



Instituto Tecnológico de Costa Rica

Ingeniería en Computación

Base de datos 1

Diagrama y Justificación Caso 1

Profesor:

Martin Flores

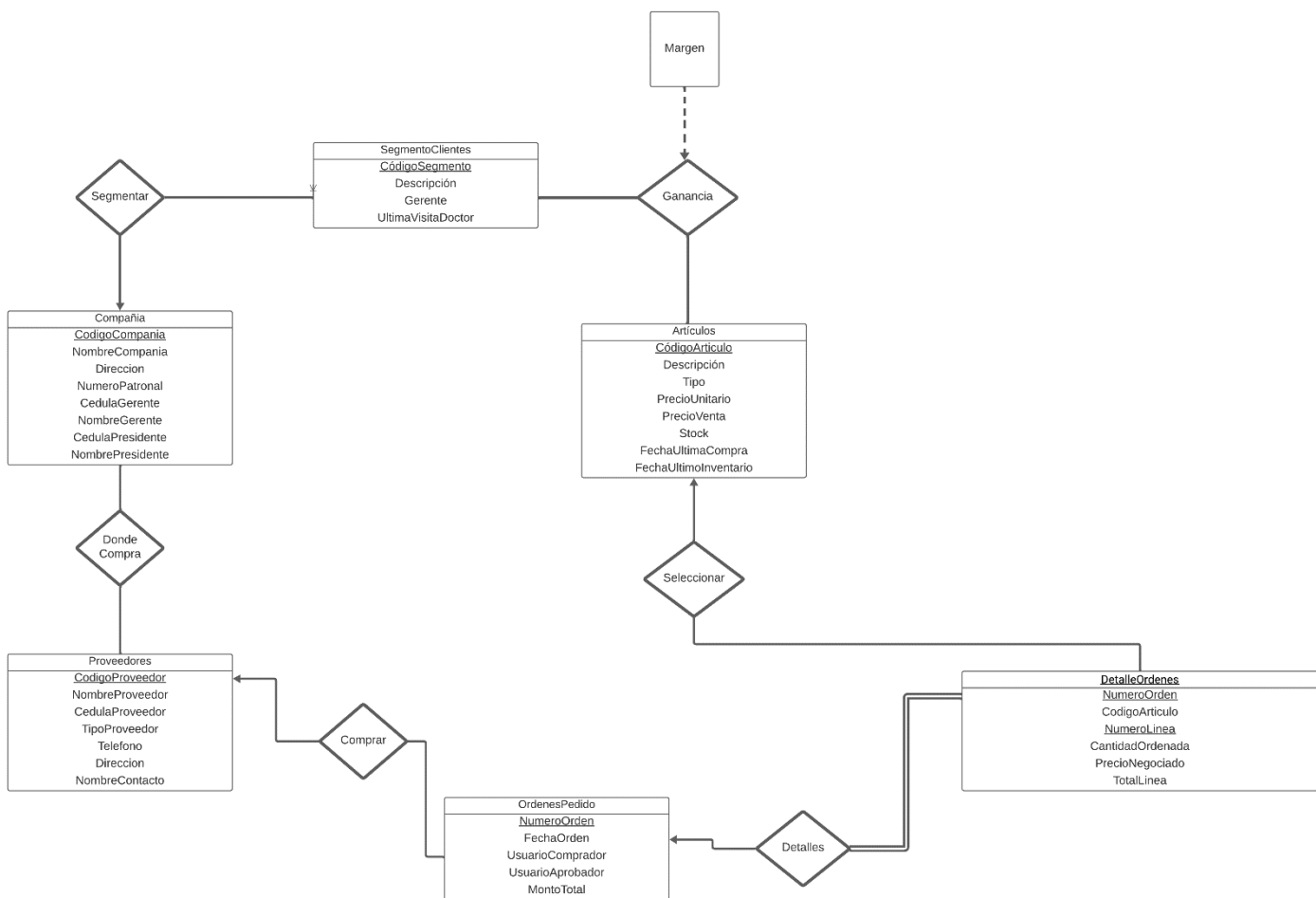
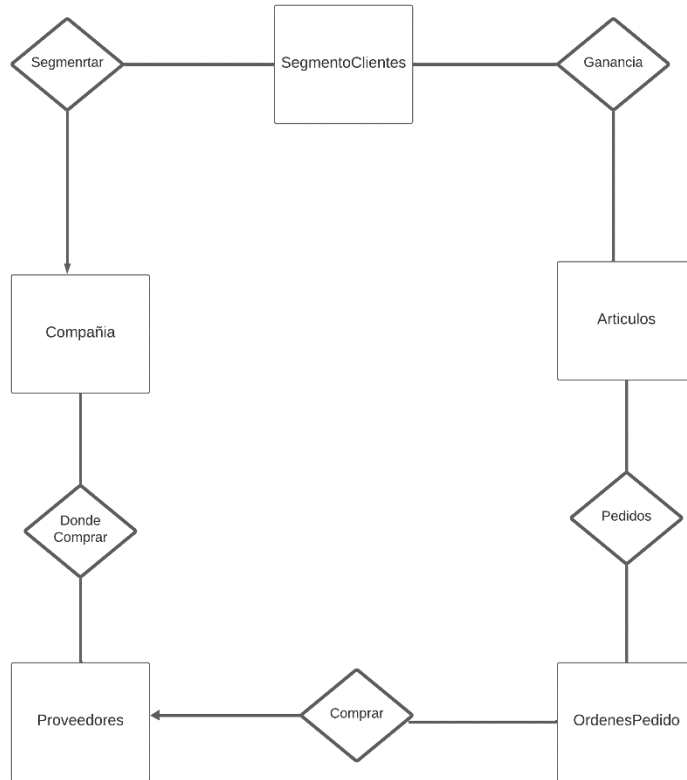
Estudiante:

Duan Espinoza - 2019079490

Segundo Semestre

Fecha: 08 de octubre

Año:2023



Justificación

Las tablas en el modelo cubren todos los controles requeridos en el contexto de "Compañías", "Proveedores", "Segmento de Clientes", "Artículos" y "Órdenes de Pedido". Además, se ha introducido una tabla adicional llamada "Detalle de órdenes" para gestionar de manera más eficiente los detalles específicos de cada pedido.

En cuanto a las relaciones entre estas entidades, podemos observar lo siguiente:

1. **Relación entre Compañías y Proveedores:** Una compañía puede tener múltiples proveedores, lo que significa que un proveedor puede abastecer a varias compañías en nuestro sistema.
2. **Relación entre Proveedores y Órdenes de Compra:** Un proveedor tiene la capacidad de generar muchas órdenes de compra, lo que permite registrar múltiples transacciones comerciales entre proveedores y nuestras compañías.
3. **Relación entre Órdenes de Compra y Detalle de órdenes:** Cada orden de compra puede contener varios detalles de órdenes, lo que facilita el seguimiento de los productos y cantidades solicitadas en cada transacción.
4. **Relación entre Detalle de órdenes y Artículos:** Cada detalle de orden está relacionada con un único artículo, lo que nos permite identificar claramente los productos específicos incluidos en cada pedido.
5. **Relación entre Artículos y Segmentos de Clientes:** Un artículo puede estar asociado con varios segmentos de clientes, lo que nos permite ajustar los precios y las estrategias de venta según el mercado al que se dirige.
6. **Relación entre Segmentos de Clientes y Compañías:** Cada segmento de clientes pertenece a una compañía en particular. Además, una compañía puede tener múltiples segmentos de clientes, lo que nos permite segmentar eficazmente nuestro mercado y gestionar estratégicamente nuestras relaciones comerciales.

Es importante destacar que, en la relación entre "Segmentos de Clientes" y "Artículos", se ha incorporado un atributo adicional llamado "Ganancia" para cada segmento en función del artículo. Esto nos permite personalizar los márgenes de beneficio para cada producto según el segmento de clientes al que se dirige.