

# **“Iteración 1 AloHAndes”**

Juan Camilo Sánchez , Julio Peña  
ISIS-2304 Sistemas Transaccionales  
Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia  
{ jc.sanchez12,ja.peñat}@uniandes.edu.co  
Fecha de presentación: Octubre 3 de 2018

## **Introduccion:**

Uno de los grandes actores que mueven la economía y la vida diaria en el momento actual es el concepto de las grandes superficies o supermercados. Los hay de todo tipo y, como muestra, se pueden nombrar: Éxito, Carrefour, Carulla, IKEA, HomeCenter, entre otros. El objetivo de estas grandes superficies es agrupar en un solo espacio una gran oferta de productos, de manera que el consumidor está en la capacidad de adquirir en un solo sitio y momento todo aquello que necesita. Es por esta necesidad que se ha iniciado un proyecto de SuperAndes el cual tiene como objetivo satisfacer a los clientes que deseen obtener todos los productos que deseen de una manera rápida y segura. SuperAndes incorpora el control sobre las sucursales, los productos que venden y sus proveedores para permitirles hacer todos los procesos necesarios para abastecerse, generar ventas, controlar información entre otros procesos importantes. Para la iteración 1 se utilizará el caso de la Universidad de Los Andes. Este informe es una recopilación de los logros y aprendizaje obtenido al desarrollar los requerimientos del caso de estudio y de la aplicación de los conocimientos adquiridos en la clase de Sistemas Transaccionales.

# Elementos fundamentales del negocio

## 1. Roles de usuario

SuperAndes tiene tres roles de usuario, administrador, Sucursal y cliente(el que va a usar el servicio).

## 2. Entidades de negocio

Las entidades de negocio para SuperAndes las sucursales, los clientes, los proveedores .

## 3. Funcionalidades principales

Registrar los clientes de las sucursales de SuperAndes.

Registrar los proveedores de las sucursales de SuperAndes.

Registrar las sucursales de SuperAndes.

Registrar productos de venta para las sucursales.

Registrar los diferentes tipos de almacenamiento de una sucursal(Bodega, Estante)

Registrar una promoción

Finalizar una promoción

Registrar un nuevo pedido de una sucursal a un proveedor

Actualizar el estado de un pedido

Registrar una venta realizada por una sucursal

Mostrar el dinero recolectado por ventas en cada sucursal

Mostrar las 20 promociones más populares

Mostrar el índice de ocupación de cada bodega y estante de la sucursal

Mostrar las compras hechas por SuperAndes a los proveedores

Mostrar las ventas de SuperAndes a un usuario dado, en un rango de fechas indicado

## 4. Reglas de negocio

\*Los productos pueden ofrecerse en diferentes presentaciones y unidades.

\*Los productos se pueden clasificar en varias categorías y cada categoría puede tener diferentes productos.

\*Las sucursales pueden estar repartidas en diferentes localizaciones

\*Cada sucursal cuenta con su propio grupo de bodegas y de estantes .

\*Cada sucursal puede manejar sus propios precios para la venta de cada producto

\*Los almacenamientos (bodegas y estantes) tiene una capacidad máxima y tienen solo una categoría de producto asociada

\*Los proveedores tienen una calificación asociada para poder mantener la calidad del servicio

\*Las sucursales mantiene para cada producto un nivel de reorden el cual permite un control sobre la disponibilidad de los productos

\*Para poder generar un reorden se hace una petición de pedido a un proveedor con una cantidad de recompra, el cual es función de las existencias actuales y la capacidad del almacenamiento

\*Para los estantes se maneja un nivel de abastecimiento para poder tener un movimiento de productos entre los dos tipos de abastecimiento.

\*Existen dos tipos de clientes los cuales se identifican por un documento o identificación única

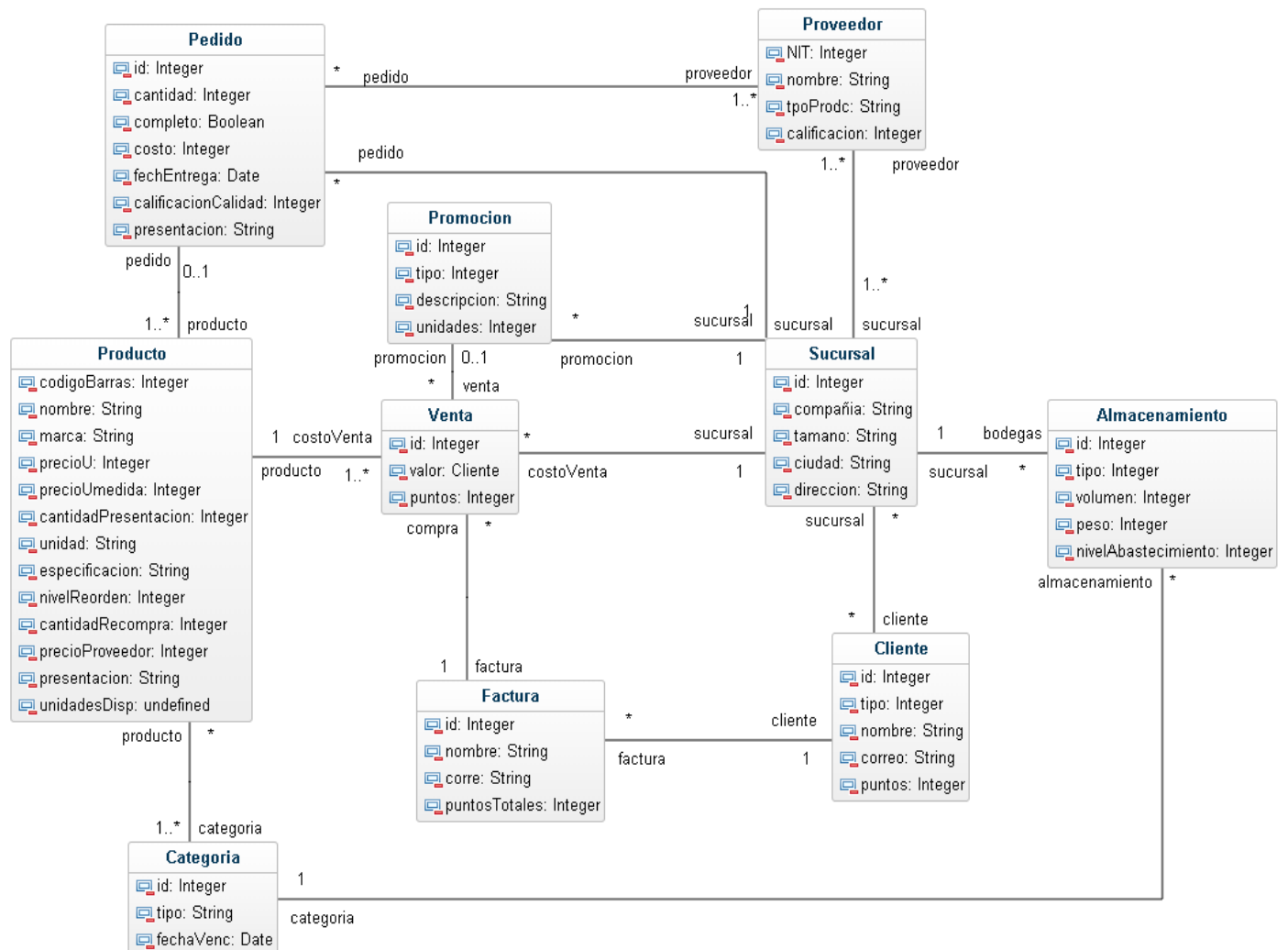
\*Para la factura electrónica se debe tener el nombre, el correo y la dirección

\*Para la compra se genera un conjunto de ventas con valores de cada producto

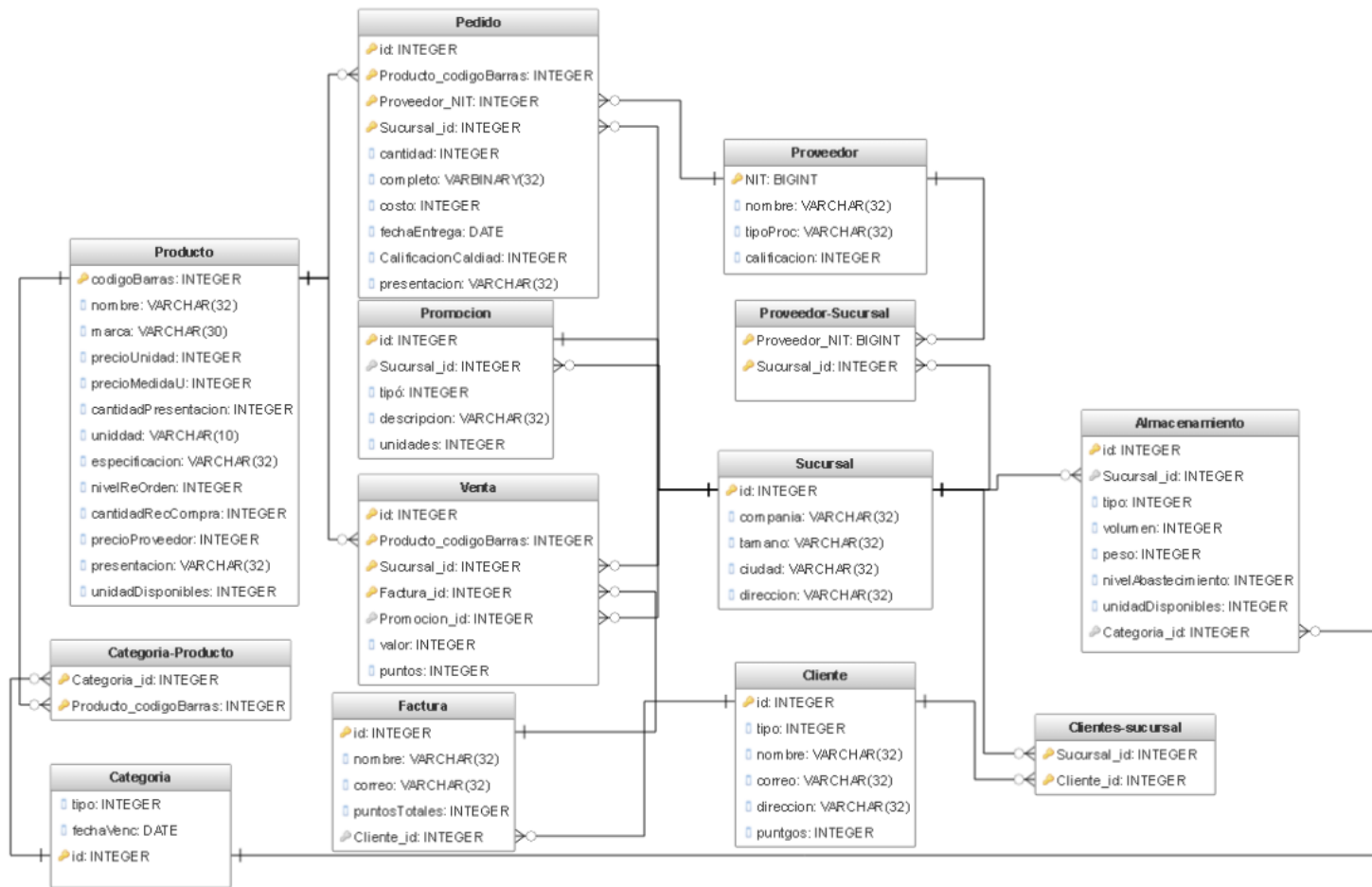
\*La generación de una promoción esta definida por la sucursal como una oportunidad de diferentes tipos que te ofrece mayor cantidad de unidades por algún valor o característica diferente

\*La generación de una promoción esta definida por el proveedor como una presentación diferente a la normal sobre un producto

# Modelo Conceptual



# Modelo Relacional



RESULTADOS:

