcionar una experiencia de usuario fluida y agradable, con soporte para dispositivos móviles.
* DISPONIBILIDAD
* El sistema debe estar disponible 24/7 con un tiempo de inactividad mínimo programado para mantenimiento.
* Debe tener mecanismos de recuperación ante fallos y copias de seguridad regulares para garantizar la continuidad del servicio.
* COMPATIBILIDAD
* El sistema debe ser compatible con los principales navegadores web y sistemas operativos.
* Debe integrarse sin problemas con los sistemas existentes de la empresa (ERP, CRM, etc.).

Estas tablas documentan de manera ordenada y clara los diversos requisitos funcionales y no funcionales que deben ser atendidos para la implementación de la plataforma de e-commerce para Altared Group S.A.C.

|  |  |
| --- | --- |
| REQUERIMIENTOS FUNCIONALES (RF) | |
| # | DETALLES |
| RF\_001 | Permitir la creacion, edicion y eliminacion de productos con descripciones detalladas, precios, imágenes y niveles de stock actualizado. |
| RF\_002 | Facilitar la categorizacion de productos en diferentes secciones (suplementos alimenticios, naturales, etc) |
| RF\_003 | Gestionar un carrito de compras, permitiendo a los usuarios agregar o eliminar y modificar productos en sus carrito. |
| RF\_004 | Implementar un procesos de checkout que permita a los usuarios completar sus compras de manera segura. |
| RF\_005 | Generar y enviar confirmaciones de pedidos por correo electronico a los clientes |
| RF\_006 | Actualizar los niveles de stock en tiempo real a medida que se procesan los pedidos |
| RF\_007 | Enviar alertas automaticas cuando los niveles de stock de un producto esten por agotarse |
| RF\_008 | Integrar mutliples metodos de pagos (tarjeta credito, debito, pago electronico,etc) y procesar los pagos de manera segura. |
| RF\_009 | Permitir el seguimiento de los pedidos desde la salida de almacen hasta la entrega del cliente, mostrando el estado en tiempo real. |
| RF\_010 | Facilitar la creacion y gestion de cuentas de usuarios, con roles y permisos diferentes (administrador, cliente, operador de almacen, etc). |

|  |  |
| --- | --- |
| REQUERIMIENTOS NO FUNCIONALES (RNF) | |
| # | DETALLES |
| RNF\_001 | La plataforma debe cumplir con las normativas de seguridad, incluyendo PCI DSS, para el procesamiento de pagos |
| RNF\_002 | El sistema debe ser capaz de manejar un aumento en la cantidad de usuarios y transacciones sin degradacion del rendimiento |
| RNF\_003 | El tiempo de carga de las paginas debe ser inferior a 3 segundos para garantizar una experiencia de usuario satisfactorio. |
| RNF\_004 | La interfaz de usuario debe ser intuitiva y facil de usar, facilitando la navegacion y el proceso de compra para los clientes |
| RNF\_005 | El sistema debe estar disponible al menos un 99.99% de tiempo, asegurando que los clientes puedan acceder a la plataforma en todo momento. |
| RNF\_006 | La plataforma debe ser compatible con los principales navegadores web y dispositivos moviles |
| RNF\_007 | Asegurar la integridad de los datos durante todas las transacciones y operaciones de la plataforma. |

ANALISIS DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

Altared Group S.A.C., una empresa peruana líder en productos naturales, enfrenta una oportunidad significativa para mejorar su operación mediante la implementación de una plataforma de e-commerce. Actualmente, la falta de una presencia robusta en línea limita su capacidad para satisfacer la creciente demanda del mercado global y para optimizar la experiencia del cliente. Esto se refleja en tiempos de entrega prolongados, gestión ineficiente de pedidos y una experiencia de compra no óptima para los consumidores.

COMPRENDER LA CAUSA RAIZ DE LA NECESIDAD

TECNICA : Diagrama de Ishikawa (Causa-Efecto o Espina de Pescado)

PROBLEMA PRINCIPAL : Ventas bajas en la empresa

PROCESOS

* + Procesos manuales de gestión de pedidos y seguimiento de inventario.
  + Falta de estandarización en los procesos de venta en línea.
  + Deficiencias en la logística de entrega y gestión de devoluciones.

PERSONAS

* Resistencia al cambio por parte del personal en la adopción de nuevas tecnologías.
* Necesidad de capacitación en nuevas plataformas y procesos de e-commerce.
* Falta de personal especializado en marketing digital y gestión de comercio electrónico.

TECNOLOGIA

* Ausencia de una plataforma de e-commerce integrada y robusta.
* Tecnología obsoleta en la gestión de inventario y seguimiento de pedidos.
* Limitaciones en herramientas de análisis y predicción de demanda para optimizar el inventario.

MATERIALES

* Falta de clasificación adecuada y etiquetado de productos para la venta en línea.
* Calidad de datos comprometida debido a la gestión manual de inventario.

MEDIO AMBIENTE

* Condiciones físicas del almacén que afectan la organización y accesibilidad de productos para la venta en línea.
* Limitaciones de espacio que dificultan el manejo eficiente del inventario.

METODOS

* Falta de métodos de control de inventario eficientes para la gestión en línea.
* No utilización de metodologías predictivas para la gestión de flujo de productos.
* Dependencia de métodos tradicionales para la gestión de stock que no son óptimos para e-commerce.
  1. DESARROLLLO DE LA PROPUESTA DE SOLUCION

PROPUESTA DE SOLUCION

Para abordar la oportunidad de mejorar la operación de Altared Group S.A.C. mediante la implementación de una plataforma de e-commerce robusta, es crucial diseñar una solución integral que considere los aspectos de Procesos, Personas e Infraestructura Tecnológica.

ALTERNATIVAS A SOLUCION RESPUESTA

|  |  |
| --- | --- |
| PROPUESTA DE SOLUCION | COSTO |
| IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA ERP | S/50.000 |
| APLICATIVO E-COMMERCE C/ F.I | S/10.000 |