

Professor Adjunto -ESHTE / João Pronto



e-Formação Avançada: O caso do Business Intelligence em Empresas Turísticas

O conceito de Business Intelligence (BI) está, finalmente, a disseminar-se pelos gestores de topo dos diferentes sectores turísticos.

Normalmente atribui-se o conceito de BI a um conjunto de métodos, fortemente suportados pelos sistemas de informação, possibilitando, ao gestor turístico, “reagir proactivamente” ao meio envolvente, desde a concorrência percebida até ao cliente final.

O conceito de BI é comumente associado ao conceito de Revenue Management (RM), no entanto BI é muito mais lato, consubstanciando-se como a fonte de conhecimento para uma proficiente tomada de decisão ao nível do RM e de outras tomadas de decisão igualmente críticas para a operação.

Antes de se implementar uma solução de BI deverão ser utilizadas duas etapas:

I) Leitura e estudo de diversos artigos, uns de opinião e outros mais técnicos, e consulta de livros técnicos sobre a matéria.

O problema é que a esmagadora maioria dos textos são demasiado densos, no sentido de que o “jargão técnico” utilizado é necessariamente próximo da matemática e da estatística, e, pior, demasiado ‘informatiquês’... pelo que são pouco compreensíveis as formas de se operacionalizar o processo de BI.

II) Paralelamente ao “estudo” acima referenciado, o gestor deverá aproveitar para “arrumar a casa”, o termo técnico ao nível de BI é “reengenharia de processos de negócio”, em que se aproveita para clarificar e otimizar processos de introdução e de consulta de dados dentro da organização.

Não descurando nunca, esse processo contínuo, em que metodicamente uma equipa multidisciplinar encontra perfis (em Hotelaria – kardex) potencialmente “sujos”, i.e., com insuficientes campos preenchidos, incorrectamente colocados e, por vezes, desactualizados; ou concatenações de ambas as opções referidas – como consequência teremos

dados insuficientes, errados, e/ou inconsistentes, fornecendo perfis, por um lado duplicados e, por

outro, grupos de clientes que, erradamente, não são entendidos como grupos, adulterando todas as análises efetuadas, mesmo que se tenha adquirido a plataforma de BI tecnologicamente mais avançada do mundo!

Resultado: €uros deitados fora, e pior, uma oportunidade fantástica desaproveitada de forma muito pouco profissional...

Demasiadas vezes os gestores socorrem-se unicamente da empresa que vende a solução de BI, adquirindo também consultoria especializada para que a nova tecnologia resolva todos os problemas de falta de conhecimento estratégico da empresa sem recorrer a qualquer uma das duas fases acima referenciadas.

É o maior dos erros! Não vai resolver muitos dos problemas e irá expor ainda mais as deficiências internas de obtenção e de partilha de conhecimento útil para uma correcta tomada de decisão sustentada em conhecimento e não em suposições!

Antes de se adquirir uma solução de BI, deverá investir-se na requalificação de todos os quadros da empresa, fornecendo-lhes acções de formação direccionadas para o objectivo pretendido; é imperativo que se “efectue um metódico projecto de reengenharia de processos de negócio”, envolvendo toda a organização, em que a gestão de topo se faz notar, dando o exemplo.

Ao Ensino Superior, cabe a tarefa de identificar nas tecnologias emergentes, funcionalidades que potenciem as competências dos gestores do setor turístico, para que estes possam melhorar a qualidade do serviço prestado, para que a rentabilização das organizações não seja casuística mas antes fortemente sustentada em conhecimento.

Saudações Académicas, ¶