



## O administrador que adora informática e desenvolveu um sistema exportado para toda a América Latina



**Aloizio Oliveira:**  
buscando soluções  
para processos manuais

## Made in Brazil

Se existe algo que incomoda Aloizio Davson Gonçalves de Oliveira, supervisor administrativo BI (Business Intelligence), é ver um problema sem solução. Além de seu trabalho diário, passa boa parte do seu tempo imaginando como automatizar fluxos de informações para eliminar os erros que normalmente ocorrem em operações manuais. Seu pensamento está voltado para o mundo da informática e como suas ferramentas podem ajudar a Amex a alcançar vãos ainda mais altos.

Desde 2002, ele buscava soluções para o fato de as transações pré-venda de Corporate Services não terem maior visibilidade e controle dos relatórios que são enviados mensalmente para Miami. "Tudo o que é manual pode gerar falhas", observa. Na época ele tentou montar uma plataforma tecnológica simples, que atendesse às necessidades da área. O que aconteceu, porém, é que se gerou mão-de-obra adicional e o problema persistiu.

No início de 2003, Aloizio consolidou todas as tentativas anteriores num escopo de projeto que denominou Automação do Monthly Report. Naquele momento, passou a contar com o reforço de um analista consultor e o envolvimento de toda a equipe de BI, (Milton Waiswol, Rafael Silva, Paula Machado). Juntos, fizeram todo o mapeamento e a classificação das atividades. O projeto

começava a ganhar corpo. Em junho de 2003, nascia o Smart (Sale Management & Reporting Tool), um sistema que mudou a maneira de trabalhar das áreas de Vendas Travel e Corporate.

Se antes eram gerados três relatórios (em São Paulo, Rio e Belo Horizonte) e posteriormente consolidados por uma pessoa em um só documento, com o Smart passou a existir uma única ferramenta, que pode ser acessada por qualquer usuário, de qualquer lugar, e registra imediatamente todas as alterações que nela são feitas. A informação tornou-se transparente e ganhou mais segurança. O sistema facilita inclusive o trabalho de Miami, que já não precisa fazer nenhum relatório para enviar os dados da América Latina para Nova York ou Europa. Basta acessar o sistema e baixar as informações inseridas pelos países da região.

Isso mesmo, região. Porque o sistema desenvolvido por Aloizio, inicialmente para o Brasil, foi adotado para toda a América Latina. E há perspectivas de mais inovações pela frente. "Estamos desenvolvendo novos módulos, como agenda de contatos e alguns sistemas que vão permitir o cruzamento de informações de pré-venda com pós-venda", adianta Aloizio. Tudo "homemade", a um custo baixíssimo.

Agora é esperar para ver as novidades da equipe de Business Intelligence.