

Patisserie argenta

Una delicias para desayunar, como si estuviéramos en París, pero en Campana.



1. Productos

De los distintos productos que ofrece la patisserie nos interesa conocer:

- Si es **natural**
- Su **valoración**, un número que indica qué tan bueno es el producto
- Si es **especial**
- Su **precio** está dada por su valoración por 30, más 120 si es natural y está expresado en una moneda de curso legal de la cual no sabemos su nombre.

Consideraremos estos platos:

Macaron

Cada macaron tiene un peso diferente y pueden tener o no cobertura. Los macarons son naturales si no tienen cobertura. Un macaron es especial cuando su peso es mayor a 50 gramos y además tiene cobertura. Su valoración es de 120 unidades si es especial y de 80 en caso contrario.

Alfajor

Su peso es el del relleno que tiene más el peso de las tapas.

El alfajor tiene dos tapas iguales, pero no siempre pesan lo mismo entre un alfajor y otro.

Cada alfajor puede hacerse con diferente relleno. Los rellenos que existen en la patisserie actualmente los siguientes, pero podría haber otros en un futuro, con diferentes valores:

- **dulce de leche** pesa 30 gramos y no es natural
- **confiture de groseilles** pesa 25 gramos y tampoco es natural
- **miel** pesa 20 gramos y es natural.

Un alfajor es natural según el relleno con que esté hecho.

La valoración del alfajor se calcula como su peso / 10.

No se consideran especiales.

Porciones de tortas

Puede ser la mejor torta fraiser, una clásica pastafrola, o muchas otras. Puede tener chocolate, crema o algún otro ingrediente destacado. Su peso no está predeterminado y se considera especial si tiene chocolate. Siempre son naturales y su valoración es 100.

Mesa dulce

Una mesa dulce está compuesta por varias porciones de torta, puede tener macarons o incluso venir con uno o más alfajores.

El peso es la suma de los pesos de todo lo que lo compone, y es especial cuando tiene al menos 3 componentes.

Si alguna de las cosas que incluye no es natural, la mesa dulce tampoco lo es.

Su valoración es la mayor valoración de todo lo que la compone.

2. Clientes

De cada cliente se conoce una cierta cantidad de crédito que la patisserie otorga, para que haga sus compras en el local.

De los clientes que van a la patisserie nos interesa saber si les agrada o no un producto, lo cual dependerá del cliente. Si el cliente es la primera vez que compra, le va a agradar un producto si es natural, mientras que si ya compró antes le agrada cuando es especial o tiene una valoración mayor a 100.

Cuando un cliente se quiere dar un gusto en la patisserie, compra el primero de los platos que le agradan y que pueda pagar con su crédito, entre los que ofrece en ese momento la patisserie. En caso que encuentre algo para comprar actualizar su crédito, si no se retira sin comprar,

La patisserie decide hacer una promoción, y le regala una X cantidad de crédito a todos los clientes que alguna vez hayan comprado algo en la patisserie.

4. Tests

Realizar al menos los siguientes tests.

- Tener una mesa dulce con al menos tres productos y probar los casos significativos.

- Hacer que un cliente se dé un gusto en la patisserie, incluyendo al menos un caso donde pueda comprar y otro que no.

5. Bonus (opcional)

Ahora, la preferencia de los clientes para comprar un producto ya no depende de si ya compró anteriormente, sino de su propio estilo de compra, que va cambiando con el tiempo y puede ser alguno de las siguientes:

- **Naturista:** Le agradan los productos que son naturales.
- **Chef padawan:** Le agradan los productos especiales o que tienen una valoración mayor a 100.
- **Todo vale:** Nada le desagrada.

Replantear los métodos necesarios para que el sistema siga funcionando con las nuevas indicaciones y agregar la funcionalidad que permita que el cliente cambie su estilo de compra.