

## Lógica de Negocio en inaCátalog

La lógica de negocio en inaCátalog permite definir precios, descuentos y promociones de manera flexible. La correcta configuración de estos elementos asegura que los cálculos de precios y descuentos sean precisos y optimizados.

### 1. Aplicación de los Precios

La aplicación de precios sigue el siguiente orden:

1. Si el cliente tiene un **Precio Especial**, se aplica directamente.
2. Si no hay Precio Especial, se usa la **tarifa del cliente** con sus descuentos aplicables.
  - Permite escalados.
  - Permite indicar descuento por defecto y descuento máximo.
3. Si no hay precio de tarifa, se aplica el **Precio Genérico** (o *precio base*).
4. Además, se puede aplicar una o varias **ofertas y/o Regalos**.

### 2. Aplicación de las Ofertas y Plantillas Comerciales

- a) Existen distintos **tipos de ofertas\***: de línea, de volumen y de pedido. *(ver ANEXO)*
- b) Se aplican en función de distintas opciones de filtrado de artículos y/o clientes.
- c) Se permite indicar: **precio, descuentos o regalos**.
- d) Dependen del tipo y configuración de los **parámetros\***. *(ver ANEXO)*
- e) Los descuentos **se aplican en cascada** en el siguiente orden:
  - ❖ dto01 → dto02 → ... dto10
  - Cada descuento se aplica de forma progresiva hasta un **máximo de 10 niveles**.
  - Además, puede haber varias **ofertas aplicándose simultáneamente**, cada una con varios descuentos solapados. Se aplican de esta forma:

Tipo de Oferta	dto1	dto2	dto3
Oferta de línea (LP, LI, LK)	1%	0%	0%
Oferta de modelo (LM, LC, LT)	2%	2%	0%
Oferta de pedido (VT, VM, VA, FP, CU)	0%	3%	3%

- Cada oferta tiene una acción de aplicación distinta para cada uno de sus descuentos (+, -, =), lo que indica cómo afecta al % anterior acumulado.

*Ejemplo: Aplicación de descuentos en cascada: 3% → 5% → 3%*

- Si una oferta de pedido usa "=", el descuento de esa oferta reemplazará cualquier descuento acumulado previamente.
- **Solo puede aplicarse una oferta de cada tipo** (1 de línea + 1 de modelo + 1 de pedido).



## \*ANEXO:

### Tipos de Ofertas Disponibles:

- **LP (Línea de Pedido)**: Se aplica a una línea específica del pedido.
- **L1 (Línea de Pedido Primera Compra)**: Aplica solo si el cliente compra el artículo por primera vez.
- **LK (Línea de Kit)**: Venta de packs de artículos.
- **LM (Línea de Modelo)**: Se aplica a todas las líneas de un mismo modelo.
- **LC (Línea Modelo-Color)**: Similares a las LM, pero en lugar de aplicarse para todo el modelo se deberán aplicar para el modelo-color indicado.
- **LT (Línea Modelo-Talla)**: Similares a las LM, pero en lugar de aplicarse para todo el modelo se deberán aplicar para el modelo-talla indicado.
- **VA (Volumen Agrupado)**: Se aplica a una agrupación de artículos que deben alcanzar una cantidad o importe mínimo.
- **VM (Volumen Múltiple)**: Se aplica cuando una selección personalizada de artículos alcanza un mínimo de cantidad o importe, y que puede que de forma individual deban también superar un mínimo.
- **VT (Volumen Total del Pedido)**: Se aplica al total del pedido sin importar artículos individuales.
- **FP (Final de Pedido)**: Funciona como VT, pero el descuento se refleja sobre el total del pedido efectuado. Se puede crear y aplicar de manera acumulable en pedidos que superen cierta cantidad de artículos o un importe mínimo establecido.
- **CU (Cupón de Descuento Regalo)**: Exclusivo para B2B. Se aplican después de las FP.

### Parámetros de Configuración:

- Si el cliente tiene **Precio Especial**, se decide si aplica solo éste o también las promociones.
- Si aplican **promociones**, se define si pueden acumularse o si solo se permite una por pedido.
- Si conviven **ofertas por línea (LP) y ofertas de volumen (VA, VM)**:  
Se define si éstas se acumulan o si solo se aplican las ofertas por línea.
- **Criterio de selección de la oferta más ventajosa**, en caso de múltiples promociones disponibles.

**i Consideraciones Finales:**

- Los precios y descuentos se recalculan si se cambia el cliente en un pedido.
- No se pueden modificar precios ni descuentos en pedidos sin cliente.
- Si se eliminan líneas de regalo, solo se eliminan las líneas de regalo asociadas y no la línea de venta principal.
- Las ofertas VA sin restricciones equivalen a VT y no pueden combinarse con otras VA con restricciones.
- Las ofertas de Volumen se aplican por defecto sobre el bruto y solo en la ofertas de tipo FP la aplicación se realiza sobre el Neto.