

## Híper – Personalização do Serviço Hoteleiro – PARTE I, por João Pronto

11 Março 2022 • Opinião

Neste artigo, João Pronto centra-se no conceito de híper – personalização dos serviços na hotelaria que visa o fornecimento de experiências à medida dos hóspedes que assim o desejem. Para ilustrar, conta a estória de duas hipotéticas turistas, as irmãs Mariana e Catarina.



- João Pronto
- Título de Especialista em Hotelaria e Restauração
- Professor Adjunto – Ciências da Informação e Informática
- Coordenador de Estágios

A tecnologia em geral sempre foi considerada como “uma ferramenta” que proporciona ou fomenta o tratamento hoteleiro *impessoal e indiferenciado*, sendo inclusivamente apontada como “a componente do séc. XX” que estimula, no serviço hoteleiro, a quebra de relacionamento (direto) humano para com os hóspedes.

Neste início do século XXI, em que assistimos ao despertar da massificação da Computação Quântica, do 5G, da chegada à Hotelaria por parte da Inteligência Artificial e da Robótica, mas em que estamos também a experienciar o inevitável incremento muito significativo da quantidade de ataques informáticos... com sucesso... a probabilidade da *tecnologia* apresentar no nosso quotidiano pessoal e profissional o “lado negativo mais vincado do que o lado positivo... é inevitavelmente enorme...” mas disso trataremos em futuros artigos...

A tecnologia, mais cedo ou mais tarde, irá deteriorar e indiferenciar os produtos e os serviços hoteleiros, acabando por, inclusivamente, substituir o trabalho humano nesta indústria que é (globalmente) pensada de humanos para humanos.

No entanto, foi a tecnologia em geral, e a tecnologia e os sistemas de informação em particular, que potenciaram, e muito, o paradigma da Hotelaria contemporânea.

Esta aparente dialética, apresenta, como quase tudo na nossa sociedade, defensores de ambas as “abordagens”, e, tendo eu formação na área da Informática e da engenharia eletrotécnica e de computadores, é-me natural tender para os defensores da tese de que a Hotelaria beneficia incomparavelmente mais com a tecnologia, do que esta a prejudica.

No entanto, existe uma componente que até os mais céticos perante a tecnologia tendem a concordar:

O “potencial hoteleiro” do mais promissor e recente *Cocktail Tecnológico* – estou a referir-me ao conceito de **Híper – Personalização de Produtos e Serviços Hoteleiros**, i.e., a constelação de tecnologias e sistemas que potenciam (e muito) a qualidade dos produtos e dos serviços hoteleiros.

O que se entende por **Híper – Personalização de Produtos e Serviços Hoteleiros**?

Entende-se pelo serviço personalizado, por parte do hoteleiro, de acordo com as preferências e gostos dos (potenciais) hóspedes, em que o referido serviço personalizado, é consubstanciado pelo conhecimento, tanto quanto possível, obtido em tempo real, por forma a exceder as expectativas de cada hóspede individual.

Na *estória* que infra descrevo, em que se distingue claramente um *eLooker* (potencial comprador *online* de serviços e produtos turísticos) de um *eBooker* (pessoa que acabou de comprar *online* serviços e produtos turísticos), e generalizando estes dois conceitos para o “mundo *offline*” em que se pesquisa e adquire produtos e serviços turísticos, recorrendo aos atores tradicionais, como são as Agências de Viagens, as Empresas de Eventos, os Hotéis, as Companhias Aéreas e os Restaurantes, entre outros.

### Enquadramento:

Assumindo que duas potenciais turistas (Catarina e Mariana) adquiriram, no dia 1 de Março os seus produtos e serviços hoteleiros no site do Hotel Estorilix XI, serviços e produtos que tiveram início no dia 8 de Março.

O Hotel Estorilix XI entendeu por bem entrar em contacto com todos os *eBooker*, (seja por email, SMS, VMS, chamada voz – seja através das redes móveis atuais, de VoIP, ou outra), 48 horas antes do *Check In*, solicitando aos Hóspedes que iniciassem a personalização da experiência hoteleira, indicando a preferência por um serviço indiferenciado, diferenciado, ou mesmo uma experiência hoteleira exclusiva e completamente à sua medida.

Voltando à *estória*, a irmãs Mariana e a Catarina receberam, com a antecedência de 48 horas antes do momento do *Check In*, como definido nos *standards* da Estorilix Hotels, email e sms, contendo um *link* onde tiveram oportunidade de validar os seus dados pessoais, e acrescentar que pretendem tomar o pequeno-almoço às 2:30 PM e pretendem jantar pelas 11:30 PM.

Agendaram ainda dois tratamentos de SPA para cada uma, na véspera do *Check Out*, e uma experiência de mergulho com tubarão baleia no ante penúltimo dia da estada no Estorilix XI!

Para finalizar a personalização, indicaram que preferem ficar num quarto sem carpete, com camas separadas e com temperatura de ar condicionado, a rondar os 20 graus centígrados, e ainda uma TV com dimensão de 55” com funcionalidade de Chromecast, por forma a visualizarem conteúdos de uma série que estão a seguir nos seus telemóveis, mas preferem ver os últimos filmes da série, projetados na TV do quarto.

A tecnologia tem a capacidade de criar, prever, analisar, interpretar e acompanhar grupos comportamentais, por forma a que os hóspedes que o pretendam, tenham efetivamente experiências únicas, e/ou, que os hoteleiros rentabilizem, ao máximo, o esforço comercial, no desenvolvimento do

Pesquisar 

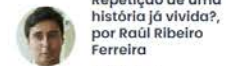
### Opinião



Híper – Personalização do Serviço Hoteleiro – PARTE I, por João Pronto

Ler Artigo »

João Pronto  
Título de Especialista em Hotelaria e Restauração; Professor Adjunto – Ciências da Informação e Informática; Coordenador de Estágios



Repetição de uma história já vivida?, por Raúl Ribeiro Ferreira

Ler Artigo »

Raúl Ribeiro Ferreira  
Presidente da Direção da Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal



Turismo em Destaque por Atilio Forte

### Promoções

- > Cruzeiros
- > Operadores

### Rumores

Nesta Rubrica, o Turisver.pt dá-lhe conta do que se vai dizendo e passando nos “corredores” do Turismo.

Clique aqui »

### Pontos nos is



“O setor da hotelaria e turismo debate-se com falta de mão-de-obra e especialmente, qualificada. O desafio das empresas já não é apenas captar, mas sobretudo, reter o talento. É uma área muito exigente e os jovens veem a carreira de uma forma diferente, valorizam o tempo, a possibilidade de conciliar a profissão com a vida pessoal e familiar, entre outros aspetos. Só a remuneração já não é suficiente, embora seja importante”.

Ana Paula Pais, Diretora de formação das escolas do Turismo de Portugal  
in RR - 10 março 2022



“O não arranque do novo aeroporto é uma vergonha nacional. Lisboa já ficou quase barrada naqueles anos pré-pandemia e isso voltará assim que isto reabrir um pouco. E o novo aeroporto, segundo os especialistas, nunca se fará em menos de cinco anos se for no Montijo e em menos de dez em Alcochete. Portanto quanto mais rápida a decisão melhor será para todas as atividades económicas - não é só para o turismo”.

José Theotônio, CEO da Pestana Hotel Group  
in TSF - 05 março 2022

É aqui que entra o conceito de **hiper – personalização**, conceito emergente, que tem como corolário o fornecimento de experiências à medida dos hóspedes que assim o desejem.

Importa referir que, sempre tivemos e vamos ter hóspedes que não estão minimamente interessados em obter experiências turísticas personalizadas, o que quer que isso seja... a tecnologia pode e deve auxiliar os prestadores de serviços e produtos turísticos e hoteleiros, a identificar e a juntá-los ao respetivo grupo comportamental "indiferenciado", para que esta "personalização" também (não) aconteça.

A Mariana e a Catarina, quando chegaram ao quarto, notaram que no ecrã de boas vindas da TV surgiu "Olá Mariana, o Hotel Estorilix XI deseja-lhe uma excelente estada!".

E, quando estavam a jantar, num dos restaurantes do Hotel, a Mariana comentou com a Catarina:

– Giro, giro, era que na TV aparecesse "Olá Manas Mariana e Catarina, o Hotel Estorilix XI deseja-Vos uma excelente estada!"

A Catarina sorriu e devolveu à Mariana:

– Pois, mas foste tu quem efetuou a reserva, ainda por cima és mais velha do que eu, tens que aparecer tu na TV e também no telefone, reparei quando liguei para a receção a perguntar onde era o restaurante, vê lá que, para além de estar Mariana no ecrã do telefone, até me trataram logo por "Mariana", sem que eu dissesse nada...

O Chefe de Sala ouviu "ocasionalmente" e comentou mais tarde com o Night Audit, que por sua vez, acedeu ao PMS, e no Cardex dos Hóspedes, na componente de comentários que podem ser enviados via Interface para o Sistema de IPTV, colocou a frase proferida por uma das irmãs...

Quando as hóspedes chegaram ao quarto e ligaram a TV... surgiu a mensagem "Olá Manas Mariana e Catarina, o Hotel Estorilix XI deseja-Vos uma excelente estada! :-)"

Esta *pequena* atenção na personalização da experiência turística da Mariana e da Catarina pode ser designada por Hiper-Personalização da Experiência Hoteleira.

As irmãs, o seu círculo de amigos e familiares, e o mundo não vão esquecer tão cedo, até porque, e de imediato, pagaram no *smartphone* e tiraram foto à imagem da TV e colocaram no Instagram, Facebook e Tiktok com os #hotelsestorilix, #girogiro e afins, e de repente esta experiência turística e hoteleira deixou de ser de dois Profissionais de Turismo que se preocupam com os detalhes e que se deram ao trabalho de personalizar um pouco mais a experiência de dois hóspedes, e passou a ser uma das experiências mais partilhadas e comentadas dos Hotéis Estorilix nas redes sociais.

Idealmente, (também) em hotelaria, pretende-se antecipar as reais necessidades dos hóspedes proporcionando-lhe um serviço personalizado, através de "pré-checkin" para que o hotel se possa ajustar a esta personalização de serviços, para que o consumo dos produtos e serviços seja efetivamente hiper – personalizado, de acordo com as reais necessidades e expetativas do hóspede, por um lado, e também, obviamente compensando financeiramente os hoteleiros, possibilitando-lhes incrementar o famoso GOP (Gross Operating Profit)... dado que o tratamento personalizado tende a ser, progressivamente reconhecido pelos hóspedes, que desta forma se predispõe a pagar mais pelas suas "Room-Nights"...

Existem no mercado nacional e internacional, muitas e variadas empresas tecnológicas que permitem efetivamente gerir esta componente relacional com o turista, em toda a sua jornada de relacionamento com o Hotel, seja através de APP, de web-APP, ou através de canais de WhatsApp, Messenger, ou outros sistemas de VoIP, a criatividade, e (finalmente) a tecnologia não têm limite.

No próximo artigo, também subordinado a esta temática, iremos descrever diversas funcionalidades que podem (e devem) ser integradas nesta abordagem denominada hiper- personalização da experiência hoteleira.

## Últimas Notícias

MSC Cruzeiros é de novo a escolhida pelos consumidores

Operador Içárian inicia atividade em Portugal

ATA sem solução pode atrasar crescimento turístico nos Açores

Sanhando passa a ter dois delegados no Porto

Prémios AHRESP estão de regresso

Fernando Carvalho diretor geral do Olisippo Lapa Palace

Turismo de Portugal dinamiza workshop sobre Turismo Industrial

Gostou do Artigo? Partilhe Com os Seus Amigos!



ARTIGO ANTERIOR

APAVT formaliza adesão ao programa europeu SUSTOUR

PRÓXIMO ARTIGO

Hungria elimina restrições de entrada no país

### Artigos Relacionados



Ryanair reduz frota em Lisboa e cancela 19 rotas para o verão

8 Março 2022 • Transportes



Solférias apresenta programação de verão

8 Março 2022 • AV & TO

Repetição de uma história já vivida?, por Raúl Ribeiro Ferreira

7 Março 2022 • Opinião

### Deixe uma resposta

O seu endereço de email não será publicado. Campos obrigatórios marcados com \*

Comment \*

Name \*

Email \*

Website

Guardar o meu nome, email e site neste navegador para a próxima vez que eu comentar.

Publicar comentário

# Turisver

A informação de turismo indispensável aos profissionais.

## Links Úteis

[Contactos](#)

[Estatuto Editorial](#)

[Política de Privacidade](#)

## Siga-nos nas Redes Sociais



## Newsletter

Para Receber as Notícias do Turisver no Seu Email, Clique no Botão Em Baixo

Subscrever Newsletter »

