Caso Práctico

Una panadería local ha decidido modernizar su sistema de gestión para mejorar el seguimiento de sus ventas, productos más vendidos, especialidades, ganancias, sucursales y clientes principales. Después de realizar un análisis detallado, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La panadería ofrece una variedad de productos, incluyendo diferentes tipos de panes, pasteles, galletas y otros productos horneados. Cada producto tiene un nombre, precio de venta y una descripción de sus ingredientes.

La panadería cuenta con varias sucursales en distintas ubicaciones, cada una con un nombre, dirección y personal específico encargado de la atención al cliente y la preparación de productos.

Para cada sucursal, se desea conocer las ventas diarias y mensuales, así como las ganancias generadas por la venta de productos.

Se desea realizar un seguimiento de los productos más vendidos en cada sucursal, así como a nivel general, para identificar tendencias de compra y optimizar el inventario.

Además de los productos regulares, la panadería ofrece especialidades únicas, como pasteles personalizados o productos de temporada. Se requiere llevar un registro de estas especialidades, incluyendo detalles sobre su producción y demanda.

Se desea mantener un registro de los clientes principales de la panadería, incluyendo información como nombres, preferencias de productos, historial de compras y datos de contacto.

Por motivos de análisis y toma de decisiones, se requiere generar informes periódicos que proporcionen un resumen de las ventas, ganancias, productos más vendidos y otros indicadores clave de rendimiento para cada sucursal y a nivel general de la panadería."