

Supongamos que tenemos una agencia matrimonial que quiere informatizar todos los datos referentes a sus clientes para, mediante un algoritmo inteligente, establecer las citas entre ellos con resultados óptimos.

1. La agencia dispone de distintos puntos de consulta a los cuales asisten hombre y mujeres para que se les concierte una cita. Para concretar dichas citas, se organizan fiestas de diversa índole o tipo.
2. Es importante, en consecuencia, conocer qué hombre tiene concertada una cita con qué mujer, a qué hora y en qué fiesta
3. De los hombres y las mujeres, es preciso conocer los siguientes datos: nombre, DNI, dirección, teléfono, edad, altura, peso y un valor obtenido en la realización de un test de afinidad
4. Lógicamente, es muy importante conocer si existe algún vínculo familiar entre dos personas del mismo o distinto sexo para no concretar una cita, por ejemplo, entre un hombre y su hermana o en el caso de existir un fracaso entre dos personas citadas, no concertar una nueva cita con un posible familiar de cada una de ellas.
5. De las fiestas, es necesario conocer el tipo, nombre del local en donde se celebrará, su dirección y la fecha de celebración.
6. Cuando una cita tiene éxito y se acuerda un matrimonio, interesa conocer la fecha de la boda y los datos del futuro matrimonio para enviar, por parte de la agencia, una felicitación cada aniversario.
7. De los puntos de consulta de los que dispone la agencia se debe conocer: código de identificación, dirección, teléfono y porcentaje de éxitos (matrimonios) según las citas concertadas.
8. Es importante reflejar que tanto una mujer como un hombre pueden tener una cita con personas de su mismo sexo.

Obtener el modelo Entidad – Relación.