**Sistema de gestión de bases de datos para una**

**cadena de tiendas**

**Objetivo general del sistema:**

Gestionar el inventario, la compra y la venta de artículos en una cadena de tiendas; lo que significa soportar paso a paso el proceso desde que se compra mercancía a los proveedores, se vende a un cliente, ya sea físico o virtual y hasta que se entregan los productos al cliente.

**Objetivos específicos del sistema:**

* Ofrecer servicio de compra física, es decir, el cliente va hasta la sucursal y elige sus productos. Además, ofrecer la posibilidad de compra online. Para ambos casos, se da puede prestar el servicio a domicilio a los clientes registrados.
* Llevar el registro de las ventas hechas en el establecimiento y a través del servicio a domicilio.
* Tener registro de los artículos en el inventario y mercancía en camino enviada por los proveedores.
* Ofrecer estadísticas e información para la toma de decisiones.
* Manejar múltiples métodos de pago
* Implementar un sistema de promociones periódicas que se muestran en la página web

**Alcance del sistema:**

El sistema deberá cumplir con soportar los siguientes procesos:

**1. Comprar mercancía:**

A medida que una de las sucursales de la tienda vaya distribuyendo sus productos, tan pronto como uno de ellos se esté agotando, se verá obligada a llenar de nuevo su inventario. La manera de que la sucursal pueda llenar nuevamente su inventario es surtiendo con uno o varios proveedores. Además, cada sucursal tiene la posibilidad de ofertar sólo algunos tipos de productos, es decir, la sucursal A puede vender un producto P, pero la sucursal B no tiene que vender el producto P.

**2. Inventario:**

Cada sucursal contará con un inventario en el cual se almacenarán cada uno de los productos que la tienda vende a los clientes. Este inventario contará con la información de los productos dentro del establecimiento, tales como: código de producto, descripción del producto, cantidad, valor por unidad y precio de oferta.

**3. Ventas de productos:**

Cada vez que uno de los productos es vendido a cualquier cliente, este será retirado del inventario para mantener un control de la disponibilidad. Para la venta de productos, se tienen dos modalidades: la primera es venta de manera física, donde el cliente ingresa a la sucursal, elige sus productos y se dirige a la caja para cancelar el total de la venta; la otra modalidad es de manera virtual donde, los clientes registrados en nuestra base de datos, pueden elegir qué desean adquirir desde un lugar externo a cualquier sucursal.

**4. Gestión de domicilios:**

Para poder controlar los domicilios, la sucursal contará con un Sing up en su página online para el registro de usuarios, una vez registrado, sólo basta con que el usuario ingrese a su cuenta y desde allí pida los productos que desee que sean llevados hasta la dirección proporcionada. Si la tienda realiza una venta física, se le da la posibilidad al cliente de hacer uso del servicio de domicilio. El domicilio después de una venta física será entregado en la dirección que el cliente haya proporcionado en su cuenta, esto quiere decir que el cliente sólo puede hacer uso del servicio si está registrado. El cliente físico u online podrá elegir la hora y día de entrega, además, cuenta con la posibilidad de modificar o cancelar el pedido desde la página web y hasta antes de que el cliente reciba el pedido.

**5. Métodos de pago:**

Debido a que se cuenta con pedidos a distancia por medio online, se le da, a los clientes, la ventaja de pagar de diferentes maneras, como lo son tarjeta de crédito, tarjeta débito. y pago virtual por PSE para un cliente online. Si se realiza la venta de manera física, el cliente contará con los mismo medios de pago que el cliente online además de incluir efectivo.

**6. Promociones:**

Cada uno de los productos cuenta con un valor por unidad, así mismo, contará con un precio de promoción. La intención de que cada producto tenga un «precio especial» es que se puedan dar promociones periódicas de una manera más ordenada y fácil de controlar. Por otro lado, también pueden haber promociones de descuento de un porcentaje del precio del producto.

**7. Estadísticas e información de interés para el cliente:**

Se tendrán datos útiles para los clientes, tales como: horarios de atención, productos en promoción, descuentos, compras realizadas e información de contacto.

**8. Estadísticas e información para las sucursales:**

Hay datos beneficiosos para la empresa, como lo son: el producto más vendido, los horarios con más actividad, cantidad de artículos vendidos, ganancias y gastos de la tienda, si se desea obtener otra información, queda como responsabilidad de la tienda.

**9. Volúmenes de datos:**

* Se requiere mínimo una persona con rol de jefe de almacén por sucursal.
* La cadena de tiendas contará con 19 sucursales distribuidos en Colombia.
* Cada sucursal contará con un total de 8.000 tipos productos y la cantidad de unidades de cada producto será independiente en cada sucursal.
* Se espera en promedio el registro de 1000 clientes por mes.
* Se atienden alrededor de 75.000 clientes diarios.