

# **Taller de Base de Datos**

## **Semestre II/2017**

### **Modelamiento Conceptual –**

#### **Sistema de administración de ventas y gestión con el cliente**

---

##### **Introducción**

Una empresa de ventas de multi-artículos desea implementar un sistema con dos características fundamentales, la primera es que necesita un software de soporte sus ventas, en la empresa se tiene un conjunto de artículos catalogados de la siguiente manera, cristalería, electrodomésticos, comunicación, muebles, ferretería juguetería, artículos en general que contempla cualquier otro artículo que no se encuentra dentro de los grupos anteriores. Dentro de ese esquema se desea que cada venta sea almacenada con el detalle del cajero que atendió, el cliente que compro y por supuesto el detalle preciso de los artículos vendidos así como la fecha, hora y caja, existen 4 cajas en la tienda y la asignación de las mismas a los cajeros es aleatoria, se tiene por cada día dos turnos de atención para los cajeros, pero estos turnos deben ser posibles de cambiar por el sistema por ejemplo ahora hay dos turnos pero quizás por alguna política se cambia a 3 turnos de atención para los cajeros. De los productos interesa el código, nombre, precio de compra precio de venta, lote, procedencia, marca, peso, garantía, se hace notar que algunos artículos tienen garantía y otros no, además algunos artículos tienen un color y otros varios colores, todos los artículos deben estar catalogados en algún grupo y ubicados en algún sector y estante dentro la tienda, en lo referente al personal interesa sus datos personales al igual que de los clientes.

La segunda característica es que en las empresas se ve un cambio en la cultura de comercialización, antes el criterio general era tener un producto que era considerado exitoso y la empresa abría sus puertas esperando que lleguen los clientes, ahora nace una nueva corriente que hace énfasis en la necesidad de llegar al cliente directamente. En este contexto observamos que surge una competencia saludable, pues el beneficiario directo de esta situación es el consumidor final.

En este contexto las empresas para llegar a la mayor cantidad de clientes, ejecuta varias promociones o campañas especiales de sus productos, ciertamente las empresas han empezado a aplicar estrategias de marketing, en algunos casos sin darse cuenta y en otros casos explícitamente. En Bolivia existen muy pocas empresas que hagan uso de software que les ayude en esta tarea tan importante en una empresa.

Cuáles podrían ser los requerimientos principales?, para responder a la pregunta analicemos lo que ocurre en una empresa cualquiera que desea lanzar una

promoción: En principio necesita armar un paquete de productos o servicios que quiere ofrecer, estos productos son seleccionados siguiendo algunos criterios muy importantes: Por ejemplo: El producto no se está vendiendo por el alto precio que tiene, así que es necesario hacer un descuento especial y evitar que se quede en stock y resulte en una pérdida, también se podría ofrecer productos novedosos que han llegado a un costo de promoción, etc. Una vez que tenemos el paquete a ofrecer, debemos determinar el mercado o un segmento del mercado al cual se desea llegar con el producto. Para determinar el segmento del mercado también se debe hacer uso de diferentes criterios que nos permitan seleccionar nuestro mercado, consideremos que la empresa tiene miles de registros de sus clientes que han realizado alguna compra, ahora quiero filtrar de ese universo un subconjunto de personas que podrían adquirir el producto que se ofrece, supongamos que quiero ofrecer un juguete novedoso para niños mayores a 8 años, o luego productos de alta tecnología en el área de telecomunicaciones, entonces debo enviar mi oferta a un grupo selecto que podría estar interesado en mi oferta, a esto se podría llamar: campañas dirigidas. Una vez que se ha determinado el segmento del mercado entonces es necesario usar los medios para enviar la misma por ejemplo haciendo uso del correo normal o e-mails, publicidad por TV y otros medios.

Finalmente sería muy interesante conocer la efectividad de la campaña que se ha lanzado, es decir calificar una campaña dentro de los siguientes conceptos: muy exitosa, exitosa, buena o mala; está claro que esta catalogación lo hace un equipo de personas técnicas que determinaran la calificación de una campaña por tanto la base de datos solo debe almacenar esta información asociada a la campaña.

Este planteamiento inicial puede ser complementado por el grupo de trabajo porque con seguridad algunos detalles no están descritos en los párrafos anteriores, por tanto, el grupo está en la libertad de complementar lo que considere necesario en la solución del problema.

### ***DESCRIPCIÓN DEL PRIMER ENTREGABLE***

Fechas: semana del 18 al 22 en los horarios de clase.

El primer entregable debe incluir:

1. Una pequeña introducción que describa los que se busca en el proyecto.
2. Descripción del problema.
3. Diagrama entidad relación

TODO IMPRESO

El punto 3 debe ser realizado en el Conceptual Data Model de Power Designer