

Estudo de Caso de um Sistema de Informação Transacional

A Amazon.com oferece 2, 5 milhões de títulos para venda. Ela é uma livraria virtual cuja loja esta na www. Ela oferece praticamente tudo o que pode ser encontrado em Books in Print e quase não faz propaganda.

O centro nervoso da Amazon é um depósito em um centro industrial de Seattle. A empresa tem algumas centenas de empregados, sem mobiliário dispendioso e sem pessoal de vendas. Está aberta 24 horas por dia e tem clientes em 70 países. A Amazon estoca cerca de 300 best sellers em seu próprio depósito, mas depende de diversos distribuidores para o atendimento de pedidos.

O atrativo desta livraria virtual reside em sua vasta possibilidade de escolha e seus recursos online que ajudam os clientes a encontrar os livros que desejam, inclusive títulos obscuros, sem sair de suas mesas. Para os títulos que ela armazena, a Amazon fornece críticas por outros leitores, autores de livros ou editores da Amazon. Um recurso de agente inteligente chamado Eyes permite que os clientes digam à Amazon que escritores ou assuntos preferem. A Amazon os avisará por e-mail sobre novos livros daqueles assuntos e autores.

Eis como funciona o sistema de pedidos da Amazon. Os visitantes acessam o site amazon.com, onde podem procurar os livros em que estejam interessados por autor. Título, assunto, ou percorrer os livros apresentados em diversas categorias. A consulta web é direcionada para o banco de dados Oracle da Amazon com mais de 2 milhões de títulos. Se o título for encontrado, uma pagina web apresenta a descrição e críticas do livro. Para pedir o livro, o cliente clica no botão e coloca na cesta de compras. Os outros livros que o cliente quiser também serão colocados na cesta de compras. Quando o cliente completar o pedido, ele pode examinar o carrinho para ver os títulos que foram pedidos e fazer uma verificação. O cliente examina o pedido para ver se os itens e as quantidades estão corretas e fornece as informações do seu cartão de crédito, nome, endereço, opções de remessa, e-mail e senha. As informações do cartão de crédito são armazenadas em um computador separado por meio de uma rede segura. Os clientes têm a opção de introduzir somente os últimos cinco dígitos do número de seu cartão e fornecer o resto do número por telefone. O cliente clica no botão e submete o pedido. O sistema então exibe um resumo do pedido com o e-mail, opção de remessa, endereço de entrega, número do telefone, itens do pedido e valor total devido.

Depois que os clientes introduzem seus nomes, endereços e número do cartão, não precisam fazer na próxima compra. A Amazon guarda estas informações em seu banco de dados. A empresa estima que de 35% a 40% dos pedidos são de clientes que já compraram com ela.

O site transmite as transações de pedidos para o bando de dados de pedidos da Amazon. O sistema envia para o cliente uma mensagem de e-mail confirmando o pedido. Se os títulos estiverem nos best sellers estocados no deposito, o pedido é remetido para o cliente imediatamente. No caso de outros títulos, as informações do pedido são transmitidas para o deposito da Inghara Book, em Oregon, a maior distribuidora de livros dos USA, para atendimento.

Perguntas:

1. Como você classificaria este sistema? Por quê?
2. Que tecnologias de hardware e software são utilizadas e para que servem?
3. Quais problemas gerenciais e empresariais o sistema resolveu? Que diferença o sistema trouxe para a empresa?