



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Câmpus de Marília

Paulo Henrique Zago Júnior

A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO NO SETOR HOTELEIRO:

Aplicações, confluências e lacunas

Marília
2023

Paulo Henrique Zago Júnior

**A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO NO SETOR
HOTELEIRO: Aplicações, confluências e lacunas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Filosofia e Ciências, da Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Marília, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Área de Concentração: Informação, Tecnologia e Conhecimento

Orientadora: Profa. Dra. Cássia Regina Bassan de Moraes

Marília
2023

Z18g

Zago Junior, Paulo Henrique

A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO NO
SETOR HOTELEIRO: : Aplicações, confluências e lacunas / Paulo
Henrique Zago Junior. -- Marília, 2023
109 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília

Orientadora: Cássia Regina Bassan de Moraes

1. gestão da informação. 2. gestão do conhecimento. 3. hotelaria. 4.
análise de literatura.. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de
Filosofia e Ciências, Marília. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Paulo Henrique Zago Júnior

**A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO NO SETOR
HOTELEIRO: APLICAÇÕES, CONFLUÊNCIAS E LACUNAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da informação, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação, da Faculdade de Filosofia e Ciências, da Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Marília.

Área de Concentração: Informação, Tecnologia e Conhecimento.
Linha de Pesquisa: Gestão, Mediação e Uso da Informação.

Banca examinadora

Orientador (a): Profa. Dra. Cássia Regina Bassan de Moraes
Universidade Estadual Paulista – UNESP/ Marília.

Profa. Dra. Luana Maia Woida
Universidade Estadual Paulista – UNESP/ Marília

Profa. Dra. Andréia de Abreu Siqueira
Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo, FATEC

Marília, 24 de agosto de 2023.

À Nayla (minha esposa)
À minha orientadora, Cássia, que tornou tudo isto possível

AGRADECIMENTOS

Neste momento de conquista e realização, é essencial que eu expresse minha profunda gratidão a todos que tornaram esta jornada possível. Aqueles cujo apoio e incentivo não apenas me motivaram, mas também permitiram que este trabalho fosse concluído com sucesso.

À minha querida esposa, que foi mais do que uma companheira, foi minha rocha. Nas noites de insônia e nos dias de trabalho intenso, você estava lá. Quando eu estava cansado, você me deu força. Quando duvidei de mim mesmo, você acreditou em mim. Teu amor e apoio foram a luz que iluminou o meu caminho. Sua fé em mim fez-me acreditar que eu poderia, mesmo quando as coisas pareciam impossíveis. Você foi, e é, tudo para mim. Esta conquista não é só minha, é nossa.

À minha orientadora, professora Cássia Bassan, minha gratidão é imensa. Sua paciência e sabedoria foram a bússola que orientou esta jornada acadêmica. Em todos os momentos, você esteve lá, guiando, apoiando e, acima de tudo, acreditando em mim. Esta conquista é um reflexo do seu empenho e dedicação.

Ao meu amigo Leonardo, devo um agradecimento especial. Desde o início do mestrado, seu incentivo e apoio foram inestimáveis.

Para as professoras Luana e Andreia, meu sincero agradecimento. Suas orientações precisas e a ajuda na banca de qualificação foram fundamentais para a concretização deste trabalho. Cada palavra, cada conselho, contribuiu para a construção deste trabalho.

E finalmente, a todas as pessoas, familiares, professores e colegas que foram peças importantes neste intrincado quebra-cabeças. Vocês ofereceram apoio, compartilharam conhecimento e estenderam a mão quando precisei. Este trabalho é um testemunho da cooperação de vocês.

Com o coração transbordando de gratidão, agradeço a todos vocês. Esta jornada, embora realizada por mim, foi, sem dúvida, uma conquista compartilhada.

Obrigado.

"A coragem é a resistência ao medo, o domínio do medo, não a ausência do medo."

Mark Twain (1894)

RESUMO

Esta dissertação de mestrado tem como objetivo executar uma análise da literatura sobre gestão da informação e gestão do conhecimento no setor hoteleiro. Pretende-se realizar uma revisão dos estudos mais relevantes para compreender a aplicação destes conceitos no âmbito hoteleiro, bem como explorar os conceitos básicos de hotelaria e o estado atual dos seus serviços. Simultaneamente, este trabalho almeja utilizar análises de coocorrência para investigar as relações entre os temas centrais neste campo de estudo, identificando tendências e lacunas na pesquisa existente. A metodologia adotada para o desenvolvimento desta dissertação baseia-se, principalmente, na revisão da literatura, contando com o apoio da cientometria como ferramenta para avaliação e quantificação de publicações e tendências relevantes. Este método de análise proporciona uma visão abrangente e holística do campo de estudo, fornecendo um ponto de partida para o desenvolvimento de estratégias eficientes de gestão da informação e do conhecimento no setor hoteleiro. A pesquisa evidenciou uma lacuna significativa ao usar a cientometria para analisar a co-ocorrência de estudos na área de gestão da informação e do conhecimento, particularmente no que se refere ao setor hoteleiro. A análise de dados da base Scopus indicou um grande número de estudos no campo da gestão da informação, porém, um número bastante limitado desses se aplica ao setor hoteleiro. Este fato indica uma notável ausência de estudos direcionados para a intersecção da gestão da informação e hotelaria. Um cenário similar foi observado na gestão do conhecimento. Embora sejam campos bem estabelecidos, suas correlações com a hotelaria são baixas, sinalizando que a confluência entre a gestão da informação, a gestão do conhecimento e a hotelaria não tem sido extensivamente pesquisada. A exploração mais aprofundada desses conceitos no contexto hoteleiro tem o potencial de promover melhorias significativas na qualidade dos serviços oferecidos, além de estimular a inovação e a competitividade na indústria hoteleira.

Palavras-chave: gestão da informação, gestão do conhecimento, hotelaria, análise de literatura.

ABSTRACT

This Master's dissertation aims to perform an analysis of the literature on information management and knowledge management in the hospitality sector. It intends to conduct a review of the most relevant studies to understand the application of these concepts within the hospitality framework, as well as to explore the fundamental principles of hospitality and the current state of its services. Simultaneously, this work seeks to utilize co-occurrence analyses to investigate the relationships between the central themes in this field of study, identifying trends and gaps in existing research. The methodology adopted for the development of this dissertation is primarily based on a literature review, supported by scientometrics as a tool for evaluating and quantifying relevant publications and trends. This analytical method provides a comprehensive and holistic view of the field of study, offering a starting point for the development of efficient strategies for information and knowledge management in the hospitality sector. The research highlighted a significant gap when using scientometrics to analyze the co-occurrence of studies in the area of information and knowledge management, particularly concerning the hospitality sector. Data analysis from the Scopus database indicated a large number of studies in the field of information management; however, a rather limited number of these apply to the hospitality sector. This fact indicates a notable absence of studies aimed at the intersection of information management and hospitality. A similar scenario was observed in knowledge management. Although these are well-established fields, their correlations with the hospitality sector are low, signaling that the confluence between information management, knowledge management, and hospitality has not been extensively researched. A more in-depth exploration of these concepts within the hospitality context has the potential to bring about significant improvements in the quality of services offered, in addition to stimulating innovation and competitiveness in the hospitality industry.

Keywords: information management, knowledge management, hospitality, literature analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Processo de Gerenciamento da Informação.....	11
Figura 2 – Modelo processual de administração da informação.....	13
Figura 3 – Espiral do conhecimento.....	20
Figura 4 – Espiral de criação do conhecimento organizacional.....	21
Figura 5 – Modelo de fases do processo de criação do conhecimento.....	22
Figura 6 – Tela Inicial VOSviewer.....	54
Figura 7 – Criação de mapa.....	54
Figura 8 – Criação de mapa.....	55
Figura 9 – Escolha do tipo de arquivo.....	55
Figura 10 – Métodos e análises utilizadas.....	56
Figura 11 – Incidência de palavras-chave.....	56
Figura 12 – Quantidade de palavras-chave.....	57
Figura 13 – Seleção de termos.....	58
Figura 14 – Mapa final das palavras-chave selecionadas.....	58
Figura 15 – Rede e interconexão entre os termos.....	62
Figura 16 – Rede e interconexão entre os termos.....	68
Figura 17 – Rede e interconexão entre os termos.....	73
Figura 18 – Rede e interconexão entre os termos.....	79

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Etapas do processo de Gerenciamento da Informação na Hotelaria.....	12
Tabela 2 – Etapas do modelo de Choo aplicadas na Hotelaria.....	15
Tabela 3 – Perspectivas teóricas de Nonaka e Takeushi na Hotelaria.....	25
Tabela 4 – Classificação dos Hotéis.....	37
Tabela 5 – Evolução da bibliometria.....	44
Tabela 6 – Principais técnicas da cientometria.....	50
Tabela 7 – Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Information Management" e suas ocorrências.....	60
Tabela 8 – Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Information Management" and Hospitality e suas ocorrências.....	66
Tabela 9 – Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Knowledge Management" e suas ocorrências.....	72
Tabela 10 – Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Knowledge Management" and Hospitality e suas ocorrências.....	78

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAA	American Automobile Association
ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
AHCI	Arts and Humanities Citation Index
BCG	Boston Consulting Group
CI	Ciência da Informação
CNC	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
GC	Gestão do Conhecimento
GI	Gestão da informação
ISI	Institute for Scientific Information
KEEL	Knowledge Extraction based on Evolutionary Learning
OA	Open Access
OMT	Organização Mundial do Turismo
SBClass	Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem
SCI	Science Citation Index
SSCI	Social Sciences Citation Index

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. GESTÃO DA INFORMAÇÃO E GESTÃO DO CONHECIMENTO	7
2.1 DADOS E INFORMAÇÕES: DEFINIÇÕES E DIFERENÇAS	7
2.2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO	8
2.3 GESTÃO DO CONHECIMENTO	17
3. HOTELARIA	28
3.1 ORIGEM E HISTÓRIA	28
3.2 CENÁRIO DO SETOR HOTELEIRO	30
3.3 CENÁRIO DO SETOR HOTELEIRO BRASILEIRO	33
3.4 SERVIÇOS DE HOTELARIA	34
3.5 CLASSIFICAÇÃO DOS HOTÉIS	36
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
4.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA CIENTOMETRIA	41
4.2 CONCEITO DE CIENTOMETRIA	46
4.3 TÉCNICAS DE CIENTOMETRIA	48
4.4 TUTORIAL SOFTWARE VOSviewer	52
4.4.1 Descrição do software	52
4.4.2 Opções de uso	53
4.4.3 Criando um mapa baseado em dados bibliográficos	54
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	59
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
7. REFERÊNCIAS	87

1. INTRODUÇÃO

A origem da hotelaria data de milhares de anos. Através dos tempos, indivíduos têm se deslocado por diversas razões, como comércio, peregrinação e recreação. Em resposta a essa demanda, estabelecimentos de hospedagem foram criados para acomodar os viajantes. Conforme destacam Crouch e Ritchie (1999), "as hospedarias e pousadas funcionavam como locais onde os viajantes encontravam abrigo, alimento e proteção ao longo de suas jornadas".

Na Grécia Antiga, por exemplo, os visitantes tinham a opção de se hospedar em termas, como a renomada *Thermopylae*, que funcionava como um local de descanso e tratamento (GARLAN, 1988). Durante o Império Romano, as termas romanas eram visitadas por pessoas de todas as classes sociais e se tornaram um importante centro social da época, além de seu aspecto terapêutico (YEGÜL, 1992). Com o surgimento do Cristianismo, mosteiros passaram a oferecer acomodações para peregrinos e viajantes, estabelecendo uma conexão entre o passado e o futuro da hotelaria (LASHLEY; MORRISON, 2000).

No século XVII, as pousadas ganharam popularidade como locais de repouso durante viagens, especialmente em pontos estratégicos na Europa (IVANOVA; IVANOV; MAGNUSSON, 2016). Desde então, a indústria hoteleira evoluiu para atender às necessidades dos viajantes, chegando aos sofisticados hotéis de luxo atuais. A hotelaria é um dos principais pilares da economia mundial, gerando empregos, renda e desenvolvimento em diversos países (SILVA, 1999).

A fim de assegurar a excelência no atendimento, o setor hoteleiro adota diversas estratégias, como a personalização dos serviços e a implementação de tecnologias avançadas. A customização dos serviços é um dos principais fatores para aumentar a satisfação e a fidelidade do cliente. Nesse contexto, a tecnologia desempenha um papel crucial ao aprimorar a eficiência operacional e a qualidade do atendimento (LEE; YOO, 2017).

Atualmente, a tecnologia da informação é essencial para os estabelecimentos de hospedagem, pois desempenha um papel cada vez mais relevante na experiência do hóspede. Buhalis e Law (2008) salientam que os meios de hospedagem podem utilizar a tecnologia da informação para coletar e armazenar dados valiosos sobre seus hóspedes, possibilitando a personalização da experiência com base nas preferências e atividades dos hóspedes durante a estadia.

A personalização da experiência do hóspede é uma abordagem centrada no cliente, que considera as preferências, necessidades e comportamentos individuais do hóspede, melhorando assim a satisfação e fidelidade do cliente (NEUHOFER; BUHALIS; LADKIN, 2015).

Além disso, Law e Buhalis (2006) afirmam que os sistemas de informação podem melhorar a eficiência dos processos de negócios, tais como reservas, gerenciamento de estoque e gerenciamento de recursos humanos, a fim de aumentar a produtividade e a eficiência do negócio.

Outra vantagem do uso da tecnologia nos meios de hospedagem é a facilidade de comunicação com os hóspedes, por meio de tecnologias de comunicação, como e-mail, mensagens de texto e aplicativos móveis, antes, durante e após a estadia, fornecendo informações relevantes e melhorando a experiência do hóspede (O'CONNOR, 1999).

A tecnologia tem desempenhado um papel cada vez presente mais na melhoria da eficiência dos processos de negócios e na facilitação da comunicação com os hóspedes. Segundo Buhalis e Law (2008), "os meios de hospedagem estão cada vez mais dependendo da tecnologia da informação para gerenciar as operações e fornecer uma experiência de hospedagem personalizada e aprimorada".

A efetiva gestão da informação nos meios de hospedagem pode ser alcançada por meio do uso de sistemas de gestão de informações. De acordo com Neuhofer, Buhalis e Ladkin (2015):

“Os sistemas de gestão de informações ajudam os meios de hospedagem a coletar, armazenar e gerenciar informações relevantes sobre os hóspedes, como histórico de reservas, preferências pessoais e atividades durante a estadia, a fim de personalizar a experiência do hóspede e melhorar a eficiência operacional.” (NEUHOFER; BUHALIS; LADKIN, 2015)

Ademais, a gestão da informação pode auxiliar na tomada de decisões estratégicas nos meios de hospedagem. Conforme discutido por Hallin e Marnburg (2008), a coleta de dados em meios de hospedagem é um elemento crucial na análise de tendências de mercado, compreensão das necessidades dos hóspedes e melhoria da eficiência operacional, contribuindo assim para a tomada de decisões estratégicas.

Com a constante evolução tecnológica, os meios de hospedagem devem estar preparados para se adaptar a essas mudanças e fornecer aos hóspedes uma experiência cada vez mais personalizada e agradável, por meio de uma gestão eficiente da informação.

Entretanto, é essencial destacar que a gestão da informação nos meios de hospedagem deve ser realizada com cuidado e respeitando a privacidade dos hóspedes. As políticas claras de privacidade e segurança da informação devem ser seguidas pelos meios de hospedagem, a fim de garantir que os dados dos hóspedes sejam coletados e armazenados de forma segura e respeitando suas preferências e privacidade (HALLIN; MARNBURG, 2008).

A Gestão da Informação envolve a coleta, organização, armazenamento e disseminação de dados e informações de forma estratégica, visando alcançar objetivos específicos de uma organização ou indivíduo (DAVENPORT, 1997). Essa prática abrange uma série de atividades que incluem a identificação das necessidades de informação, a criação de processos eficientes para adquirir e organizar informações, e a análise dos dados para suportar a tomada de decisão (CHOO, 2002).

Além disso, a Gestão da Informação é fundamental para garantir que as informações sejam confiáveis, precisas e facilmente acessíveis para os membros da organização, contribuindo para um melhor desempenho e competitividade no mercado (NONAKA; TAKEUCHI, 1995). Com o avanço das tecnologias de informação, essa gestão se tornou ainda mais crucial, uma vez que a capacidade de gerenciar eficazmente grandes volumes de dados pode proporcionar vantagens significativas para as organizações (NONAKA; TAKEUCHI, 1995).

A gestão da informação é uma atividade essencial nos meios de hospedagem, e pode ser aprimorada por meio de sistemas de gestão de informações, ferramentas de inteligência artificial e políticas claras de privacidade e segurança da informação. A coleta, análise e utilização estratégica de dados podem fornecer uma experiência de hospedagem personalizada e eficiente aos hóspedes, ao mesmo tempo em que melhoram a eficiência operacional e a tomada de decisões estratégicas nos meios de hospedagem.

Neste contexto, a Ciência da Informação (CI) assume uma importância crucial. A CI é uma ciência social que tem como foco o estudo das propriedades gerais da informação e se apoia em tecnologia para isso. Segundo Le Coadic (1996), na CI existem propriedades que podem ser descritas como processos de construção, comunicação e uso da informação. Os sistemas de gestão de informações mencionados anteriormente são um exemplo de como esses processos podem ser habilitados, permitindo que os meios de hospedagem otimizem suas operações e ofereçam uma experiência de hospedagem superior aos seus hóspedes.

O conceito de informação tem passado por transformações radicais, como afirma Robredo (2003), e é importante considerar as necessidades e conhecimentos das pessoas que utilizam a informação em diferentes setores para que ela se torne realmente útil. Conforme Le Coadic (1996), a utilização da informação visa modificar as atividades do usuário, sendo que o objetivo principal da informação é o efeito que ela produz sobre essas atividades.

A gestão da informação (GI) é uma área importante para as empresas, e alguns departamentos possuem profissionais específicos para essa tarefa. Davenport (1998) posiciona a GI dentro de um ambiente organizacional em que as políticas, a estratégia, o suporte e a cultura são desenvolvidos criando uma estrutura informacional na qual as pessoas possam criar, distribuir, compreender e usar a informação.

Além disso, a Gestão do Conhecimento (GC) se baseia na ideia de que o conhecimento tácito é um patrimônio intelectual da empresa que pode ser compartilhado para promover interações e o acesso da equipe a todo o conhecimento da empresa (BARRETO, 2006).

A gestão da informação e do conhecimento em organizações se constituem em atividades que envolvem diversas áreas de estudo, incluindo a CI, a GI e a GC. Segundo Robredo (2003, p.118), essas áreas têm como objetivo permitir a criação, organização, armazenamento, distribuição e uso eficiente da informação e do conhecimento.

Neste sentido, autores como Camargo (2004), Praxedes (2005) e Mullins (2004), destacam que a hospitalidade não se limita à prestação de serviços de hospedagem, mas abrange a construção de relacionamentos interpessoais entre os hóspedes e a equipe da empresa, além de ser entendida como uma interação entre fatores humanos e não-humanos que criam um ambiente favorável para o hóspede.

Com isso, a prestação de serviços hoteleiros é marcada por momentos de encontro entre funcionários e hóspedes, nos quais a percepção da qualidade pode ser estabelecida pelo hóspede, seja por meio da solução de problemas ou do enfrentamento de dificuldades. Vallen e Vallen (2003) afirmam que a prestação de serviços de má qualidade pode ser prejudicial para a economia do hotel, uma vez que 10% dos hóspedes que tiveram algum tipo de reclamação não retornariam ao mesmo empreendimento.

Nesse cenário, a Gestão da Informação, a Gestão do Conhecimento e a hospitalidade podem ser empregadas para entender como as relações humanas se

integram ao processo de atendimento hoteleiro e de que forma o estudo desses conceitos pode aprimorar a qualidade do serviço aos clientes. Problemas de comunicação e interação entre hóspedes e funcionários de hotéis são comuns, e a análise da GI, GC e hospitalidade pode ajudar a planejar estratégias voltadas à melhoria contínua da qualidade do atendimento (HALLIN; MARNBURG, 2008).

Assim, é válido refletir sobre como os estabelecimentos de hospedagem podem aperfeiçoar a oferta de serviços e aumentar a competitividade, através do estudo da GI, GC e hospitalidade. A gestão da informação e do conhecimento tem potencial para ser uma ferramenta eficaz na melhoria da qualidade dos serviços prestados pelos hotéis, elevando a satisfação dos clientes, consolidando a imagem da empresa e atraindo novos hóspedes (HALLIN; MARNBURG, 2008).

Nesta dissertação de mestrado, o objetivo é executar uma análise da literatura sobre gestão da informação e gestão do conhecimento no setor hoteleiro. Pretende-se realizar uma revisão dos estudos mais relevantes, para compreender a aplicação destes conceitos no âmbito hoteleiro, bem como explorar os conceitos básicos de hotelaria e o estado atual dos seus serviços. Simultaneamente, este trabalho almeja utilizar análises de coocorrência para investigar as relações entre os temas centrais neste campo de estudo, identificando tendências e lacunas na pesquisa existente.

A justificativa e relevância deste estudo ancoram-se na busca de elementos dentro da gestão da informação e do conhecimento que possam contribuir significativamente para o setor hoteleiro. Dada a natureza competitiva da indústria hoteleira, é imperativo que os estabelecimentos de hospedagem adotem estratégias inovadoras para aprimorar seus serviços e satisfazer as expectativas dos clientes (ZHANG; LI; LI, 2019). Neste contexto, a gestão eficaz da informação e do conhecimento surge como um meio fundamental para otimizar os processos e garantir a excelência no atendimento ao cliente, o que é crucial para a sustentabilidade e competitividade dos empreendimentos hoteleiros (HALLIN; MARNBURG, 2008).

Além disso, a gestão da informação e do conhecimento é essencial para entender e atender às necessidades e preferências dos clientes, o que pode resultar em uma experiência de hospedagem aprimorada (HALLIN; MARNBURG, 2008). Também desempenha um papel vital na gestão de recursos humanos, em que o compartilhamento de conhecimentos e experiências pode capacitar funcionários e desenvolver equipes mais eficazes (SIGUAW; ENZ; NAMASIYAYAM, 2000).

Isso é crucial para oferecer serviços de alta qualidade. Consequentemente, a pesquisa em gestão da informação e do conhecimento na hotelaria tem um alcance amplo, podendo fornecer ideias e argumentos valiosos para o desenvolvimento de práticas e metodologias inovadoras que podem ser transversalmente aplicadas em outros setores de serviços. Deste modo, uma dissertação de mestrado que investiga essa relação se apresenta como de extrema relevância, com o potencial de gerar contribuições substanciais tanto para a indústria hoteleira quanto para a sociedade.

Esta pesquisa adota uma abordagem metodológica focada na análise da literatura, visando a aplicação da gestão da informação e do conhecimento na hotelaria. O estudo envolve uma revisão sistemática de trabalhos acadêmicos e literatura científica, para identificar tendências, práticas, e teorias relevantes que podem ser aplicadas ao setor hoteleiro com o objetivo de melhorar os serviços na hotelaria.

Como instrumento metodológico, a cientometria é empregada para avaliar e quantificar as publicações e tendências na área de estudo. Isso contribui para uma compreensão mais aprofundada da evolução do campo e permite identificar lacunas de pesquisa e oportunidades para futuros estudos. Este método abrangente garante uma análise holística e bem fundamentada, que pode servir como base para o desenvolvimento de estratégias eficazes de gestão da informação e do conhecimento na indústria hoteleira.

2. GESTÃO DA INFORMAÇÃO E GESTÃO DO CONHECIMENTO

2.1 DADOS E INFORMAÇÕES: DEFINIÇÕES E DIFERENÇAS

Com o advento da era da informação, tornou-se fundamental compreender a diferença entre dados e informações. Para Provost e Fawcett (2013), dados são simplesmente "elementos objetivos" que não possuem significado por si só. No entanto, esses elementos se tornam significativos quando estruturados e organizados em informações que são úteis em diferentes contextos. Informações, por outro lado, são dados que foram processados, interpretados e organizados para fornecer relevância e significado aos usuários, como argumentado por Davenport e Prusak (1998). Essa distinção sublinha a importância de compreender o processo de transformação dos dados em informações no atual mundo orientado por dados.

Os dados são coletados de várias fontes, como pesquisas, sensores, registros e sistemas. A qualidade desses dados, conforme observado por Redman (2015), é vital para a precisão das informações geradas a partir deles. Além disso, graças aos avanços tecnológicos, a quantidade de dados disponíveis está em constante crescimento. No entanto, a quantidade de dados por si só não é suficiente para gerar informações úteis e significativas.

A transformação de dados em informações requer uma análise cuidadosa e um processo de interpretação. A análise de dados é um processo que envolve a coleta, organização e interpretação de dados para responder a uma pergunta específica ou identificar tendências e padrões (MUKERJEE, 2013). A interpretação de dados, por sua vez, é o processo de traduzir os resultados da análise em informações úteis para o usuário final.

Outra diferença fundamental entre dados e informações é que os dados são neutros, enquanto as informações são contextualizadas. Os dados podem ser utilizados em diferentes contextos para vários fins, enquanto as informações são geradas com um propósito específico em mente (CHECKLAND; E POULTER, 2006). Além disso, a interpretação dos dados é influenciada pelo contexto em que são coletados e analisados.

É importante destacar que a distinção entre dados e informações não é absoluta, mas sim relativa. De acordo com Fayyad, Piatetsky-Shapiro e Smyth (1996), a diferença entre dados e informações depende da perspectiva do usuário. Para um

usuário em um contexto específico, os dados podem ser considerados informações úteis e significativas, enquanto para outro usuário, os mesmos dados podem ser considerados irrelevantes.

Em suma, os dados são elementos objetivos que precisam ser estruturados para dar-lhes significado, enquanto as informações são dados que foram organizados, processados e interpretados para fornecer significado e relevância aos usuários. A transformação de dados em informações requer uma análise cuidadosa e um processo de interpretação. Além disso, as informações são contextualizadas, enquanto os dados são neutros em relação ao contexto. Porém, a diferença entre dados e informações depende da perspectiva do usuário e do contexto em que são utilizados.

Em uma perspectiva de negócios, dados e informações são utilizados para monitorar o desempenho das empresas, identificar tendências de mercado, avaliar a satisfação do cliente e fazer decisões estratégicas (PORTER; HEPPELMANN, 2014). Na área da saúde, dados e informações são usados para monitorar a saúde da população, identificar doenças e epidemias, e desenvolver políticas de saúde pública (RAGHUPATHI; RAGHUPATHI, 2014). Na educação, dados e informações são utilizados para avaliar o desempenho dos alunos, desenvolver planos de ensino e avaliar o desempenho das escolas (BAKER e YACEF, 2009).

No setor hoteleiro, dados e informações são essenciais para a gestão eficiente dos negócios (XIANG; DU; MA; FAN, 2017). A coleta e análise de dados de hospedagem, como ocupação, tarifas médias e receita obtida por quarto (uma das unidades mais comuns de hospedagem), são usados para avaliar o desempenho do hotel e planejar estratégias de marketing e vendas (GUTTENTAG SMITH, 2013). Outrossim, a análise de *feedback* dos clientes e avaliações online pode ser usada para identificar oportunidades de melhoria e aprimorar a experiência do cliente (XIANG ET AL., 2017).

2.2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A gestão eficaz da informação desempenha um papel fundamental na otimização da eficiência operacional, na tomada de decisões embasadas e na promoção da inovação dentro dos estabelecimentos. Investigar os principais elementos e estratégias relacionados à gestão da informação no contexto hoteleiro,

como a coleta, organização, análise e disseminação eficiente dos dados e conhecimentos podem impulsionar o desempenho e a competitividade nesse setor em constante evolução. Além disso, busca-se identificar as melhores práticas e oferecer recomendações específicas para que os gestores possam aprimorar seus processos de gestão da informação, permitindo uma tomada de decisões mais embasada e uma utilização mais eficiente dos recursos disponíveis.

A gestão da informação é um conceito fundamental para as organizações, incluindo aquelas que atuam na área da hotelaria. De acordo com Davenport e Prusak (1998), a gestão da informação pode ser definida como o processo de captura, distribuição e uso eficaz do conhecimento, tornando-o acessível e útil para a organização.

Na hotelaria, a gestão da informação é essencial para garantir a satisfação dos clientes e a eficiência das operações. Como Porter e Heppelmann (2014) apontam, a informação é crucial para a identificação das necessidades dos clientes, permitindo que os hotéis possam oferecer serviços personalizados e diferenciados. Além disso, a gestão da informação também é importante para a gestão de estoques, controle de reservas e monitoramento de *feedbacks* dos clientes.

Para que a gestão da informação seja eficiente, é necessário que as informações sejam coletadas de forma sistemática e organizada. Provost e Fawcett (2013) destacam a importância de usar métodos analíticos para coletar, organizar e analisar informações de maneira eficiente e precisa.

Para mais, é fundamental que as informações sejam atualizadas constantemente, para que possam ser utilizadas de forma precisa e atual. Redman (2015) salienta a importância de manter a qualidade dos dados, atualizando-os regularmente para que a organização possa acompanhar as mudanças no mercado e nas necessidades dos clientes, permitindo a oferta de serviços mais adequados e personalizados.

Salienta-se que a gestão da informação não se resume apenas à coleta e organização das informações. Como Davenport e Prusak (1998) afirmam, a gestão da informação também envolve a análise das informações, com o objetivo de identificar tendências e oportunidades de negócios. Dessa forma, a gestão da informação pode ser um diferencial competitivo para as empresas que atuam na área da hotelaria.

Segundo Checkland e Poulter (2006), a gestão da informação envolve a identificação das necessidades de informação de uma organização, a seleção das

fontes de informação relevantes, a análise e interpretação das informações e a disseminação da informação para os indivíduos ou grupos que dela necessitam. Isso significa que a gestão da informação deve ser uma preocupação constante das empresas, para que elas possam tomar decisões baseadas em informações confiáveis e relevantes.

De acordo com Stair e Reynolds (2013, p. 143), a gestão da informação é um processo contínuo de identificação, coleta, processamento, armazenamento e disseminação de informações que sejam relevantes e úteis para a tomada de decisões em uma organização. Isso envolve não apenas a tecnologia da informação, mas também a gestão de pessoas e processos, para garantir que as informações sejam coletadas e usadas de forma eficaz.

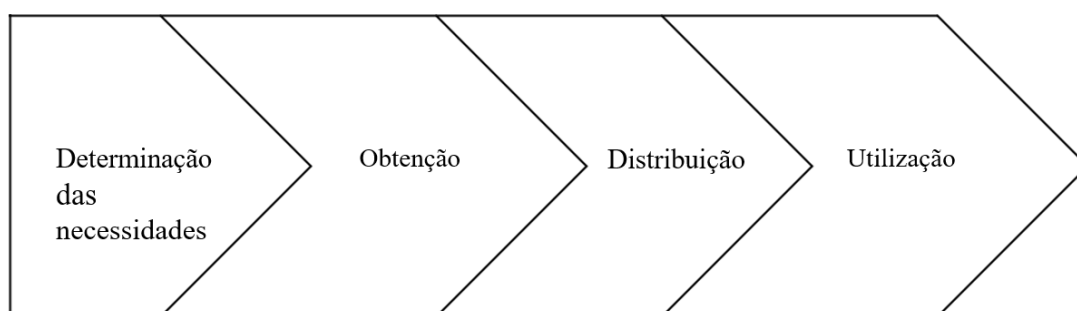
Nessa ótica, é importante ressaltar que a gestão da informação deve ser integrada às estratégias de negócios de uma organização. Como afirma Davenport (1998), "A gestão da informação é um elemento essencial de uma estratégia de negócios bem-sucedida. As empresas devem ter um plano para gerenciar a informação de forma que possam usá-la para criar valor para os clientes e para si mesmas". Portanto, a gestão da informação não é apenas uma questão técnica, mas também uma questão estratégica que deve ser considerada pelos gestores.

A gestão da informação é essencial para o sucesso de uma organização, que envolve a identificação das necessidades de informação, a coleta, o processamento, o armazenamento e a disseminação de informações relevantes e úteis para a tomada de decisões. E deve ser integrada às estratégias de negócios da empresa, para garantir que a informação seja usada de forma eficaz e crie valor para os clientes e para a própria organização.

No atual cenário hoteleiro organizacional, é crucial repensar os métodos de Gestão da Informação para criar uma estrutura mais eficiente. Segundo Davenport (1998), muitas empresas ainda não possuem uma sistematização adequada do processo de GI. Para mudar essa realidade, o autor defende que é fundamental definir e mapear os processos, as pessoas e os problemas como fontes de informação, a fim de apontar um caminho para a transformação. Por sua vez, o modelo proposto por Choo (2003, p. 404) apresenta um ciclo de GI composto por sete etapas integradas que visam fornecer uma visão mais ampla do processo e facilitar a implementação de uma estratégia mais eficaz para a gestão da informação.

Davenport (1998) propõe um modelo de GI que ilustra um ciclo constituído de quatro etapas, abrangendo a determinação das necessidades de informação, a coleta de informações, a estrutura de distribuição da informação e a utilização da informação. As etapas básicas necessárias para cada uma dessas fases são apresentadas na Figura 1 (p. 173-175).

Figura 1: Processo de Gerenciamento da Informação



Fonte: Davenport (1998, p.175).

No gerenciamento da informação, a primeira etapa, a determinação das necessidades de informação, é crucial, uma vez que se baseia na percepção dos executivos em relação a essas necessidades (DAVENPORT, 1998). Ainda, segundo o autor, é importante destacar que a experiência dos funcionários e de outros membros da equipe é fundamental no processo de mapeamento das necessidades de informação. Essa etapa pode ser realizada por meio de diversas formas, como reuniões, encontros ou negociações.

A segunda etapa, descrita por Davenport (1998), é a obtenção ou coleta de informações. Conforme o autor, a coleta de informações deve refletir a variedade de conceitos e ambientes em que a empresa está inserida, e pode ser realizada por meio de classificação, organização, estruturação ou formatação das informações.

A terceira etapa do modelo de GI proposto por Davenport (1998) é a estrutura de distribuição da informação. O autor destaca que essa estrutura reflete o modo como a informação é formatada e distribuída. A distribuição da informação envolve o seu formato, o meio de distribuição e o resgate pelo funcionário.

Por fim, a quarta etapa do modelo de GI proposto por Davenport (1998) é a utilização da informação. O autor destaca que é importante orientar a incorporação da

informação aos processos para tornar essa ação mais pragmática e atender às necessidades dos usuários.

O processo de gerenciamento da informação proposto por Davenport (1998) pode ser aplicado em diversos setores, incluindo a hotelaria, em que a gestão eficiente da informação é essencial para garantir a satisfação do cliente e o sucesso do negócio. Um exemplo de aplicação desse processo na hotelaria pode ser visto na pesquisa realizada por O'Doherty et al. (2018), os quais investigaram o papel da informação na experiência do hóspede em hotéis de luxo.

Os autores destacam que a identificação das necessidades de informação dos hóspedes é crucial para proporcionar um serviço personalizado e satisfatório, que atenda às expectativas do cliente. A obtenção de informação também é importante, e pode ser realizada por meio de diversos canais, como sistemas de reservas online, redes sociais e plataformas de avaliação. A distribuição da informação é outra etapa relevante, e pode ser realizada por meio de diferentes canais, como aplicativos de celular, e-mails e serviços de mensagens eletrônicos. A utilização da informação também é fundamental, e pode ser feita por meio da análise de dados para identificar tendências e padrões de comportamento dos hóspedes, o que pode auxiliar na tomada de decisões estratégicas.

Buscando sintetizar o modelo proposto por Davenport (1998) e O'Doherty et al. (2018) para a Gestão da Informação em uma organização hoteleira, foi criada a tabela 1 que apresenta cada etapa do processo.

Tabela 1: Etapas do processo de Gerenciamento da Informação na Hotelaria

Etapas do Processo de Gerenciamento da Informação	Utilização na Hotelaria
Determinação das necessidades de informação	Identificar demandas dos clientes e suas preferências, para fornecer serviços personalizados. Coletar informações sobre a concorrência e o mercado para ajustar a estratégia de negócio do hotel.
Obtenção ou coleta de informações	Coletar informações sobre as preferências e experiências dos hóspedes durante a estadia no hotel, através de pesquisas de satisfação e <i>feedbacks</i> . Obter dados sobre a ocupação, reservas e finanças do hotel.

Distribuição da informação	Compartilhar informações relevantes com os funcionários do hotel para melhorar a eficiência e qualidade do serviço. Disponibilizar informações sobre o hotel e serviços oferecidos para os clientes, através do site do hotel, mídias sociais e canais de reservas.
Utilização da informação	Utilizar as informações coletadas para melhorar a experiência dos hóspedes, ajustar a estratégia de negócio do hotel, e tomar decisões informadas sobre a gestão do hotel.

Fonte: Autor com base em Davenport (1998), O'Doherty, et al. (2018).

O modelo seguinte, introduzido por Choo (2003, p. 404), descreve o ciclo da GI como um processo contínuo que engloba sete etapas interligadas, tal como ilustrado na figura 2. Cada uma destas etapas desempenha um papel fundamental no aperfeiçoamento da gestão das informações, e sua integração permite uma abordagem mais holística. A implementação bem-sucedida desse ciclo auxilia as organizações na tomada de decisões mais informadas e na adaptação às dinâmicas em constante evolução do mercado, impulsionando assim o sucesso em longo prazo.

Figura 2: Modelo processual de administração da informação



Fonte: Choo (2003, p. 404).

De acordo com Choo (2003), a primeira etapa do modelo processual de administração da informação é a identificação das necessidades de informação. Conforme o autor, essa etapa envolve a percepção dos executivos sobre suas necessidades de informação e o entendimento das tarefas, projetos e processos da organização. A determinação das necessidades de informação também inclui as

necessidades individuais dos usuários, pois a informação é essencial para a tomada de decisões e o desempenho das atividades.

Após a identificação das necessidades de informação, é preciso adquirir informações relevantes. Segundo Choo (2003), a aquisição de informação pode envolver pesquisa em bancos de dados, busca por informações externas ou coleta de dados internos. É importante que essa etapa seja realizada de forma eficiente, a fim de garantir que a informação adquirida seja precisa e atualizada.

Uma vez adquirida, a informação deve ser organizada e armazenada de forma adequada para que possa ser facilmente recuperada e usada posteriormente. Conforme Choo (2003), essa etapa envolve a estruturação e classificação da informação, bem como a criação de sistemas de armazenamento que garantam a segurança e a disponibilidade da informação.

A organização da informação também pode incluir a criação de produtos e serviços de informação que atendam às necessidades dos usuários. Segundo Choo (2003), os produtos e serviços de informação podem ser criados a partir da combinação de diferentes tipos de informação, tais como dados, textos, imagens e sons.

Após a organização e criação de produtos e serviços de informação, é importante que a informação seja distribuída de forma eficiente para os usuários. Conforme Choo (2003), isso pode envolver a criação de sistemas de busca e recuperação de informação, bem como interfaces de usuário intuitivas.

O objetivo final da gestão da informação é o uso efetivo da informação pelos usuários para atingir seus objetivos individuais ou os objetivos da organização. Segundo Choo (2003), o uso da informação pode envolver a tomada de decisões, o desenvolvimento de estratégias, a realização de tarefas e a melhoria do desempenho organizacional.

Finalmente, a gestão da informação também envolve o comportamento adaptativo dos usuários em relação à informação. Conforme Choo (2003), isso inclui a capacidade dos usuários em aprender e se adaptar às novas informações, bem como a habilidade em identificar e resolver problemas relacionados à informação.

A gestão da informação proposta por Choo (2003) pode ser relacionada à bibliografia de hotelaria, uma vez que a indústria hoteleira é altamente dependente da informação para oferecer um serviço de qualidade aos seus clientes. Por exemplo, a identificação das necessidades de informação na gestão hoteleira pode ser aplicada

ao levantamento das expectativas dos clientes em relação aos serviços oferecidos pelo hotel (BEREZINA et al., 2016). A aquisição de informações relevantes pode envolver a coleta de dados sobre as preferências dos clientes em relação à alimentação ou à localização do hotel (Al-MSALLAM; ALHADDAD, 2016). A organização e armazenamento da informação é importante para a rápida localização de informações sobre reservas, disponibilidade de quartos, informações financeiras, entre outras (LEUNG et al., 2019).

A distribuição da informação é essencial para garantir que os clientes tenham acesso às informações relevantes sobre o hotel, como as comodidades oferecidas, serviços extras, entre outros (Al-MSALLAM; ALHADDAD, 2016). O uso da informação está diretamente relacionado à satisfação do cliente, uma vez que a utilização de informações precisas e atualizadas permite ao hotel atender às necessidades de seus clientes de forma eficaz (BEREZINA et al., 2016). Por fim, o comportamento adaptativo é fundamental na gestão da informação em hotelaria, pois permite que o hotel se adapte às mudanças nas necessidades e preferências dos clientes, melhorando seus serviços e mantendo-se competitivo no mercado (LEUNG et al., 2019).

Buscou-se resumir o modelo de Choo (2003), Berezina et al (2016), Al-Msallam e Alhaddad (2016) e Leug et al (1999). Com relação às etapas da Gestão da Informação em uma organização hoteleira, resultando na criação da tabela 2 que apresenta cada etapa do processo.

Tabela 2: Etapas do modelo de Choo aplicadas na Hotelaria

Etapas de Choo	Utilização na Hotelaria
Necessidade de Informação	Identificação das necessidades dos hóspedes em relação a serviços e experiências de hospedagem.
Aquisição da Informação	Coleta de informações sobre o mercado hoteleiro, comportamento do consumidor e concorrência.
Organização e Armazenamento da Informação	Armazenamento e organização de dados sobre reservas, hóspedes e finanças em sistemas de gestão hoteleira.
Produtos e Serviços de Informação	Desenvolvimento de materiais informativos sobre serviços, comodidades e pontos turísticos próximos ao hotel.
Distribuição da Informação	Disponibilização de informações sobre reservas, políticas do hotel e serviços por meio do site do hotel, redes sociais e

	canais de reserva.
Uso da Informação	Utilização de informações sobre o comportamento do hóspede para personalizar a experiência de hospedagem e atender às suas necessidades individuais.
Comportamento Adaptativo	Adaptação da estratégia de marketing, gestão de serviços e atendimento ao hóspede com base nas informações coletadas e análises dos dados.

Fonte: Autor com base em Choo (2003), Berezina et al (2016), Al-Msallam & Alhaddad (2016) e Leug et al (1999).

Com base nessa discussão, é possível afirmar que a GI é um processo fundamental para garantir a eficácia do atendimento às necessidades de informação dos gestores. Segundo Alavi e Leidner (2001), a GI é um método que visa capturar, processar e gerenciar informações para apoiar a tomada de decisões e a realização dos objetivos organizacionais.

Por conseguinte, a implantação de uma arquitetura eficaz de GI pode ser crucial para o sucesso de uma organização. Conforme destacam McGee e Prusak (1993), a GI envolve a coleta, processamento, armazenamento, disseminação e utilização de informações, de forma a garantir que a informação correta esteja disponível para as pessoas certas no momento certo.

Assim, é importante que as empresas estejam atentas ao desenvolvimento e gerenciamento de seus fluxos de informação, a fim de avaliar sua aplicação de forma adequada nos processos definidos por elas. De acordo com Rowley (2007), a GI pode ser vista como um ciclo que envolve a identificação das necessidades de informação, busca de informação, seleção de informação, processamento de informação, organização de informação e uso de informação.

Portanto, fica evidente que a Gestão da Informação é um processo contínuo e cíclico, que deve ser gerenciado de forma estratégica e eficiente para garantir o sucesso organizacional. A adoção de uma abordagem de GI pode trazer inúmeros benefícios para a empresa, como a melhoria da tomada de decisões, a redução de custos, o aumento da produtividade e a criação de vantagem competitiva (ALAVI; LEIDNER, 2001).

2.3 GESTÃO DO CONHECIMENTO

A presente sessão se propõe a examinar a literatura pertinente à gestão do conhecimento no setor hoteleiro. Uma observação profunda dessa noção permite a compreensão dos mecanismos pelos quais as organizações hoteleiras adquirem, utilizam, constroem e preservam o conhecimento. A revisão dos estudos mais relevantes nesse campo será realizada com o objetivo de entender a implementação e as aplicações práticas desses conceitos na indústria hoteleira.

O conhecimento é um termo amplamente utilizado em diferentes contextos, como nas áreas de negócios, educação, ciência e tecnologia. De acordo com Davenport e Prusak (1998, p. 5), o conhecimento pode ser definido como “uma mistura fluida de experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, que proporciona uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações”. Nesse sentido, o conhecimento não se limita apenas à informação, mas envolve também a habilidade de aplicar essa informação em diferentes contextos.

A definição de conhecimento é um assunto que tem sido discutido por muitos teóricos, como Polanyi (1966), que destaca a importância do conhecimento tácito - o conhecimento que não é facilmente expresso ou codificado - na criação de valor nas organizações. Além disso, Nonaka e Takeuchi (1997) propõem um modelo de criação de conhecimento nas empresas que envolve a conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito, por meio de diferentes processos e práticas organizacionais. Essas perspectivas enfatizam a importância do conhecimento na criação de valor e na vantagem competitiva das organizações.

O conhecimento é um conceito de ampla abrangência que tem sido explorado por diversas áreas do conhecimento, incluindo filosofia, psicologia, sociologia e ciência da informação. Nonaka e Takeuchi (1997) afirmam que o processo de transformação de informações em conhecimento requer habilidades cognitivas como percepção, memória e resolução de problemas, além da identificação de padrões e relações.

É importante destacar que a qualidade da informação é um fator determinante na criação de conhecimento. Davenport e Prusak (1998) defendem que a informação de qualidade é aquela que é precisa, completa, atualizada e relevante para o contexto em questão. Além disso, a confiabilidade da fonte da informação é fundamental para

garantir a sua validade (REDMAN, 2015). Portanto, a seleção cuidadosa da informação é um passo importante na criação de conhecimento.

O conhecimento é um conceito fundamental para a compreensão de como o ser humano lida com a informação. De acordo com Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento é “um processo dinâmico de justaposição e contextualização de informações em uma rede cognitiva que pode ser acionada para responder a uma pergunta ou solucionar um problema”. Nesse sentido, a informação é a matéria-prima do conhecimento, que se origina a partir dela.

A informação é um elemento básico para a criação de conhecimento. Segundo Davenport e Prusak (1998), a informação é “um conjunto de dados organizados para fins de comunicação, interpretação ou tomada de decisões”. Portanto, a informação é um recurso que pode ser utilizado para gerar conhecimento. De acordo com Polanyi (1966), a informação é transformada em conhecimento quando o indivíduo se envolve em um processo de construção de significado, que envolve a seleção, interpretação e utilização da informação disponível.

O conhecimento a partir da informação pode ser visto como um processo de transformação. Para que a informação se torne conhecimento, é necessário que ela seja interpretada e contextualizada em um determinado contexto. Nesse sentido, Nonaka e Takeuchi (1997) destacam que a criação de conhecimento envolve uma combinação de informações explícitas e tácitas, que são compartilhadas e transformadas por meio de interações sociais.

A partir do momento em que o conhecimento é criado, ele pode ser utilizado para a tomada de decisões e para a resolução de problemas. Segundo Choo (1998), o conhecimento é um recurso estratégico que pode ser utilizado para aumentar a efetividade organizacional. Além disso, o conhecimento pode ser compartilhado e utilizado em processos de aprendizagem organizacional, permitindo que a organização se adapte a mudanças no ambiente externo.

No entanto, é importante destacar que a criação de conhecimento a partir da informação não é um processo linear e simples. De acordo com Polanyi (1966), a criação de conhecimento envolve uma interação complexa entre o indivíduo e a informação, que pode ser influenciada por fatores como a cultura, as emoções e as crenças pessoais. Outrossim, o conhecimento é um recurso que pode ser influenciado por fatores contextuais, como as mudanças no ambiente externo ou a disponibilidade de recursos.

De acordo com Nonaka e Takeushi (1997, p. 65-75), existem dois tipos básicos de conhecimento: o conhecimento tácito e o conhecimento explícito. O conhecimento tácito é caracterizado como pessoal e inclui elementos cognitivos e técnicos. Os elementos cognitivos estão vinculados às crenças e opiniões das pessoas, enquanto os elementos técnicos englobam o conhecimento prático, habilidades e técnicas adquiridas por meio de experiências em determinado assunto por um período de tempo. O conhecimento tácito, enquanto permanecer pessoal, possui pouco valor para a empresa.

Por outro lado, o conhecimento explícito pode ser desenvolvido por meio de uma cultura em que as pessoas criam interações sociais entre o conhecimento tácito e o explícito, que é o conhecimento formal e pode ser facilmente transmitido entre indivíduos ou grupos. Nesse sentido, os indivíduos trocam e combinam conhecimentos por meio de documentos, reuniões, conversas ao telefone ou rede de computadores (NONAKA; TAKEUSHI, 1997).

É importante destacar que a combinação desses dois tipos de conhecimento pode levar à criação de novos conhecimentos, o que pode resultar em vantagens competitivas para as empresas (NONAKA; TAKEUSHI, 1997). Por isso, as empresas devem investir na criação de uma cultura que promova a troca e a combinação de conhecimentos entre seus membros, permitindo a criação de novos conhecimentos e aprimoramento dos já existentes.

Para Nonaka e Takeuchi (1997), as organizações desempenham um papel fundamental na conversão do conhecimento tácito em explícito, o que pode levar ao desenvolvimento de novos produtos e serviços. Esses autores destacam que os tipos de conhecimento são complementares e interagem continuamente na construção do conhecimento organizacional. Além disso, a interação é induzida por diversos modos de conversão do conhecimento, tais como a socialização, a externalização, a combinação e o aprendizado na prática.

A figura 3 representa a estrutura proposta por Nonaka e Takeuchi (1997) para a conversão do conhecimento. Segundo esses autores, a socialização é o processo pelo qual o conhecimento tácito é compartilhado entre os indivíduos por meio da observação, da imitação e da prática. Já a externalização envolve a articulação do conhecimento tácito em conceitos explícitos, como modelos, metáforas e analogias. A combinação é o processo de reunir diferentes tipos de conhecimento explícito para

criar novos conhecimentos, enquanto a internalização é a aplicação do conhecimento em situações práticas, gerando novos conhecimentos.

Figura 3: Espiral do conhecimento



Fonte: Nonaka e Takeuchi (1997, p. 80)

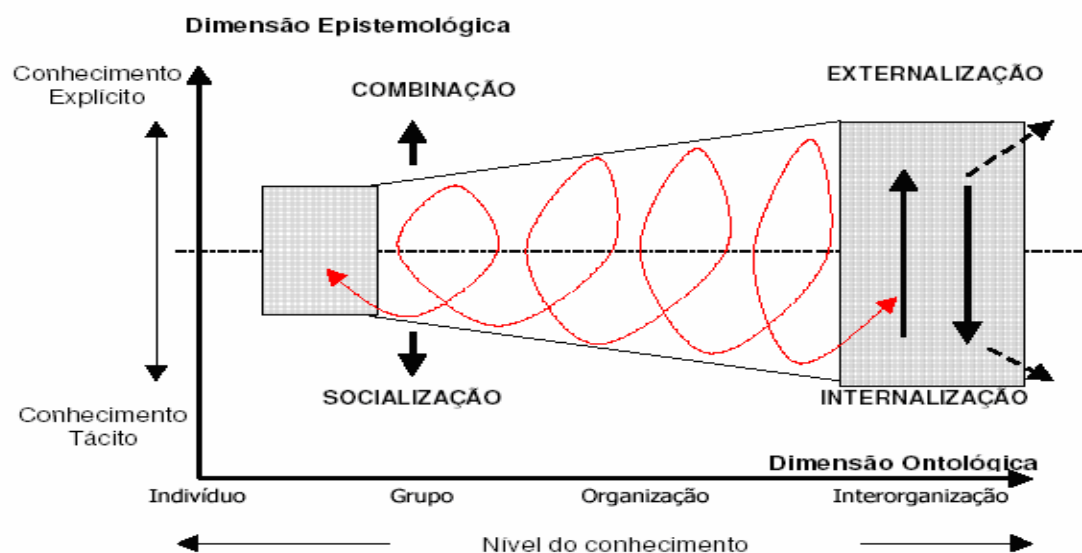
Nessa perspectiva, para Nonaka e Takeuchi (1997), a criação do conhecimento organizacional é um processo em espiral que começa no nível individual e se expande para além das fronteiras da estrutura organizacional. Esse processo de criação do conhecimento deve ser direcionado pelos objetivos da organização, que devem estar alinhados com suas metas. É fundamental que a organização mobilize o conhecimento tácito criado e acumulado no nível individual para alcançar esses objetivos.

Nonaka e Takeuchi (1997, p.82-83) argumentam que a criação do conhecimento nas empresas começa com o indivíduo, que amplia seus relacionamentos dentro de uma comunidade e, posteriormente, com outras esferas da organização. Esse processo é alimentado pela interação entre indivíduos e grupos, resultando em novos conhecimentos e práticas.

A espiral do conhecimento, conforme proposta por Nonaka e Takeuchi (1997), é um processo contínuo e dinâmico que requer a participação ativa de todos os membros da organização. A figura 4 exemplifica essa espiral do conhecimento,

demonstrando a relação entre o conhecimento tácito e explícito, bem como a interação entre indivíduos e grupos na criação do conhecimento organizacional.

Figura 4: Espiral de criação do conhecimento organizacional



Fonte: Nonaka e Takeushi (1997, p.82)

Dessa forma, é fundamental que as empresas compreendam o processo de criação do conhecimento organizacional e incentivem a interação entre seus membros para alcançar seus objetivos e metas (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

A função da organização na estrutura organizacional de acordo com Nonaka e Takeushi (1997, p. 82), é fornecer o contexto apropriado para a facilitação das atividades de criação do conhecimento. Eles afirmam que há cinco condições para capacitar a promoção da "espiral do conhecimento": intenção, autonomia, flutuação e caos criativo, redundância e variedade de requisitos.

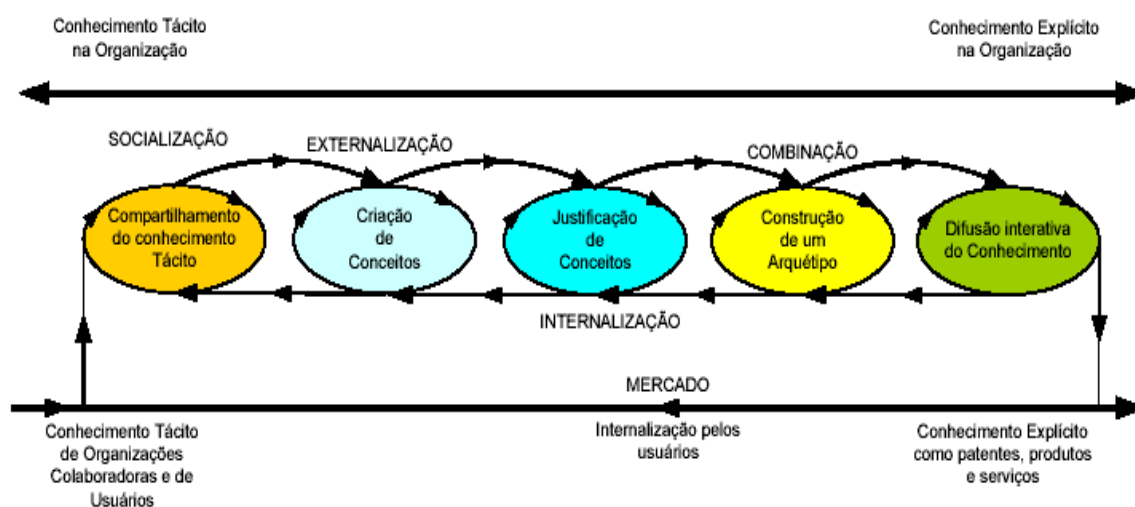
No que se refere à primeira condição, a intenção, a empresa deve definir suas aspirações sobre as metas criadas dentro do seu contexto, mostrando assim uma visão sobre o tipo de conhecimento que deve ser desenvolvido e sua operacionalização (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p. 83-84). Já a segunda condição se refere à autonomia da equipe organizacional, em que a empresa pode autorizar a iniciativa de algum funcionário diante de uma situação de decisão, ampliando as possibilidades de oportunidades inesperadas e novas ideias (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p. 85-86).

A terceira condição está relacionada à promoção de um relacionamento com o ambiente externo por meio da flutuação e do caos criativo, em que a empresa deve reconsiderar seus pensamentos, perspectivas e relação com o entorno, possibilitando a observação do caos criativo nos membros que conseguem refletir sobre suas ações (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p. 89-90).

A quarta condição diz respeito à redundância de informações sobre um conceito criado por um indivíduo e compartilhado com os demais níveis organizacionais, permitindo que um determinado conceito possa ser modificado pela percepção de diferentes indivíduos da estrutura organizacional. Os demais funcionários podem oferecer recomendações ou novas informações, acelerando o processo de criação do conhecimento. Finalmente, a quinta condição, que permeia a espiral do conhecimento, destaca que o processo de transformação deve ser desenvolvido utilizando o mesmo tipo de informação, interligando várias unidades da mesma empresa por uma rede de informações (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p. 91-93).

A fim de entender o processo de criação do conhecimento organizacional, é essencial examinar as etapas propostas por Nonaka e Takeushi (1997, p. 96), que se fundamentam nas condições capacitadoras já apresentadas. As fases desse processo incluem o compartilhamento do conhecimento tácito, a criação de conceitos, a justificação de conceitos, a construção de arquétipo ou protótipo e a difusão interativa do conhecimento, conforme ilustrado na figura 5.

Figura 5: Modelo de fases do processo de criação do conhecimento



Fonte: Adaptado de Nonaka e Takeushi (1997, p.96)

De acordo com Nonaka e Takeushi (1997, p.96), a primeira fase do processo de criação do conhecimento é a socialização, que se refere ao compartilhamento do conhecimento tácito habitado dentro de cada indivíduo. Este conhecimento é adquirido principalmente pela experiência do indivíduo e deve ser compartilhado para que possa ser transformado em conhecimento explícito.

Na segunda fase, a criação de conceitos, o modelo criado pelo indivíduo é compartilhado com a equipe por meio de diálogos e reflexões, que podem convergir para um conceito explícito (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p.98). Um ambiente de autonomia permite que os membros de uma empresa pensem livremente sobre as premissas existentes, colocando suas ideias sobre o conceito.

Na terceira fase, a justificação de conceitos, os conceitos criados precisam ser justificados e validados para que a empresa possa investir neles. Para isso, é necessário criar uma ferramenta que os mensure, consistente com o sistema de valores da empresa ou com uma situação ideal projetada (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p.99).

Na fase quatro, a construção de arquétipo ou protótipo, o novo conceito criado, compartilhado e justificado pode agora ser aplicado de forma prática, com a construção de um protótipo ou procedimento operacional modelo. Reunindo pessoas de várias áreas da organização para o desenvolvimento do projeto, a equipe pode confrontar os conceitos existentes com o novo (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p.99-101). Por fim, a difusão interativa do conhecimento ocorre quando o protótipo ou modelo criado na fase anterior é distribuído nas diversas áreas dentro da empresa e aplicado nos diferentes processos, assim como na interação com clientes e fornecedores, podendo precipitar um novo ciclo da criação do conhecimento (NONAKA; TAKEUSHI, 1997, p.101).

Neste sentido, conforme Senge (1990, p. 14), a aprendizagem organizacional é um processo contínuo de aprimoramento das habilidades e conhecimentos da organização como um todo, que se baseia na capacidade de seus membros em aprender constantemente e aplicar novos conhecimentos na resolução de problemas. Nesse contexto, a organização deve incentivar a criação e a disseminação de conhecimentos que fortaleçam suas capacidades essenciais, permitindo que ela ganhe vantagem estratégica.

Segundo Alavi e Leidner (2001, p. 112), a organização do conhecimento refere-se à habilidade de uma empresa em criar, compartilhar e utilizar conhecimentos de

forma efetiva. Isso implica em integrar processos, tecnologias e pessoas para otimizar a gestão do conhecimento, tornando-o mais acessível e utilizável. Para Choo (2003, p. 30), a organização do conhecimento permite à empresa agir com inteligência, criatividade e esperteza, utilizando o conhecimento como um recurso estratégico para o alcance de seus objetivos.

De acordo com Moraes, Abreu e Woida (2014), a gestão do conhecimento desempenha um papel crucial na melhoria contínua de organizações. O envolvimento e comprometimento dos colaboradores durante mudanças organizacionais são significativamente melhorados quando há valorização do conhecimento individual e estímulo ao aprendizado. Isso não só facilita a implementação bem-sucedida de melhorias, mas também minimiza as resistências à mudança.

No ramo da hospitalidade, a gestão do conhecimento é uma ferramenta essencial para aprimorar a qualidade dos serviços e a competitividade das empresas (Kianto et al., 2013). Para melhor relacionar esses contextos, ainda deve-se considerar o modelo de Nonaka e Takeuchi (1997) que apresentaram um modelo de criação de conhecimento que envolve cinco fases: socialização, externalização, combinação, internalização e difusão.

No contexto hoteleiro, essas fases podem ser aplicadas aos conceitos de compartilhamento do conhecimento tácito, criação de conceitos, justificação de conceitos, construção de arquétipos ou protótipos e difusão do conhecimento (Kianto et al., 2013). O compartilhamento do conhecimento tácito ocorre de forma informal através da troca de experiências e habilidades entre os funcionários de diferentes setores do hotel (Kianto et al., 2013). A criação de conceitos, por sua vez, está relacionada com a externalização do conhecimento tácito, transformando-o em conceitos ou modelos explícitos (Nonaka; Takeuchi, 1997).

A justificação de conceitos é a fase em que os conceitos criados são testados e validados, como na realização de pesquisas de mercado para testar a eficácia de uma nova campanha promocional (Zhang et al., 2021). A construção de arquétipos ou protótipos é uma forma de combinação do conhecimento explícito e tácito, criando modelos práticos para demonstrar a aplicação de novos conceitos (Nonaka; Takeuchi, 1997).

Por fim, a difusão do conhecimento é a fase em que o conhecimento explícito é compartilhado entre indivíduos e grupos, podendo ocorrer por meio de treinamentos

e palestras para capacitar os funcionários do hotel com as melhores práticas de atendimento ao cliente (Kianto et al., 2013).

Com o intuito de facilitar a compreensão dos conceitos, modos e fases do processo de criação do conhecimento apresentados nesta seção, aplicados ao contexto da hotelaria, elaborou-se a Tabela 3. Essa tabela sintetiza as informações de acordo com as perspectivas teóricas de Nonaka e Takeushi (1997), Zhang et al. (2021) e Kianto et al. (2013).

Tabela 3: Perspectivas teóricas de Nonaka e Takeushi na Hotelaria

Etapas	Descrição	Exemplo na hotelaria
Compartilhamento do conhecimento tácito	Compartilhamento de conhecimentos informais, experiências e habilidades	Funcionários de diferentes setores compartilhando suas experiências e técnicas para melhorar o atendimento ao cliente
Criação de conceitos	Transformação do conhecimento tácito em conceitos ou modelos explícitos	Criação de um modelo de análise de <i>feedback</i> de clientes para identificar as principais áreas de melhoria do hotel
Justificação de conceitos	Teste e validação de conceitos criados	Realização de pesquisas de mercado para testar a eficácia de uma nova campanha promocional
Construção de arquétipo ou protótipos	Criação de modelos ou exemplos práticos para demonstrar a aplicação de novos conceitos	Criação de um quarto de hotel modelo para mostrar aos clientes como é possível personalizar a experiência de hospedagem
Difusão do conhecimento	Compartilhamento de conhecimento explícito entre indivíduos e grupos	Treinamentos e palestras para capacitar os funcionários do hotel com as melhores práticas de atendimento ao cliente

Fonte: Elaboração própria com base em Nonaka e Takeushi (1997), Zhang et al. (2021) e Kianto et al. (2013).

Conforme destacado por diversos autores, é válido ressaltar que esses conceitos não se desenvolvem de forma estritamente linear ou isolada. Na realidade,

o processo de criação e compartilhamento do conhecimento pode abranger a participação de várias pessoas e equipes em momentos e formas distintos (NONAKA; TAKEUCHI, 1997; Kianto et al., 2013; Zhang et al., 2021).

Ao compreender o conceito de conhecimento, é possível explorar os diferentes modos de conversão desse recurso. Com base nesses conceitos, pode-se analisar as definições de gestão do conhecimento e hotelaria propostas por diversos autores. A gestão do conhecimento pode ser entendida como "um processo sistemático de identificação, criação, renovação e aplicação de conhecimento para melhorar a eficácia organizacional" (ALAVI; LEIDNER, 2001, p. 107). Já a hotelaria pode ser definida como "o negócio que se concentra em fornecer serviços de acomodação, alimentação e outras atividades de lazer aos viajantes" (BUHALIS; LAW, 2008, p. 16).

A gestão do conhecimento é uma ferramenta importante para aprimorar a qualidade dos serviços e a competitividade das empresas de hotelaria. Com a rápida evolução das tecnologias e dos serviços oferecidos aos clientes, é crucial que as empresas do setor sejam capazes de criar, compartilhar e aplicar conhecimento para atender às demandas do mercado e melhorar a eficiência operacional (LIN; HO, 2009).

Para implementar a gestão do conhecimento na hotelaria, é necessário considerar as características específicas do setor. Segundo Martins e Fichtner (2009), as empresas de hotelaria possuem uma grande quantidade de informações e conhecimentos tácitos que precisam ser identificados e convertidos em conhecimento explícito. Além disso, é importante que haja uma cultura organizacional que incentive a colaboração e o compartilhamento de conhecimento entre os funcionários.

Outro aspecto importante da gestão do conhecimento na hotelaria é a utilização de tecnologias adequadas. Segundo Buhalis e Law (2008), a tecnologia da informação pode ser utilizada para criar um ambiente propício à gestão do conhecimento, permitindo o compartilhamento de informações e conhecimentos entre os funcionários e departamentos da empresa. Ademais, a tecnologia pode ser utilizada para monitorar e avaliar o desempenho da empresa em relação à gestão do conhecimento.

Em suma, a gestão do conhecimento representa um desafio para as organizações hoteleiras que buscam obter vantagens competitivas por meio de inovação e aprendizagem (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Segundo Barney (1991), a GC é composta por práticas que permitem relacionar os diversos conhecimentos de uma organização e analisar os resultados. Assim, a implantação da GC pode criar uma vantagem competitiva sustentável, suportada em pessoas dentro de empresas.

A gestão do conhecimento é um composto que envolve ambiente, contexto, forma e virtude, baseado em conhecimento tácito da empresa e atento ao contexto agressivo de mercado e às demandas de clientes (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Para expandir as vantagens estratégicas das análises concebidas nos repositórios de conhecimento, é essencial promover uma cultura de intercâmbio de opiniões entre os membros da estrutura organizacional.

Assim sendo, a gestão do conhecimento é uma ferramenta fundamental para aprimorar a qualidade dos serviços e a competitividade das empresas de hotelaria. Para implementá-la com sucesso, é importante considerar as particularidades do setor, estimular a colaboração e o compartilhamento de conhecimento e utilizar tecnologias adequadas.

3. HOTELARIA

3.1 ORIGEM E HISTÓRIA

O setor hoteleiro, como conhecemos hoje, é o resultado de séculos de desenvolvimento e adaptação às demandas sociais, culturais e econômicas (BARDI, 2011). Desde as primeiras estalagens e hospedarias da Antiguidade, passando pelas grandiosas pousadas da era medieval, até a emergência de modernos hotéis de luxo, a hotelaria tem uma história rica e diversificada (WALKER, 2016). Esta sessão realiza uma revisão dos estudos mais relevantes no campo para entender a trajetória histórica e as aplicações desses conceitos no setor hoteleiro.

A hotelaria é uma atividade tão antiga quanto a história da humanidade, tendo suas origens nas estalagens e pousadas que ofereciam hospedagem e alimentação aos viajantes durante suas jornadas. De acordo com Bardi (2011), as primeiras hospedarias datam de cerca de 4000 a.C. no Oriente Médio e no Egito Antigo, onde os viajantes podiam descansar e se alimentar antes de seguir viagem.

Com o passar do tempo, a hospedagem se desenvolveu e se tornou cada vez mais sofisticada, especialmente durante o Império Romano. Nessa época, foram construídas termas e pousadas luxuosas para atender às necessidades dos viajantes mais exigentes. Segundo Rutherford e O'Fallon (2010), essas pousadas eram administradas por escravos e ofereciam serviços como banhos, massagens e entretenimento.

Na Idade Média, as hospedarias se tornaram mais comuns na Europa, especialmente ao longo das rotas comerciais. No entanto, a qualidade da hospedagem era geralmente precária, com os viajantes tendo que se contentar com camas em quartos coletivos e comida simples. Conforme destaca Knowles, Diamantis e El-Mourhabi (2004), as hospedarias nessa época eram frequentemente associadas a tavernas e bordéis.

Foi somente a partir do Renascimento que a hotelaria começou a se desenvolver como uma indústria mais sofisticada e organizada. Na Itália, surgiram os primeiros estabelecimentos que ofereciam quartos individuais e serviços como refeições à la carte e limpeza diária dos quartos. Conforme descrito por Bardi (2011), o primeiro hotel moderno do mundo foi o Ritz, fundado em Paris em 1898, que oferecia serviços luxuosos como elevadores, banheiros privativos e quartos com telefone.

Observando a hotelaria moderna, é perceptível a constante evolução e adaptação às necessidades dos consumidores, especialmente com a crescente importância da tecnologia e da sustentabilidade. Sigala (2012) ressalta que a tecnologia está transformando a forma como os hotéis operam, permitindo que eles ofereçam serviços mais personalizados e eficientes.

Quanto à sua longa história, a hotelaria surgiu como uma indústria antiga que evoluiu constantemente. Desde as estalagens da antiguidade até os hotéis de luxo e *resorts* atuais, a hospedagem tem sido uma necessidade para os viajantes ao longo da história. Conforme ressaltado por Lockwood (2003), a hospedagem não é apenas uma questão de conforto, mas também uma questão de segurança.

A evolução da hotelaria foi influenciada por muitos fatores, incluindo avanços tecnológicos, mudanças sociais e econômicas, e demandas dos consumidores. Como destaca Buhalis (2003), as tendências da hotelaria são uma resposta à evolução do mercado global e às mudanças no comportamento dos consumidores.

Um aspecto importante da história da hotelaria é a sua relação com o turismo. À medida que o turismo se desenvolveu, a hotelaria também cresceu para atender as necessidades dos viajantes. De acordo com Knowles, Diamantis e El-Mourhabi (2004), o turismo foi um dos principais impulsionadores do crescimento da hotelaria nas últimas décadas. A indústria hoteleira teve que se adaptar e inovar para acomodar a crescente demanda e a diversidade dos turistas.

A tecnologia tem desempenhado um papel cada vez mais importante na hotelaria. Sistemas de reservas online, aplicativos móveis e outras tecnologias têm permitido aos hotéis atender as necessidades dos clientes de forma mais eficiente. Como ressaltado por Sigala (2012), a tecnologia é um dos principais impulsionadores da inovação na indústria hoteleira.

A sustentabilidade também se tornou uma preocupação importante na hotelaria. Hotéis em todo o mundo estão adotando práticas mais sustentáveis para reduzir o impacto ambiental. Como discutido por Jones, Hillier e Comfort (2016), a sustentabilidade pode ser vista como uma oportunidade para hotéis aprimorarem a sua imagem e aumentarem a sua rentabilidade.

Outra tendência emergente na hotelaria é a personalização da experiência do hóspede. Os hotéis estão utilizando tecnologias avançadas para coletar dados sobre os clientes e fornecer serviços personalizados. Como destacado por Neuhofer e

Buhalis (2019), a personalização pode aumentar a satisfação do cliente e a fidelidade à marca.

No entanto, a hotelaria enfrenta muitos desafios. A concorrência de plataformas de compartilhamento de hospedagem, como o Airbnb, tem sido uma das principais preocupações dos hotéis tradicionais. Como ressaltado por Zervas, Proserpio e Byers (2017), o Airbnb está afetando a indústria hoteleira em todo o mundo.

A pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo no setor hoteleiro, com muitos hotéis fechando temporariamente ou permanentemente devido à queda na demanda. Como discutido por Baum e Hai (2020), a pandemia também acelerou tendências existentes, como a adoção de tecnologia e a mudança para práticas mais sustentáveis.

Apesar dos desafios, a hotelaria continua a evoluir para atender as necessidades dos viajantes modernos. A história da hotelaria demonstra a capacidade da indústria de se adaptar às mudanças e de inovar para atender as necessidades dos consumidores.

3.2 CENÁRIO DO SETOR HOTELEIRO

A hotelaria é uma indústria em constante evolução, que busca se adaptar às transformações do mercado turístico e às expectativas dos consumidores. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), o número de viagens internacionais aumentou de forma expressiva nas últimas décadas, o que tem impulsionado o crescimento da hotelaria global (OMT, 2020). Nesse contexto, os hotéis têm investido em novas tecnologias, iniciativas sustentáveis e diversificação da oferta hoteleira para se destacar em um mercado cada vez mais competitivo.

A personalização da experiência do hóspede é uma tendência crescente na hotelaria, que busca oferecer experiências únicas e personalizadas para seus clientes. De acordo com Rutherford e O'Fallon (2010), os viajantes estão cada vez mais exigentes em relação às suas experiências de hospedagem, buscando um atendimento mais personalizado e que atenda às suas preferências individuais.

Para atender a essa demanda, os hotéis têm investido em tecnologias que permitem entender melhor as preferências dos hóspedes e oferecer serviços personalizados. De acordo com Zervas, Proserpio e Byers (2017), a inteligência artificial e a análise de dados são algumas das ferramentas utilizadas para

personalizar a experiência do hóspede. Essas tecnologias permitem que os hotéis coletem informações sobre as preferências dos clientes, como o tipo de quarto, o serviço de quarto e as atividades de lazer, para personalizar a oferta de serviços.

Além disso, a personalização da experiência do hóspede pode aumentar a fidelidade do cliente e melhorar a reputação do hotel. Segundo Jones, Hillier e Comfort (2016), a personalização é uma das principais formas de criar conexões emocionais com os clientes e aumentar a lealdade à marca. Ao oferecer experiências personalizadas e satisfatórias, os hotéis podem melhorar a experiência do hóspede e aumentar as chances de fidelização e recomendação.

Já a sustentabilidade tem sido uma preocupação crescente na hotelaria global, à medida que a indústria reconhece o impacto ambiental e social de suas operações. Como discutido por Baum e Hai (2020), uma grande porcentagem de viajantes acredita que é importante escolher acomodações sustentáveis durante suas viagens. Nesse contexto, os hotéis têm buscado implementar práticas sustentáveis em suas operações para atender à demanda dos consumidores e minimizar seu impacto no meio ambiente.

Para promover a sustentabilidade, os hotéis têm investido em tecnologias e iniciativas que visam reduzir o consumo de energia e água, além de minimizar a produção de resíduos. Segundo Jones, Hillier e Comfort (2016), os hotéis estão adotando práticas como o uso de energia renovável, a instalação de sistemas de iluminação eficientes e a redução do desperdício de alimentos. Outrossim, alguns hotéis têm investido em iniciativas sociais e culturais, buscando promover o turismo sustentável em suas comunidades locais.

A implementação de práticas sustentáveis pode trazer benefícios para os hotéis, incluindo a redução de custos e a melhoria da imagem da marca. Como discutido por Baum e Hai (2020), os hotéis que implementaram práticas sustentáveis puderam reduzir seus custos operacionais de forma significativa. Além disso, a adoção de práticas sustentáveis pode melhorar a reputação do hotel e atrair consumidores preocupados com o meio ambiente e a responsabilidade social.

A indústria hoteleira tem sido impactada significativamente pelas mudanças no mercado turístico e, para se adaptar a essas mudanças, a tecnologia tem sido uma das principais ferramentas utilizadas. Segundo estudos realizados por Mendes Filho et al. (2017), a adoção de tecnologias nos serviços hoteleiros pode melhorar a experiência dos hóspedes e a eficiência operacional. Ademais, a tecnologia pode

fornecer às empresas hoteleiras informações valiosas sobre as preferências e comportamentos dos clientes, auxiliando na tomada de decisões estratégicas (LAPOINTE et al., 2021).

Entre as tecnologias mais utilizadas na hotelaria estão os sistemas de reservas online. Segundo Zervas, Proserpio e Byers (2017), a disponibilidade de reservas online pode aumentar a satisfação do cliente e a probabilidade de reserva. Além disso, os sistemas de reservas online também podem ajudar as empresas hoteleiras a gerenciar a demanda e otimizar os preços.

Outra tecnologia que tem sido cada vez mais utilizada na hotelaria é a inteligência artificial (IA). Segundo estudos de Xie et al. (2020), a IA pode ser utilizada para personalizar a experiência do hóspede, por meio do reconhecimento de voz e de imagem, por exemplo. Para mais, a IA pode ser utilizada para prever a demanda, otimizar preços e melhorar a eficiência operacional (LI ET AL., 2020).

A utilização da tecnologia na hotelaria tem se mostrado uma importante aliada na diversificação da oferta hoteleira. Através das plataformas de reserva online, como Booking.com e Airbnb, os hóspedes têm acesso a uma ampla variedade de opções de acomodação em diferentes tipos de propriedades e localizações (ZHANG et al., 2020). Outrossim, a análise de dados possibilitada pela tecnologia permite que as empresas de hospedagem entendam melhor o perfil e as preferências dos hóspedes, criando experiências personalizadas e aprimorando seus serviços (LI et al., 2020).

A diversificação da oferta hoteleira é uma tendência cada vez mais relevante na hotelaria global. Segundo Rutherford e O'Fallon (2010), essa diversificação envolve não apenas a criação de novos tipos de acomodações, mas também a oferta de serviços e experiências únicas para os hóspedes. Uma das principais empresas que tem contribuído para essa diversificação é a Airbnb, que oferece aos viajantes uma ampla variedade de acomodações alternativas.

Para mais, a Airbnb tem incentivado a diversificação da oferta hoteleira por meio do conceito de compartilhamento de espaços. Segundo Zheng e Xie (2018), a Airbnb tem se destacado por permitir que os proprietários de imóveis aluguem suas residências, mesmo quando não estão utilizando-as, o que tem aumentado significativamente o número de acomodações disponíveis no mercado. Essa abordagem tem se mostrado uma alternativa vantajosa tanto para os proprietários, que podem obter uma renda extra, quanto para os viajantes, que têm acesso a opções de hospedagem mais variadas e a preços mais competitivos.

No entanto, a diversificação da oferta hoteleira também tem gerado desafios para a hotelaria tradicional. Conforme observado por Dogru e Mody (2020), a Airbnb tem impactado negativamente a demanda por hotéis convencionais, especialmente em destinos turísticos populares. Isso tem levado muitos hotéis a adotarem estratégias de diferenciação, buscando oferecer serviços e experiências únicas que não podem ser encontrados na plataforma da Airbnb.

O setor hoteleiro enfrenta desafios significativos, como a concorrência acirrada e a instabilidade econômica, que afetam sua competitividade e desempenho. Segundo Rutherford e O'Fallon (2010), a qualidade do serviço é um fator importante na escolha do hotel pelos clientes, o que ressalta a necessidade de os hotéis oferecerem experiências únicas para se destacar no mercado. Ademais, eventos globais, como pandemias e crises financeiras, afetam as receitas hoteleiras, como relatado por Baum e Hai (2020), destacando a importância dos planos de contingência e preparação para lidar com crises econômicas.

Para superar esses desafios, os hotéis devem estar preparados para se adaptar às tendências em constante mudança, investir em tecnologia e adotar práticas sustentáveis. Segundo Liu, Li e Zhang (2019), a tecnologia pode ser usada para fornecer serviços personalizados e melhorar a eficiência operacional dos hotéis. Além disso, os hotéis que implementam práticas sustentáveis, como a redução de resíduos e emissões de carbono, podem melhorar sua reputação e atrair clientes que valorizam a sustentabilidade, como apontado por Sigala (2012). Em resumo, enfrentar esses desafios de maneira proativa pode ajudar os hotéis a se manterem competitivos e bem-sucedidos no mercado.

3.3 CENÁRIO DO SETOR HOTELEIRO BRASILEIRO

O setor hoteleiro brasileiro tem se destacado nos últimos anos como um importante motor da economia do país. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), o setor tem crescido cerca de 5% ao ano desde 2015 (MENDES FILHO et al., 2017). Esse crescimento tem sido impulsionado tanto pelo turismo doméstico quanto pelo internacional, com destaque para as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, que apresentam as maiores taxas de ocupação hoteleira do país (GOUVEA et al., 2017).

No entanto, apesar do bom desempenho do setor, os hotéis brasileiros enfrentam desafios em relação à sua competitividade. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), os custos de operação dos hotéis brasileiros são cerca de 40% mais elevados do que os praticados em países como Estados Unidos e México (NUNES et al., 2018). Além disso, a qualidade do serviço prestado ainda é um problema, com reclamações frequentes de turistas sobre a falta de treinamento e qualificação da mão de obra (MATTOS et al., 2019).

Outro desafio importante é a crescente concorrência do setor de aluguel de temporada, liderado pela plataforma Airbnb. Segundo a ABIH, a oferta de acomodações do Airbnb no Brasil já é maior do que a de hotéis convencionais em algumas cidades turísticas (MENDES FILHO et al., 2017). Isso tem levado muitos hoteleiros a buscar alternativas para se diferenciar no mercado, como a adoção de tecnologias de automação e a oferta de experiências personalizadas aos hóspedes (GOUVEA et al., 2017).

Por outro lado, o setor hoteleiro brasileiro também apresenta oportunidades de crescimento, especialmente em relação ao turismo sustentável e à oferta de acomodações de luxo. Segundo um estudo da consultoria Bonston Consulting Group (BCG), o turismo sustentável tem potencial para gerar um aumento de até 30% na receita dos hotéis (NUNES et al., 2018). Outrossim, a demanda por acomodações de luxo tem crescido nos últimos anos, impulsionada pelo aumento do poder aquisitivo da classe média brasileira e pelo turismo de negócios (MATTOS et al., 2019).

Para se manterem competitivos nesse cenário, os hotéis brasileiros precisam investir em melhorias na qualidade do serviço, na qualificação da mão de obra e na adoção de tecnologias que possam aumentar a eficiência operacional e melhorar a experiência do hóspede. Ademais, é importante que o setor esteja atento às tendências do mercado, como o turismo sustentável e a oferta de experiências personalizadas aos hóspedes, a fim de se diferenciar da concorrência e atrair um público cada vez mais exigente (GOUVEA et al., 2017).

3.4 SERVIÇOS DE HOTELARIA

A hotelaria é uma indústria que oferece uma variedade de serviços para atender às necessidades de lazer e negócios dos viajantes. Um dos serviços essenciais na hotelaria é o serviço de acomodação. Isso se refere à provisão de um lugar para os

hóspedes pernovernarem, com opções que variam de quartos básicos a suítes luxuosas. Essas acomodações normalmente incluem mobília, banheiro privativo, telefone, e em muitos casos, acesso à internet, televisão e um minibar (JONES et al, 2016).

Outro serviço fundamental é o de alimentação e bebidas. Muitos hotéis possuem restaurantes e bares que oferecem uma variedade de opções gastronômicas. Isso pode variar desde um *buffet* de café da manhã até restaurantes de alta gastronomia. Alguns hotéis também oferecem serviço de quarto, permitindo que os hóspedes façam suas refeições no conforto de suas acomodações (WALKER, 2017).

Além disso, os hotéis costumam oferecer serviços de eventos e conferências. Isso inclui o fornecimento de salas de reuniões e salões de banquetes que podem ser usados para várias finalidades, como conferências, reuniões de negócios, casamentos e outras celebrações. Esses espaços frequentemente incluem equipamentos audiovisuais e serviços de *catering* (BARROWS; POWERS, 2008).

Os hotéis também atendem aos hóspedes que procuram relaxar e desfrutar de seu tempo com instalações de lazer, como piscinas, academias, *spas* e, em alguns casos, campos de golfe e quadras de tênis (BARROWS; POWERS, 2008).

O serviço de *concierge* é um componente valioso da experiência hoteleira. O *concierge* pode ajudar os hóspedes com uma variedade de serviços, como fazer reservas em restaurantes, recomendar atrações locais, organizar transporte e auxiliar com quaisquer outras necessidades que os hóspedes possam ter durante a sua estadia (TUNG, 2001).

A incorporação de tecnologia é outra área-chave na oferta de serviços. Isso inclui *check-in* e *check-out* automatizados através de quiosques ou aplicativos, acesso ao quarto através de smartphones, e serviços de atendimento ao cliente online. Esta incorporação de tecnologia visa a melhorar a eficiência e a satisfação do hóspede (O'CONNOR, 1999).

É possível notar várias tendências emergentes que estão moldando o setor de serviços hoteleiros. A primeira é a crescente incorporação de tecnologia em todas as facetas da experiência do hóspede. O uso de aplicativos de celular para *check-in*, controle de temperatura do quarto, reservas de restaurantes e muito mais está se tornando cada vez mais comum. A tecnologia está sendo usada não apenas para melhorar a eficiência, mas também para personalizar a experiência do hóspede (O'CONNOR; MURPHY, 2004).

Uma segunda tendência importante é o foco crescente na sustentabilidade. À medida que a consciência ambiental aumenta, os hotéis estão se esforçando para reduzir seu impacto ambiental através do uso de energias renováveis, da redução do desperdício e da oferta de opções de alimentação mais sustentáveis. Esta tendência é impulsionada tanto pela demanda dos consumidores quanto pelo desejo de operar de maneira mais responsável (BOHDANOWICZ; ZIENTARA, 2008).

A personalização é outra tendência chave. Os hotéis estão utilizando dados para entender melhor seus hóspedes e personalizar sua experiência, desde a seleção de quartos até as recomendações de atividades baseadas em suas preferências individuais. Esta abordagem centrada no cliente não só melhora a satisfação do hóspede, mas também ajuda a construir relações de longo prazo e lealdade à marca (SIGALA, 2012). Novas tendências de serviços na indústria hoteleira estão se movendo em direção à maior utilização de tecnologia, juntamente acompanhado de sustentabilidade e ênfase na personalização para criar uma experiência mais satisfatória e significativa para os hóspedes.

3.5 CLASSIFICAÇÃO DOS HOTÉIS

A classificação dos hotéis é uma importante ferramenta para a indústria hoteleira, pois permite aos viajantes entender o nível de serviços e comodidades oferecidos pelo estabelecimento. A classificação pode variar de acordo com diferentes critérios, como a localização, tamanho, conforto das instalações, serviços disponíveis e preços praticados.

Segundo uma pesquisa realizada por Lu et al. (2019), a maioria dos viajantes usa a classificação dos hotéis como um fator importante na hora de escolher um lugar para ficar durante uma viagem. A pesquisa também apontou que os viajantes preferem hotéis com classificações mais altas, que garantem um nível mais elevado de conforto e serviços.

Para estabelecer a classificação de um hotel, diversas organizações nacionais e internacionais desenvolveram sistemas de avaliação. Como afirmam Ivanova, Ivanov e Magnini (2016), exemplos desses sistemas incluem a AAA (American Automobile Association) nos Estados Unidos, a Hotelstars Union na Europa e a SBClass (Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem) no Brasil.

Geralmente, esses sistemas atribuem classificações em estrelas, em que hotéis com mais luxo e comodidades recebem um maior número de estrelas.

Apesar de existirem diferentes sistemas de classificação, é importante notar que a classificação de um hotel não é uma garantia absoluta de qualidade. Como ressalta McKercher et al. (2002), a qualidade do serviço e a satisfação do hóspede dependem de uma série de fatores, incluindo a adequação das instalações às necessidades do hóspede, a qualidade no atendimento prestado pelos funcionários e a capacidade do hotel de atender às expectativas do hóspede.

Além disso, os critérios usados para atribuir a classificação podem variar entre diferentes organizações e países. Por exemplo, a Hotelstars Union usa critérios diferentes da AAA para atribuir as classificações dos hotéis. Segundo a pesquisa de Ong e Loke (2016), isso pode levar a discrepâncias na percepção dos viajantes sobre a qualidade dos hotéis em diferentes países.

Todavia, a classificação dos hotéis continua sendo uma ferramenta importante para os viajantes na hora de escolher um lugar para ficar. Como afirma Jin et al. (2017), a classificação pode fornecer informações valiosas para os viajantes, ajudando-os a entender o que esperar de um hotel e a tomar uma decisão informada sobre onde ficar. Os critérios utilizados para atribuir a classificação podem variar entre diferentes organizações e países, porém, a classificação continua sendo uma fonte valiosa de informações para os viajantes. Além do mais, a classificação dos hotéis pode influenciar positivamente as receitas e a reputação dos estabelecimentos (KIMES, 2000; VERMEULEN; SEEGER, 2009).

De acordo com estudos recentes, a padronização da classificação hoteleira é um tema bastante debatido na literatura acadêmica (WONG; LOCKYER, KOTTLER; RACHERLA, 2012). A falta de um sistema de classificação universal pode gerar problemas para os consumidores, que podem ter dificuldade em avaliar e comparar diferentes meios de hospedagem (KOTTLER; RACHERLA, 2012).

Uma das formas mais conhecidas de classificação hoteleira é a Classificação por Estrelas da AAA (American Automobile Association) nos Estados Unidos. Esse sistema atribui de 1 a 5 estrelas para os hotéis, com base no nível de conforto e qualidade oferecidos (CHON; SPARROWE, 2003).

Outro sistema bastante utilizado é a Classificação por Diamantes da Forbes Travel Guide, também nos Estados Unidos. Esse sistema utiliza uma escala de 1 a 5

diamantes para avaliar a qualidade das acomodações, serviços oferecidos e comodidades do hotel (SHAHIN, 2011).

Na Europa, a Hotelstars Union utiliza a Classificação por Chaves para avaliar os hotéis. A escala varia de 1 a 5 chaves e leva em consideração o nível de conforto, qualidade e serviços oferecidos pelo hotel (BIEGER; WITTMER, 2006).

No México, o Hoteles y Restaurantes de Mexico adota a Classificação por Letras, que varia de A a D e avalia a qualidade das acomodações, serviços oferecidos e comodidades do hotel (MUNOZ; CARRILLO, 2011).

Já no Japão, a Japan Hotel Association utiliza a Classificação por Cores, que varia de 1 a 5 cores e leva em consideração aspectos como qualidade das acomodações, serviços oferecidos e comodidades do hotel (KIM; LI, 2012).

Visando facilitar a compreensão dos sistemas de classificação hoteleira existentes globalmente, foi criada a Tabela 4, que categoriza as diferentes empresas administradoras desses sistemas, tais como a American Automobile Association, a Forbes Travel Guide, a Hotelstars Union, Hoteles y Restaurantes de Mexico e a Japan Hotel Association. Essa tabela é um recurso que proporciona clareza e uniformidade ao estudo das classificações hoteleiras. Cada uma dessas empresas utiliza critérios básicos distintos, bem como símbolos ou escalas específicas para avaliar os hotéis. Outrossim, essas organizações normalmente realizam avaliações anuais ou periódicas para monitorar e manter a qualidade dos serviços oferecidos pelos hotéis, incentivando a melhoria contínua e garantindo que os padrões de excelência sejam consistentemente atendidos.

Tabela 4: Classificação dos Hotéis

Classificação	Critério Básico	Símbolos/Escal a Utilizados	Administração do Sistema	Tipo de Monitoramento
AAA (American Automobile Association)	Nível de conforto e qualidade oferecidos	Estrelas de 1 a 5	American Automobile Association	Avaliação anual do hotel
Forbes Travel Guide	Qualidade das acomodações, serviços	Diamantes de 1 a 5	Forbes Travel Guide	Avaliação anual do hotel

oferecidos e
comodidades

Hotelstars Union	Nível de conforto, qualidade e serviços oferecidos	Chaves de 1 a 5	Hotelstars Union	Avaliação periódica do hotel
Hoteles y Restaurantes de Mexico	Qualidade das acomodações, serviços oferecidos e comodidades	Letras A a D	Hoteles y Restaurantes de Mexico	Avaliação anual do hotel
Japan Hotel Association	Qualidade das acomodações, serviços oferecidos e comodidades	Cores de 1 a 5	Japan Hotel Association	Avaliação periódica do hotel

Fonte: Elaboração própria com base em (AAA, 2021; FORBES TRAVEL GUIDE, 2021; HOTELSTARS UNION, 2021; HOTELES Y RESTAURANTES DE MEXICO, 2021; JAPAN HOTEL ASSOCIATION, 2021).

No Brasil, de acordo com o Ministério do Turismo, a classificação dos hotéis é realizada por meio do SBClass, que foi criado em 2011 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021a). O SBClass é um sistema voluntário, no qual os hotéis podem se inscrever para obter uma avaliação de sua qualidade e serviços oferecidos. A classificação é feita com base em critérios como limpeza, segurança, conforto e qualidade dos serviços, e a escala de classificação varia de um a cinco estrelas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021b).

Segundo pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo, 76% dos turistas brasileiros consideram a classificação hoteleira importante na hora de escolher um hotel (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020). Ademais, a classificação hoteleira no Brasil é importante para a competitividade do setor, uma vez que hotéis bem classificados podem atrair mais hóspedes e, portanto, aumentar sua receita. Um estudo da Fundação Getúlio Vargas indica que hotéis com classificação superior a três estrelas

tendem a ter uma ocupação maior e tarifas mais altas do que hotéis com classificação inferior (MIRANDA et al., 2015).

O processo de classificação hoteleira no Brasil é conduzido por empresas credenciadas pelo Ministério do Turismo, que realizam avaliações técnicas dos hotéis. Essas empresas seguem critérios estabelecidos pelo SBClass e são responsáveis por emitir as certificações de classificação (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021c). O Ministério do Turismo também realiza monitoramento contínuo dos hotéis classificados para garantir que eles mantenham os padrões de qualidade estabelecidos. Isso inclui auditorias regulares e a possibilidade de suspensão ou cancelamento da classificação em caso de não conformidade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021a).

Com base nos estudos até aqui, aprofunda-se na gestão da informação e do conhecimento na indústria hoteleira, destacando-se sua importância para o desenvolvimento e a execução de estratégias eficientes nesse setor. Analisam-se também como a gestão adequada da informação e do conhecimento pode proporcionar vantagens competitivas e melhorar o desempenho dos meios de hospedagem.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O procedimento metodológico empregado nesta pesquisa envolveu uma análise de literatura que procurou estabelecer conexões entre a gestão da informação, a gestão do conhecimento e a hotelaria. A análise foi realizada por meio do estudo dos principais autores da área, visando compreender suas contribuições específicas para o contexto hoteleiro.

Posteriormente, recorreremos à cientometria, uma disciplina que se dedica à mensuração e análise das atividades científicas. Essa abordagem utiliza técnicas quantitativas para avaliar a produção, disseminação e uso de informações científicas, proporcionando uma compreensão mais aprofundada da evolução do campo de estudo. Além disso, a cientometria permite identificar tendências emergentes, lacunas na pesquisa e oportunidades para futuras investigações.

A revisão sistemática da literatura acadêmica e científica desempenhar um papel fundamental ao fornecer um panorama abrangente das tendências, práticas e teorias relevantes no campo da gestão da informação e do conhecimento aplicadas à hotelaria. Essa análise possibilita identificar abordagens e estratégias que poderão ser aplicadas no setor hoteleiro, visando aprimorar os serviços oferecidos e proporcionar uma experiência excepcional aos hóspedes.

4.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA CIENTOMETRIA

A cientometria tem origem na bibliometria, que como área de estudo, tem suas origens no início do século XX. O termo, cunhado pelo cientista belga Paul Otlet em 1934, referia-se inicialmente à medida de todos os aspectos relacionados à produção e disseminação de informações científicas e técnicas (OTLET, 1934). Ao longo do tempo, a bibliometria evoluiu e expandiu seu escopo, abrangendo não apenas a análise quantitativa da literatura científica, mas também outras áreas do conhecimento.

O desenvolvimento da bibliometria pode ser atribuído a diversos estudiosos que contribuíram para o avanço do campo. Um deles foi o bibliotecário norte-americano S.R. Ranganathan, que, na década de 1920, formulou as leis fundamentais da biblioteconomia, fornecendo bases para a bibliometria (RANGANATHAN, 1924).

Alfred J. Lotka, um matemático e estatístico americano, também desempenhou um papel crucial na história da bibliometria. Em 1926, ele propôs a famosa "Lei de Lotka", que estabelece uma relação entre a produtividade dos cientistas e a quantidade de artigos publicados (LOTKA, 1926). Essa lei se tornou um marco na bibliometria e é amplamente utilizada até hoje.

Outra figura importante na bibliometria foi o sociólogo e cientista da informação Derek J. de Solla Price. Em 1963, ele publicou "Little Science, Big Science", no qual discutiu o crescimento exponencial da literatura científica e a necessidade de novas abordagens para analisar e gerenciar informações (PRICE, 1963). O trabalho de Price é considerado fundamental para a consolidação da bibliometria como campo de estudo.

Outro avanço significativo na bibliometria veio com a introdução da "Lei de Bradford" por Samuel C. Bradford em 1934. Essa lei, também conhecida como "Lei de Dispersão de Bradford", descreve a distribuição de artigos em periódicos científicos e ajuda a identificar os núcleos de publicações mais relevantes em uma área específica (BRADFORD, 1934).

Além desses pioneiros, muitos outros pesquisadores contribuíram para o desenvolvimento da bibliometria. Eugene Garfield, por exemplo, fundou o "Institute for Scientific Information" (ISI) em 1955, criando o "Science Citation Index" (SCI), uma ferramenta inovadora para rastrear citações na literatura científica (GARFIELD, 1955). O SCI serviu de base para o desenvolvimento de outros índices de citação, como o "Social Sciences Citation Index" (SSCI) e o "Arts and Humanities Citation Index" (AHCI).

Em 1965, o conceito de "coesão de citações" foi proposto por Michael J. Moravcsik e Poovanalingam Murugesan, descrevendo o grau de relacionamento entre os artigos citados em uma obra (MORAVCSIK; MURUGESAN, 1965). Esse conceito foi fundamental para o desenvolvimento de métodos de análise de redes de citação e para a compreensão da estrutura do conhecimento científico.

O trabalho de Moravcsik e Murugesan (1965) também contribuiu para a emergência da análise de cocitação, que é um dos principais métodos utilizados na bibliometria. A análise de cocitação foi desenvolvida por Henry Small no início da década de 1970 e se baseia na frequência com que dois documentos são citados juntos (SMALL, 1973). Essa técnica permite identificar relações entre artigos e, conseqüentemente, revelar a estrutura subjacente do campo de conhecimento.

Na década de 1980, Katherine W. McCain e Howard D. White aprimoraram ainda mais a análise de cocitação, desenvolvendo o conceito de "mapas de cocitação" (MCCAIN; WHITE, 1988). Esses mapas permitem visualizar as relações entre documentos e identificar as áreas temáticas e as conexões entre elas, proporcionando uma visão mais clara da estrutura de um campo de estudo.

A bibliometria também se beneficiou da crescente disponibilidade de recursos digitais e da rápida expansão da internet durante a década de 1990 e início dos anos 2000. Ferramentas de busca e bases de dados on-line, como o "Web of Science" e o "Scopus", facilitaram o acesso a informações bibliométricas e permitiram a realização de estudos mais abrangentes e sofisticados (GARFIELD, 2004).

A área de bibliometria vivenciou uma evolução considerável com a introdução de novas métricas. Uma dessas inovações foi o índice "g", proposto por Leo Egghe na década de 1990, que representou um avanço significativo na avaliação do desempenho científico (EGGHE, 1990). Posteriormente, em 2005, o índice "h" foi desenvolvido por Hirsch como uma medida complementar ao índice "g", ampliando a capacidade de analisar a produtividade e o impacto de pesquisadores, instituições e países no campo da ciência (HIRSCH, 2005). Ambos os índices têm sido amplamente utilizados desde então, contribuindo para aprimorar as análises bibliométricas.

Com o advento do século XXI, a bibliometria continuou a evoluir, incorporando novas técnicas e abordagens. A análise de redes sociais, por exemplo, tornou-se uma ferramenta valiosa na bibliometria, permitindo a análise de colaborações entre pesquisadores e a identificação de comunidades científicas (NEWMAN, 2001).

Além disso, o movimento de acesso aberto, que promove a disponibilização gratuita e irrestrita de artigos científicos, também teve impacto na bibliometria. O acesso aberto tem influenciado a forma como os artigos são citados e compartilhados, e a bibliometria tem sido usada para estudar essas mudanças (ANTELMAN, 2004).

No contexto atual, a bibliometria é frequentemente usada para avaliar o desempenho científico e informar políticas de pesquisa. Indicadores bibliométricos, como o número de citações e o índice "h", são comumente empregados na avaliação de pesquisadores, instituições e programas de pesquisa (MOED, 2005).

A bibliometria assume um papel fundamental na identificação de tendências de pesquisa e na antecipação de avanços futuros. Análises bibliométricas aplicadas a extensos conjuntos de dados têm o potencial de revelar padrões emergentes e áreas

em crescimento, apoiando decisões relacionadas ao financiamento e estabelecimento de prioridades de pesquisa (BÖRNER et al., 2003).

Adicionalmente, o Acesso Aberto ou open access (OA) se apresenta como uma contribuição valiosa para a bibliometria. Por meio do OA, a disseminação do conhecimento científico torna-se mais ampla, promovendo a democratização da informação e favorecendo o compartilhamento de descobertas entre pesquisadores, instituições e países (WILLINSKY, 2006). A partir do aumento na quantidade e disponibilidade de dados, a bibliometria tira proveito do OA, permitindo análises mais abrangentes e precisas do impacto científico (HARNAD et al., 2008). Assim, a interação entre bibliometria e OA impulsiona avanços e aprimoramentos nas métricas e indicadores empregados na avaliação do progresso científico.

A tabela 5, criada para facilitar a compreensão do crescimento da bibliometria, oferece uma visão mais detalhada das principais contribuições e técnicas na história dessa área, separando os eventos e as contribuições dos autores (OTLET, 1934; RANGANATHAN, 1924; LOTKA, 1926; PRICE, 1963; BRADFORD, 1934). Vale ressaltar que esta é uma visão simplificada e muitas outras contribuições e técnicas foram desenvolvidas ao longo do tempo, como a realizada por Eugene Garfield (1955). A bibliometria continua evoluindo, e novas abordagens e métodos estão sendo constantemente explorados e aplicados à medida que o campo se adapta às mudanças no ambiente científico e tecnológico.

Tabela 5: Evolução da bibliometria

Período	Autor	Evento / Contribuição	Técnica / Método
Início do séc. XX	Paul Otlet	Cunhagem do termo "bibliometria" (1934)	-
Década de 1920	S.R. Ranganathan	Leis da Biblioteconomia (1924)	-
Década de 1920	Alfred J. Lotka	Lei de Lotka (1926)	Produtividade científica
Década de 1930	Samuel C. Bradford	Lei de Bradford (1934)	Dispersão de periódicos científicos
Década de 1960	Derek J. de Solla Price	Little Science, Big Science (1963)	Crescimento da literatura científica
Década de 1960	Moravcsik & Murugesan	Coesão de citações (1965)	Análise de redes de citação

Década de 1970	Henry Small	Análise de cocitação (1973)	Identificação de relações entre artigos
Década de 1980	McCain & White	Mapas de cocitação (1988)	Visualização de áreas temáticas
Década de 1990	Leo Egghe	Índice "g" (1990)	Avaliação da produtividade científica
Década de 2000	Jorge E. Hirsch	Índice "h" (2005)	Avaliação do impacto científico
Início do séc. XXI	Vários autores	Análise de redes sociais e movimento de acesso aberto	Estudo de colaborações e impacto do OA

Fonte: Elaboração própria com base em (OTLET, 1934; RANGANATHAN, 1924; LOTKA, 1926; PRICE, 1963; BRADFORD, 1934, entre outros).

A evolução da bibliometria também levou ao surgimento de subcampos e áreas relacionadas, como a informetria, a webometria e a altmetria (BORGMAN, 1990; THELWALL, 2000; PRIEM et al., 2010). Esses campos se concentram em aspectos específicos da produção e disseminação de informações científicas, como a análise quantitativa de recursos da web ou o uso de métricas alternativas para avaliar o impacto da pesquisa.

A cientometria, por sua vez, é um subcampo da bibliometria que se concentra no estudo quantitativo da ciência e da produção científica. A cientometria abrange uma gama mais ampla de técnicas e abordagens, incluindo a análise de citações, colaborações, produtividade e indicadores de impacto (VAN RAAN, 1997).

Embora a bibliometria e a cientometria compartilhem algumas características e métodos, a cientometria é frequentemente vista como um braço da bibliometria, com foco específico no estudo da ciência e suas manifestações quantitativas. A cientometria pode ser aplicada em diversos níveis, desde a análise individual de pesquisadores até a avaliação de sistemas nacionais de pesquisa e inovação (LEYDESDORFF, 2001).

Em suma, a bibliometria, um campo em constante evolução, tem suas raízes no início do século XX e continua a se desenvolver e se adaptar às mudanças no ambiente científico e tecnológico. Essa área desempenha um papel importante na análise e avaliação da produção científica, bem como na identificação de tendências e padrões na pesquisa (PRICE, 1963; GARFIELD, 1955). A seguir, aborda-se sobre

a cientometria, um subcampo da bibliometria que complementa essa área ao se concentrar especificamente no estudo quantitativo da ciência e da produção científica (LEYDESDORFF, 2001; VAN RAAN, 1997). Juntas, a bibliometria e a cientometria fornecem ferramentas valiosas para entender o desenvolvimento e o impacto do conhecimento científico ao longo do tempo.

4.2 CONCEITO DE CIENTOMETRIA

A cientometria, conforme descrito por Leydesdorff (2001), é uma área interdisciplinar focada na quantificação e análise de aspectos da ciência e da produção científica. Sua origem remonta ao início do século XX, quando Otlet (1934) e Ranganathan (1924) destacaram a importância da organização e acesso ao conhecimento científico para o avanço da ciência. Desde então, o campo tem evoluído, incorporando novas abordagens e metodologias (BORGMAN, 1990; LEYDESDORFF, 2001).

Ao longo dos anos, pesquisadores têm empregado a cientometria para identificar tendências e padrões na pesquisa científica (BÖRNER; CHEN; BOYACK, 2003). Isso tem contribuído para uma melhor compreensão de como a ciência evolui e avança. Um aspecto importante da cientometria é a análise de redes de colaboração científica (NEWMAN, 2001), que fornece informações sobre como pesquisadores e instituições interagem e trabalham juntos.

Essas análises podem ajudar a identificar áreas de colaboração bem-sucedidas e promover a formação de novas parcerias entre pesquisadores e instituições (NEWMAN, 2001). Além disso, a cientometria tem sido aplicada na avaliação do desempenho científico de países, instituições e indivíduos (MOED, 2005; NEDERHOF, 2006), auxiliando na identificação de áreas em crescimento e com maior potencial para receber financiamento e recursos.

Outra aplicação da cientometria é o estudo do papel das citações na pesquisa científica (GARFIELD, 1955; MORAVCSIK; MURUGESAN, 1965). Citações são frequentemente utilizadas como uma medida do impacto da pesquisa, pois indicam a influência de um trabalho científico sobre outros pesquisadores. A produtividade científica também pode ser investigada por meio da cientometria, fornecendo informações valiosas sobre a eficiência e eficácia dos sistemas de pesquisa (LOTKA, 1926; PRICE, 1963).

Adicionalmente, a cientometria pode ser empregada para estudar o fluxo e disseminação de informações científicas. Ao analisar como as informações são compartilhadas e difundidas entre os pesquisadores, é possível identificar barreiras e facilitadores na comunicação científica (BRADFORD, 1934; MCCAIN; WHITE, 1988).

Estudos cientométricos também são utilizados para avaliar a eficácia e o impacto das políticas e estratégias de pesquisa (NEDERHOF, 2006). Com base nessas informações, tomadores de decisão podem desenvolver políticas e estratégias mais eficazes para impulsionar a pesquisa e a inovação. Ademais, a cientometria pode ajudar a identificar áreas interdisciplinares emergentes e promover a colaboração entre pesquisadores de diferentes campos (BÖRNER et al., 2003).

A relação entre ciência e sociedade também pode ser analisada por meio da cientometria. Utilizando métricas alternativas, como menções em redes sociais e citações em políticas públicas, é possível entender como a pesquisa científica influencia e é influenciada pela sociedade em geral (PRIEM; TARABORELLI; GROTH; NEYLON, 2010).

A cientometria também tem sido aplicada na análise do impacto das tecnologias da informação e comunicação na ciência e na pesquisa. Essas análises podem fornecer informações valiosas sobre como as novas tecnologias estão mudando a forma como a ciência é conduzida e disseminada (THELWALL, 2000).

Identificar lacunas e desequilíbrios na produção científica é outra aplicação importante da cientometria. Ao analisar a distribuição de publicações e citações entre diferentes países e instituições, a cientometria pode ajudar a identificar áreas de pesquisa sub-representadas e promover a diversidade na ciência (PRICE, 1963).

A mobilidade dos pesquisadores e a circulação do conhecimento científico também podem ser estudadas por meio da cientometria. Essas análises podem fornecer informações sobre como os pesquisadores se movem entre países e instituições, bem como sobre como o conhecimento científico é transferido e compartilhado (MOED, 2005).

A análise do reconhecimento e da reputação dos cientistas é outra aplicação relevante da cientometria. Através da análise de métricas como o índice h, a cientometria pode ajudar a avaliar o impacto e a contribuição de um pesquisador ao longo de sua carreira (HIRSCH, 2005).

É importante mencionar que a cientometria engloba quatro técnicas principais. Essas técnicas são fundamentais para a análise e quantificação dos aspectos da

ciência e da produção científica. Subsequentemente, discute-se cada uma dessas técnicas em detalhes, explorando suas aplicações, benefícios e desafios. Com essa abordagem, busca-se aprofundar o entendimento sobre a cientometria e suas implicações no mundo da pesquisa e da ciência.

4.3 TÉCNICAS DE CIENTOMETRIA

A cientometria, como mencionado por De Bellis (2009), é um campo de estudo voltado para a análise e quantificação da produção científica e do progresso do conhecimento. Como um subcampo da bibliometria, a cientometria utiliza várias técnicas para investigar tendências, padrões e relações na pesquisa científica. Neste texto, abordam-se as quatro principais técnicas cientométricas: análise de frequência, co-ocorrência, análise de rede e análise de *cluster*.

A análise de frequência é uma técnica cientométrica que se concentra na contagem e análise da frequência de termos, palavras-chave, autores, instituições ou citações em um conjunto de documentos. Essa técnica permite identificar temas, áreas de pesquisa e colaborações predominantes, ajudando a entender o foco e a direção do conhecimento científico (DE BELLIS, 2009).

A co-ocorrência é outra técnica cientométrica que examina a frequência com que dois ou mais termos, autores, instituições ou conceitos aparecem juntos em um conjunto de documentos. Ao analisar a co-ocorrência, os pesquisadores podem identificar relações e associações entre diferentes elementos da pesquisa científica e entender como essas conexões influenciam o desenvolvimento do conhecimento (DE BELLIS, 2009).

A análise de rede é uma técnica que explora as relações entre entidades, como pesquisadores, instituições, publicações ou conceitos, em uma rede complexa. Essa abordagem permite visualizar e analisar a estrutura e a dinâmica das redes de pesquisa, identificando colaborações, comunidades e padrões de interação (DE BELLIS, 2009).

A análise de *cluster* é outra técnica cientométrica que agrupa objetos ou entidades com características semelhantes, como palavras-chave, autores ou instituições. Essa técnica é útil para identificar áreas de pesquisa relacionadas, bem como para detectar lacunas e oportunidades de investigação (DE BELLIS, 2009).

Por exemplo, a aplicação da análise de frequência pode envolver a identificação das palavras-chave mais comuns em artigos de uma área específica (DE BELLIS, 2009). Essa abordagem auxilia na compreensão dos temas mais estudados e daqueles que podem ser menos explorados.

A técnica de co-ocorrência pode ser empregada, por exemplo, para descobrir colaborações entre autores de diferentes campos de pesquisa (DE BELLIS, 2009). Analisando a frequência com que autores de diversas áreas aparecem juntos nas publicações, é possível compreender a evolução das colaborações interdisciplinares.

No caso da análise de rede, um exemplo de aplicação é o estudo das conexões entre pesquisadores e instituições em uma rede de colaboração científica (DE BELLIS, 2009). Essa abordagem possibilita identificar atores-chave, conexões e obstáculos na comunicação e colaboração no campo científico.

Por fim, a análise de *cluster* pode ser utilizada para identificar grupos de pesquisadores ou instituições com interesses de pesquisa semelhantes (DE BELLIS, 2009). Esse método auxilia na descoberta de áreas de pesquisa emergentes e na promoção de novas colaborações e parcerias. Ao agrupar pesquisadores com interesses afins, a comunicação e o compartilhamento de informações entre eles são facilitados, favorecendo o avanço do conhecimento em seus respectivos campos.

O uso dessas técnicas em conjunto pode fornecer uma visão abrangente e aprofundada da pesquisa científica, auxiliando na identificação de áreas de estudo emergentes ou dominantes, na compreensão das colaborações entre autores e instituições, e na avaliação do impacto da produção científica. Dessa forma, a cientometria desempenha um papel fundamental na análise e no avanço do conhecimento científico, contribuindo para o desenvolvimento da pesquisa e para a tomada de decisões informadas em diversos campos de estudo (SUGIMOTO; LARIVIÈRE, 2018).

Ao avaliar as diferentes técnicas cientométricas e suas aplicações, é crucial lembrar, conforme destacado por De Bellis (2009), que a escolha da técnica mais adequada pode variar dependendo do contexto e dos objetivos da análise. É importante também considerar as limitações de cada técnica, como a possibilidade de viés e a necessidade de interpretação cuidadosa dos resultados (SUGIMOTO; LARIVIÈRE, 2018).

Adicionalmente, conforme sugerido por Van Eck e Waltman (2010), as técnicas cientométricas podem ser aprimoradas e complementadas por abordagens

qualitativas, como a análise de conteúdo, a fim de obter uma compreensão mais completa e contextualizada dos padrões e tendências na pesquisa científica. À medida que a ciência e a tecnologia continuam a evoluir, é essencial que os pesquisadores explorem e aprimorem essas técnicas para enfrentar os desafios e as oportunidades emergentes no campo da cientometria (LEYDESDORFF; BORNMANN, 2011).

A crescente disponibilidade de dados digitais e as tecnologias avançadas de análise de dados, como destacado por Borgatti et al. (2009), também têm o potencial de impulsionar novos avanços e inovações na cientometria, permitindo que os pesquisadores desenvolvam e apliquem novas técnicas e abordagens para examinar e quantificar a produção científica e o progresso do conhecimento. À medida que a cientometria se desenvolve, é fundamental que os pesquisadores continuem a explorar e aprimorar essas técnicas, a fim de fornecer *insights* valiosos e orientação para a pesquisa científica e a tomada de decisões informadas em diversos campos de estudo (NEWMAN, 2004).

De acordo com os estudos apresentados a Tabela 6 foi desenvolvida com o objetivo de simplificar a compreensão das técnicas utilizadas na cientometria. Essa tabela categoriza as quatro principais técnicas incluídas na cientometria: análise de frequência, co-ocorrência de autores, análise de rede e análise de cluster. Esta tabela é valiosa na compreensão das técnicas utilizadas na cientometria, permitindo uma comparação mais clara e objetiva entre as diferentes técnicas e seus objetivos específicos.

Tabela 6: Principais técnicas da cientometria

Técnica	Principais Características	Objetivos Específicos
Análise de Frequência	Mede a quantidade de publicações em uma determinada área ou por um determinado autor	Avaliar a produção científica de uma determinada instituição ou autor, identificar tendências e padrões na produção científica
Co-Ocorrência de Autores	Mede a colaboração entre autores em publicações específicas	Avaliar a colaboração em nível institucional e internacional

Análise de Rede	Permite a visualização da colaboração e influência entre autores e instituições	Identificar líderes e centros de excelência na pesquisa, avaliar a colaboração entre instituições e pesquisadores
Análise de Cluster	Agrupar publicações similares em categorias específicas	Identificar padrões e tendências na produção científica e tecnológica, identificar líderes e centros de excelência na pesquisa, avaliar a colaboração e influência na pesquisa

Fonte: Elaboração própria com base em (BORNMANN; DANIEL, 2008; GARFIELD, 1979; GLÄNZEL; SCHUBERT, 2006; LEYDESDORFF; WAGNER, 2005).

Este estudo se insere, portanto, no contexto dos estudos métricos, que têm uma importância significativa no avanço da ciência e, conseqüentemente, na produção de benefícios para a sociedade como um todo. Ao atribuir significado aos dados e qualificá-los para um uso mais eficaz, os estudos métricos desempenham um papel fundamental na formulação de políticas de ciência e tecnologia (SANTOS; KOBASHI, 2009).

Este enfoque abrangente permite uma análise holística e bem fundamentada, proporcionando um alicerce sólido para o desenvolvimento de estratégias efetivas de gestão da informação e do conhecimento na indústria hoteleira.

Neste cenário, a pesquisa utilizou o software VOSviewer para criar mapas de coocorrência de palavras-chave e índices relacionados aos temas: gestão da informação, gestão da informação na hotelaria, gestão do conhecimento e gestão do conhecimento na hotelaria. Foram realizadas quatro buscas na base de dados Scopus Elsevier para cada tema, recuperando artigos, trabalhos de eventos e capítulos de livros por meio de títulos, resumos e palavras-chave presentes nos documentos.

Essa escolha pela base de dados Scopus Elsevier se deve ao seu impacto internacional na área acadêmica e sua abrangência de conteúdos em diversos campos do conhecimento. Sem definir um período específico para a busca, o objetivo foi realizar uma busca o mais ampla possível. A pesquisa foi conduzida em inglês, utilizando as expressões: “Information management”, “information management” and hospitality, “Knowledge management” e “knowledge management” and hospitality.

Os resultados dessas buscas, com foco nos artigos mais citados, foram baixados como planilhas do Microsoft Excel utilizando a opção de exportação

automática da Scopus e, em seguida, carregados no VOSviewer para a elaboração do mapa de inter-relação de palavras-chave. As palavras-chave relacionadas serão representadas por círculos coloridos, com cores distintas indicando os agrupamentos ou 'clusters' de termos mais fortemente relacionados, baseando-se na coocorrência nos trabalhos originais. Para evitar redundâncias, os termos 'Information management', 'Knowledge management', 'semantics', 'article', 'human' e 'humans' foram excluídos da contagem.

Ao término da análise, foram gerados quatro mapas e quatro tabelas, exibindo as 05 palavras-chave mais mencionadas para cada um dos temas. Essas palavras-chave foram discutidas em relação aos temas abordados, esclarecendo as semelhanças e diferenças entre gestão da informação, gestão da informação na hotelaria, gestão do conhecimento e gestão do conhecimento na hotelaria. Além disso, a pesquisa buscou identificar possíveis lacunas entre a gestão da informação e do conhecimento na literatura sobre o setor hoteleiro. A aplicação da cientometria nesta dissertação de mestrado apoiou na compreensão das tendências e relações entre os temas, contribuindo para um estudo mais robusto e fundamentado.

4.4 TUTORIAL SOFTWARE VOSVIEWER

4.4.1 Descrição do software

O VOSviewer é uma ferramenta de software desenvolvida para a construção e visualização de redes bibliométricas, proporcionando uma abordagem visual e interativa para a análise de dados em áreas como cientimetria e bibliometria (VAN ECK; WALTMAN, 2010). Este software faz uso de um algoritmo de mapeamento específico, denominado Visualização de Semelhanças (VOS), que cria um espaço bidimensional onde itens relacionados são posicionados de forma próxima. A técnica VOS permite uma representação mais fiel e menos distorcida, sendo útil para a análise de estruturas complexas, como publicações, citações e co-autorias (VAN ECK; WALTMAN, 2010).

Além das suas funcionalidades de visualização, o VOSviewer também é destacado pelo seu potencial analítico. O software não se limita apenas à representação gráfica, mas fornece insights que podem ser fundamentais para identificar tendências emergentes, áreas de pesquisa em ascensão e padrões de

colaboração interdisciplinar (VAN ECK; WALTMAN, 2010). A interface do programa oferece uma alta capacidade de personalização, permitindo que os usuários adaptem a visualização de acordo com suas necessidades de pesquisa específicas.

Do ponto de vista metodológico, o VOSviewer representa uma contribuição significativa para o campo da bibliometria e áreas correlatas. Ele facilita uma abordagem mais dinâmica e interativa para a análise de grandes volumes de dados, sendo crucial para atividades acadêmicas como a avaliação da relevância de publicações e o planejamento de futuras linhas de pesquisa (VAN ECK; WALTMAN, 2010).

4.4.2 Opções de uso

O software VOSviewer pode ser empregado tanto em uma configuração local, mediante instalação direta em um dispositivo computacional, quanto através de uma interface baseada na web.

4.4.2.1 Implementação

Para a implementação eficaz do software VOSviewer, é imperativo seguir uma série de etapas preliminares que garantem a compatibilidade com o sistema operacional em uso. Inicialmente, os usuários devem fazer o download do aplicativo, que está disponível gratuitamente para diversos sistemas operacionais. Uma vez obtido o arquivo, recomenda-se a criação de uma pasta específica onde o arquivo ZIP baixado deve ser descompactado. Posteriormente, a execução do software varia conforme o sistema operacional: para usuários de sistemas Windows, o aplicativo "VOSviewer Windows" deve ser executado; para aqueles utilizando Mac OS X, a versão "VOSviewer OS X" é a apropriada; e para sistemas que não se enquadram nessas categorias, a execução do arquivo JAR do VOSviewer é indicada.

4.4.2.2 Base de dados

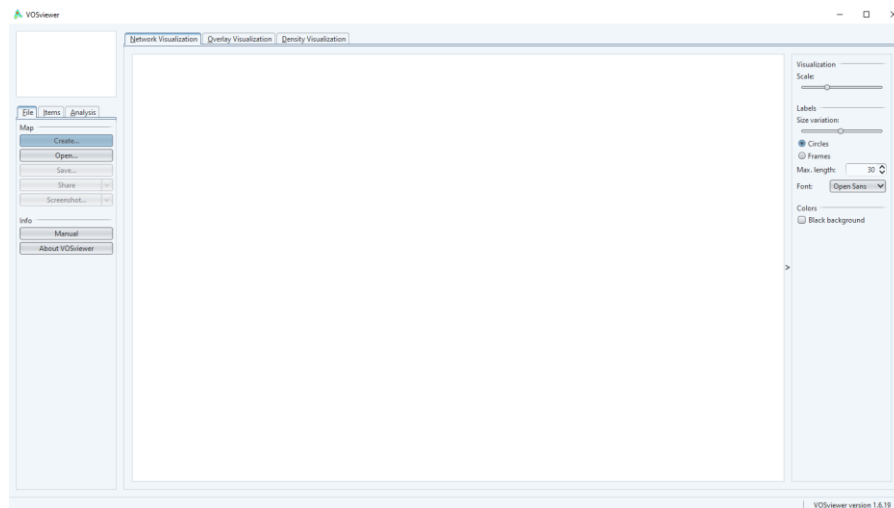
Conforme descrito, a base de dados empregada para a pesquisa originou-se da plataforma Scopus da Elsevier. Com base nos resultados obtidos, o software foi aplicado seguindo uma metodologia específica. O exemplo ilustrativo focalizou o tema

de "Knowlegde management" e estabelece um padrão metodológico que é aplicável a tópicos adicionais.

4.4.3 Criando um mapa baseado em dados bibliográficos

a) Tela inicial do VOSviewer (Figura 6)

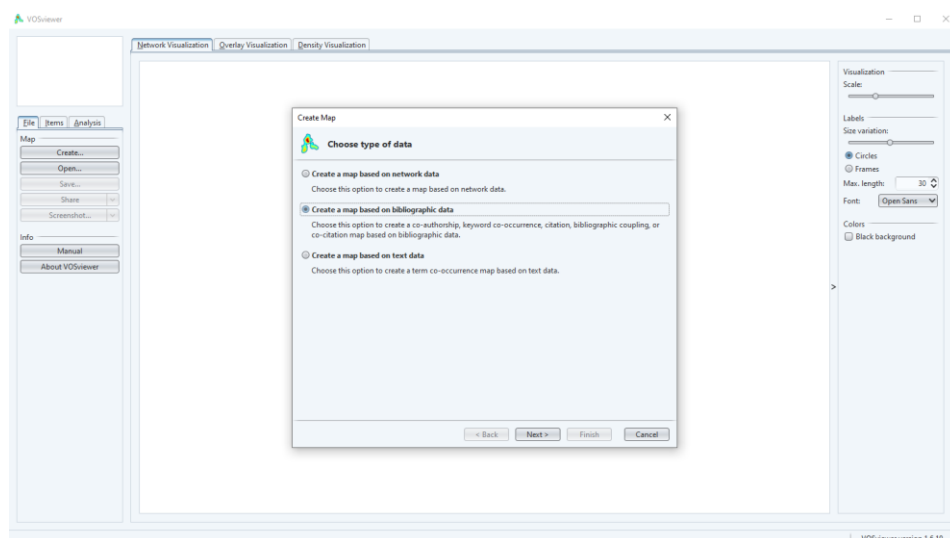
Figura 6: Tela Inicial VOSviewer



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

b) Clique no botão 'Create' e marque a opção 'Create a map based on bibliographic data' e clique 'Next', (Figura 7)

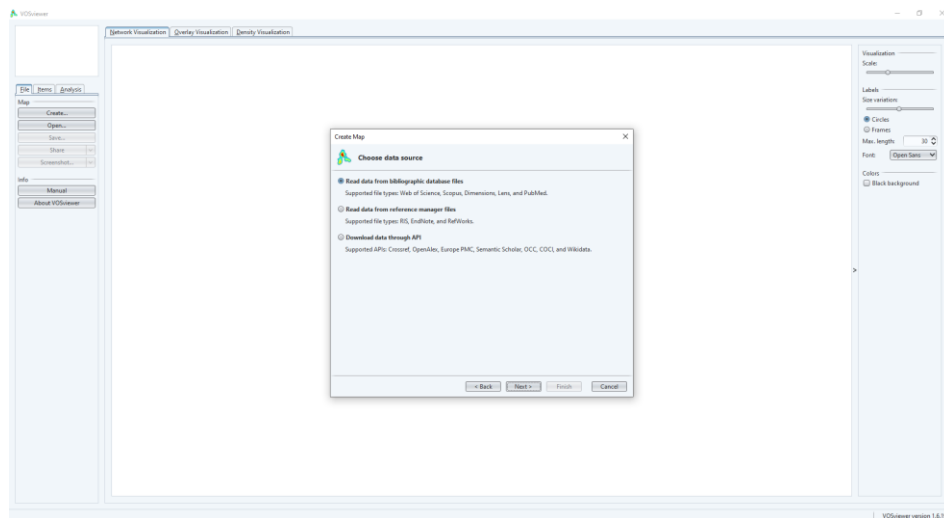
Figura 7: Criação de mapa



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

c) Clique no botão 'Create' e marque a opção 'Read data from bibliographic database files' e clique 'Next', (Figura 8).

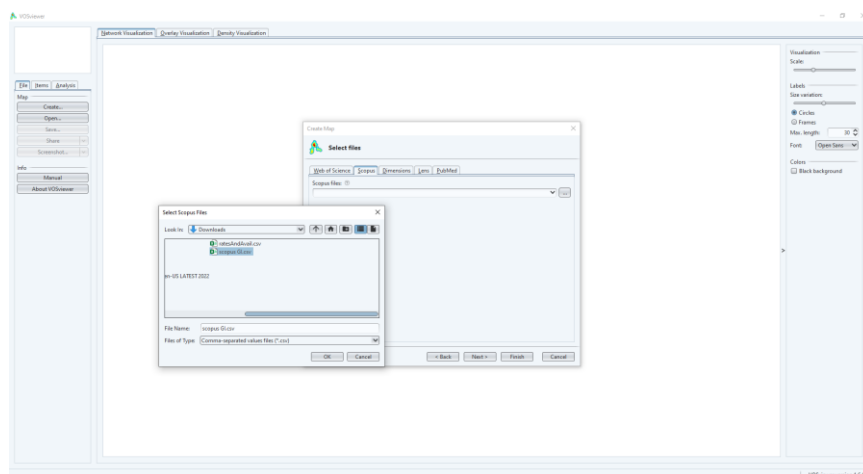
Figura 8: Criação de mapa



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

d) Clique na aba 'Scopus' (os artigos que serão utilizados para realização da visualização estão em formato CSV, resultado da própria base Scopus), selecione os arquivos; clique 'ok' e 'Next' (Figura 9).

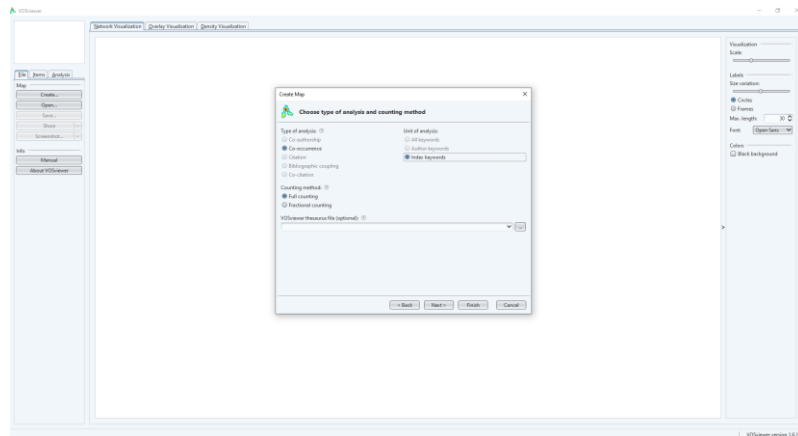
Figura 9: Escolha do tipo de arquivo



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

e) Métodos e análises utilizadas: Type of analysis – Co-occurrence; Unit of analysis – Index Keywords; Counting method – Full counting; e clique ‘Next’ (Figura 10).

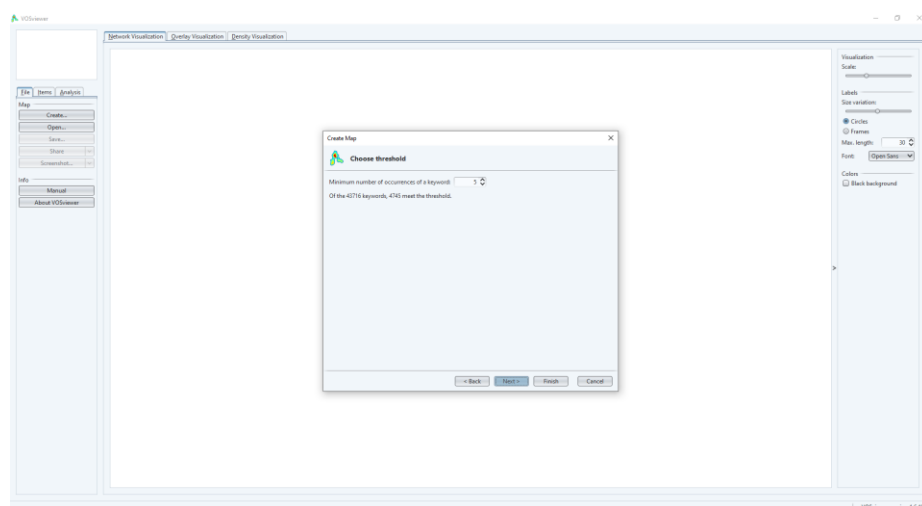
Figura 10: Métodos e análises utilizadas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

f) Determinar a quantidade de incidências de palavras-chave nos documentos (a visualização será construída a partir do mínimo de vezes que as palavras-chave aparecem), clique ‘Next’ (Figura 11).

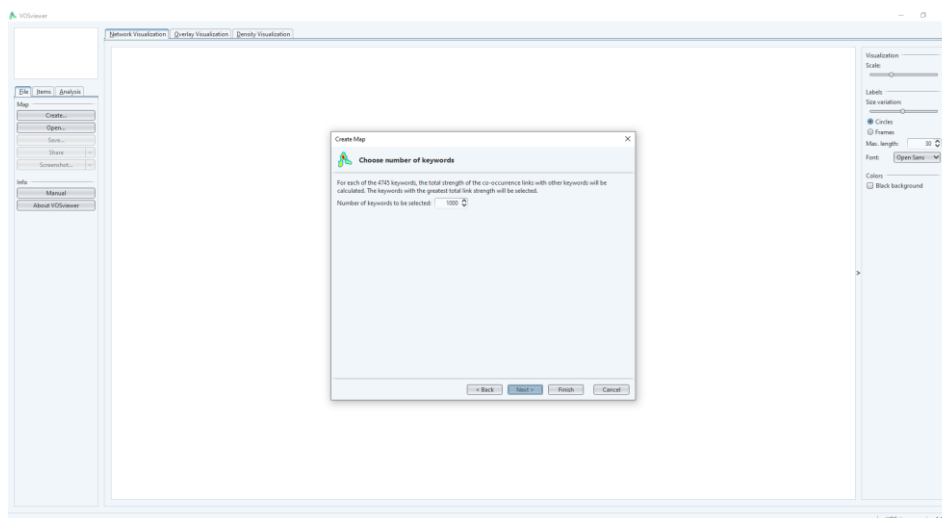
Figura 11: Incidência de palavras-chave



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

g) A partir do resultado de palavras-chave é possível determinar a quantidade que desejar, clique 'Next' (Figura 12).

Figura 12: Quantidade de palavras-chave

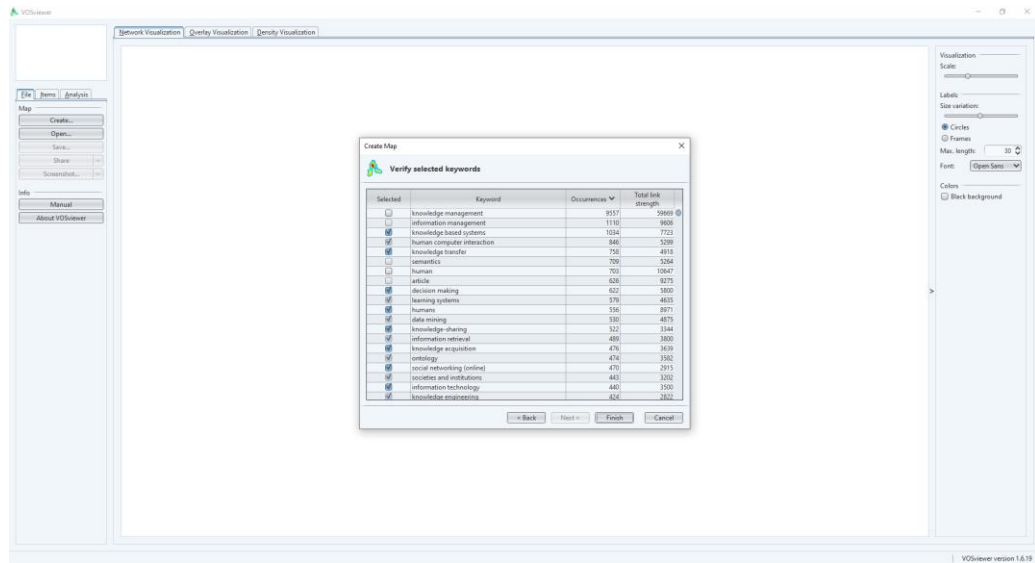


Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

h) O software oferece a opção de seleção entre "todas as palavras-chave" e "somente aquelas que possuem correlações com outras palavras-chave". A visualização gerada incorporou um conjunto de 1.000 palavras-chave, dado que o escopo da pesquisa visava abranger o máximo possível de trabalhos acadêmicos relacionados.

i) Na subsequente interface do VOSviewer, o software apresenta uma lista abrangente de termos, permitindo aos usuários a seleção ou desseleção dos mesmos. Esta funcionalidade é particularmente útil, dado que ela facilita a exclusão de termos que são previamente conhecidos como irrelevantes ou redundantes para o escopo da pesquisa em questão. No contexto deste tutorial, optou-se pela remoção dos termos: "Knowledge Management," "article," "semantics," "human," e "humans." Após a seleção apropriada de termos, o usuário pode finalizar o processo ao clicar no botão "Finish."

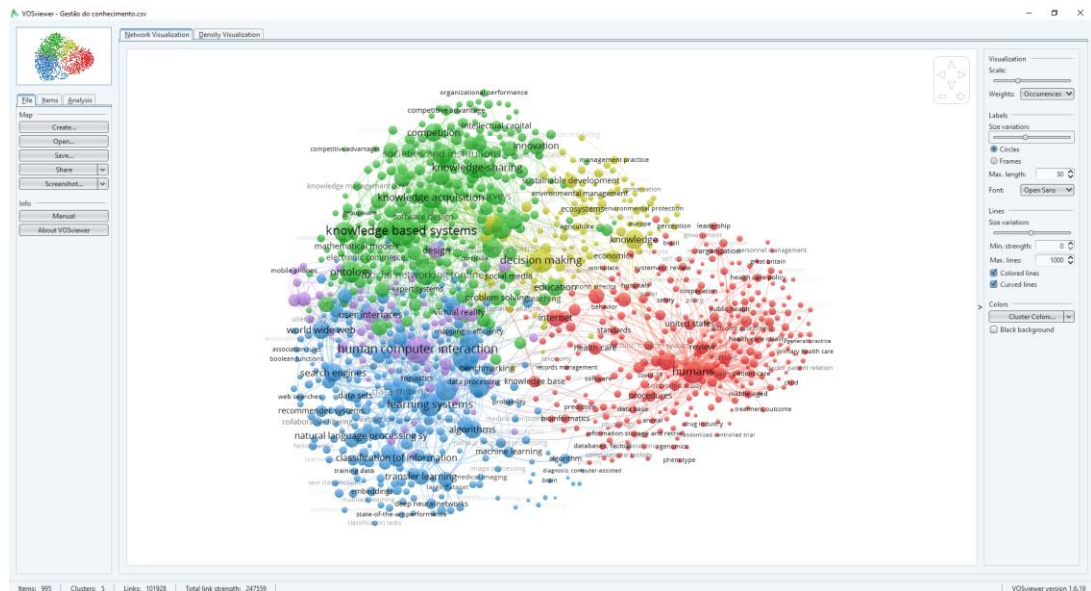
Figura 13: Seleção de termos



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

j) O software gera o mapa visual conforme especificado, baseando-se nas interconexões entre as palavras-chave selecionadas.

Figura 14: Mapa final das palavras-chave selecionadas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção, o estudo discute e explora os resultados obtidos por meio da utilização de análises de coocorrência. Esta ferramenta foi empregada para desvendar as relações entre dois temas fundamentais no setor hoteleiro: a gestão da informação e a gestão do conhecimento. O objetivo dessa abordagem é identificar tendências emergentes e lacunas na pesquisa atual, com o propósito explícito de buscar melhorias nos serviços hoteleiros e fornecer direcionamentos para futuras investigações.

Presumindo, como Davenport e Prusak (1998) argumentaram, que a gestão da informação e do conhecimento são componentes interdependentes e cruciais para a eficiência de qualquer organização, inclusive as hoteleiras, a análise de coocorrência tem o potencial de revelar padrões e oportunidades subjacentes. Nesse sentido, essas descobertas, ao abordar lacunas e tendências emergentes, têm o poder de transformar a administração no setor hoteleiro, semelhante ao que sugerido por Nonaka e Takeuchi (1997) sobre a importância da criação e compartilhamento de conhecimento.

Por fim, este capítulo se propõe a utilizar os resultados e os mapas que serão gerados pela análise de coocorrência para investigar caminhos para a melhoria dos serviços hoteleiros. A intenção é também explorar como uma integração mais eficaz entre a gestão da informação e do conhecimento pode enriquecer a literatura existente e fornecer novas perspectivas para a prática hoteleira.

A primeira análise foi realizada na base de dados Scopus Elsevier em março de 2023, com o termo "Information management" (Gestão da informação). Os detalhes dessa busca, juntamente aos resultados obtidos, são apresentados na Tabela 7. Esta busca abrangente foi realizada sem restrições de tempo para obter uma visão completa da produção acadêmica no campo da gestão da informação.

Esta é a primeira de uma série de quatro análises planejadas, que se baseiam em critérios de busca e seleção de termos distintos. Os resultados obtidos corroboram a consolidação e relevância da gestão da informação (*Information management*) na literatura acadêmica, com um total expressivo de 166.716 trabalhos identificados. Esta ampla gama de estudos utiliza um total de 15.258 palavras-chave, sugerindo a riqueza e a maturidade do campo de estudo.

Visando identificar as principais áreas de foco dentro do campo da gestão da informação, a Tabela 7 apresenta uma listagem das cinco palavras-chave mais comuns encontradas nos estudos analisados, junto a suas respectivas forças de correlação. Essas forças de correlação servem como indicadores da relevância de cada palavra-chave, demonstrando o peso das ligações estabelecidas entre os diversos trabalhos através desses termos. Tal perspectiva proporciona uma compreensão mais clara e objetiva das áreas centrais de pesquisa dentro do domínio da gestão da informação.

Tabela 7: Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice “Information Management” e suas ocorrências

Termos de busca		TITLE-ABS-KEY ("Information management")
Campos considerados		Título, resumo e palavras-chave.
Lapso temporal		Nenhum lapso temporal definido a priori.
Quantidade de documentos recuperados		166.716
Categorias de documentos recuperados		Artigos de periódicos, trabalhos em anais de eventos, livros, capítulos de livro.
Tema: <i>Information management</i> (Gestão da informação)		
Total de palavras-chave/índices: 15258		
Palavras-chave/índices mais usados	Ocorrências	Força de correlação total
Information technology	165	1245
Data mining	144	1489
Decision making	140	1446
Societies and institutions	117	827
Big data	109	1044

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Ao explorar mais profundamente a rede de palavras-chave ilustrada na Figura 6, pode-se observar uma representação visual que destaca a complexidade e as conexões entre os termos relacionados à gestão da informação (*Information*

management). Essa análise permite compreender melhor as inter-relações e as dinâmicas subjacentes entre os diversos conceitos.

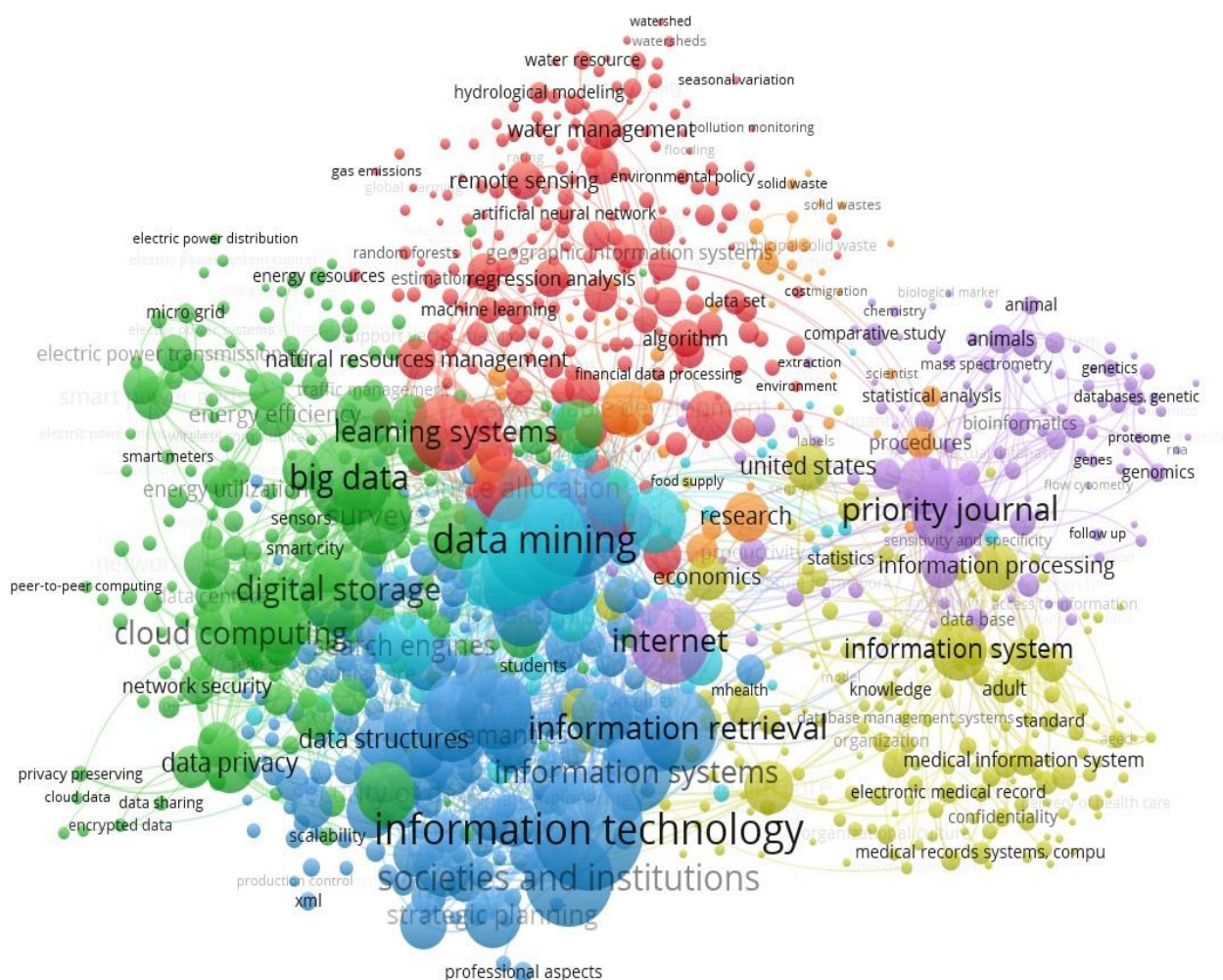
A análise da rede revelou a existência de sete grupos distintos, também conhecidos como *clusters*, cada um caracterizado por uma cor específica. Esses grupos representam temas ou áreas de interesse relacionados à gestão da informação, e a proximidade dos termos dentro de cada *cluster* indica uma maior correlação entre os conceitos.

Em relação ao nível de atração entre as palavras-chave, foi possível identificar padrões e conexões que sugerem relações significativas entre os termos dentro dos *clusters* e, em menor grau, entre os próprios *clusters*. Essas relações podem ser de natureza hierárquica, colaborativa ou complementar, dependendo do contexto e da aplicação dos termos no campo da gestão da informação.

Cada termo na rede é representado graficamente por um círculo, cujo tamanho é proporcional à frequência com que a palavra-chave aparece nos documentos analisados. Isso permite visualizar rapidamente quais termos são mais relevantes ou prevalentes no campo de estudo, proporcionando uma visão geral das áreas de foco e tendências emergentes.

Essa análise visual da rede de palavras-chave oferece uma perspectiva única sobre o tema da gestão da informação, permitindo aos pesquisadores e profissionais identificar áreas de interesse comum e oportunidades de colaboração.

Figura 15: Rede e interconexão entre os termos



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Para refinar a compreensão das palavras-chave em relação aos temas abordados, torna-se indispensável a avaliação dos artigos com maior número de citações. Através dessa investigação, pode-se discernir as cinco palavras-chave mais proeminentes e compreender suas inter-relações com os temas de interesse.

Ao direcionar a análise para os artigos com elevada frequência de citação e enfatizar as palavras-chave mais reiteradas, torna-se viável ampliar a compreensão dos conceitos centrais e estabelecer conexões pertinentes entre os tópicos explorados. Esta metodologia propicia uma análise mais precisa das temáticas e contribui para o discernimento das tendências e trajetórias nas áreas de pesquisa correlatas.

O artigo mais citado relacionado à palavra-chave "Information technology": "Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual

Foundations and Research Issues" de Alavi e Leidner (2001), um trabalho que estabelece os alicerces para a compreensão da gestão do conhecimento e dos sistemas que a apoiam. A gestão do conhecimento é vista como um processo sistemático e organizado para adquirir, organizar, distribuir e usar o conhecimento coletivo de uma organização, destacando a importância central da gestão da informação.

Este estudo de Alavi e Leidner (2001) apresenta as práticas de gestão do conhecimento como a ponte entre a informação e o valor organizacional. Em outras palavras, a gestão efetiva da informação permite que as organizações transformem dados brutos em conhecimento útil e acionável que pode promover a inovação, a eficiência e a vantagem competitiva. Esse processo é facilitado por sistemas de gestão do conhecimento, que são tecnologias de informação projetadas para apoiar a criação, transferência e aplicação de conhecimento nas organizações.

Assim, a gestão do conhecimento, como discutida por Alavi e Leidner (2001), fornece uma estrutura conceitual para entender como a gestão efetiva da informação pode levar a melhores resultados organizacionais. O trabalho sugere que a gestão da informação não é apenas sobre a coleta de dados, mas também sobre como esses dados são interpretados, compartilhados e aplicados para atender aos objetivos da organização.

Em continuidade a essa discussão, é importante mencionar o artigo mais citado relacionado à segunda palavra-chave: "Data mining" é "KEEL Data-Mining Software Tool: Data Set Repository, Integration of Algorithms and Experimental Analysis Framework", de Alcalá-Fdez, J et al. (2003).

O trabalho evidencia o significativo papel que as ferramentas de data mining, como o software KEEL (Knowledge Extraction based on Evolutionary Learning), desempenham na gestão da informação. De acordo com Alcalá-Fdez, J et al. (2003), o *data mining* é uma técnica poderosa para descobrir padrões ocultos e gerar *insights* a partir de grandes volumes de dados, sendo assim, tem um papel crítico na aquisição, organização, análise e disseminação da informação. A utilização de ferramentas eficientes de *data mining*, como o KEEL, está se tornando uma tendência cada vez mais relevante para a gestão eficaz da informação (ALCALÁ-FDEZ et al 2003).

O estudo também evidencia uma tendência de integração de algoritmos diversos na análise de dados. Esta tendência é fundamental na gestão da informação, pois permite que as organizações processem e interpretem informações de maneira

mais precisa e rápida. A inclusão de algoritmos sofisticados no processo de data mining melhora a qualidade das informações obtidas e, por sua vez, a tomada de decisões baseada nesses dados (ALCALÁ-FDEZ et al 2003).

Afinal, o artigo apresenta o KEEL como um framework para análise experimental, sugerindo uma tendência crescente para a experimentação na gestão da informação. Isto implica que os métodos de data mining e as tecnologias de informação estão se tornando cada vez mais flexíveis e adaptáveis, permitindo experimentos com diferentes conjuntos de dados e algoritmos. Esta tendência para a experimentação pode conduzir a novas descobertas e inovações na gestão da informação, reforçando a importância de ferramentas como o KEEL nesta área.

“Decision making” é o terceiro tema mais citado nas publicações analisadas, e o artigo mais citado referente a esse tema é “an overview of operators for aggregating information”, de Xu, Z.S. e Da, Q.L. (2003). Ao analisar o artigo, vê-se a notável ênfase na importância dos operadores para agregar informações como um componente crucial no processo de tomada de decisão. Segundo Xu e Da (2003), este enfoque reflete uma tendência emergente na gestão da informação, que destaca a necessidade de sintetizar e consolidar informações de diversas fontes para auxiliar na tomada de decisões informadas. A valorização de operadores de agregação, conforme demonstrado por Xu e Da (2003), indica uma prática que está se tornando cada vez mais relevante à medida que o volume de dados disponíveis continua a expandir.

De forma adicional, o trabalho de Xu e Da (2003) ilustra que a gestão da informação não é apenas uma questão de coleta e organização de dados, mas também de sua interpretação e aplicação no processo de tomada de decisões. Este ponto de vista enfatiza uma confluência essencial entre a gestão da informação e a tomada de decisão, sugerindo que as estratégias efetivas de gestão da informação devem ser intrinsecamente alinhadas com os processos decisórios. Portanto, a proposta de Xu e Da (2003) para a integração da gestão da informação com a tomada de decisão indica um aspecto importante para as futuras pesquisas e desenvolvimentos na área.

No que diz respeito ao termo “Societies and institutions”, quarto tema mais citado, o artigo “Workflow patterns”, de Van der Aalst et al. (2003) aborda a importância dos fluxos de trabalho no gerenciamento de processos de negócios e na coordenação de atividades dentro de organizações.

Esta abordagem sugere uma tendência notável na gestão da informação, enfatizando como os fluxos de trabalho podem ser usados para otimizar a coleta, organização e utilização de informações. Segundo Van der Aalst et al. (2003), o emprego efetivo de padrões de fluxo de trabalho torna-se crucial à medida que as instituições buscam maneiras de gerenciar melhor suas informações para operações mais eficientes.

Suplementarmente, o trabalho de Van der Aalst et al. (2003) realça que os fluxos de trabalho desempenham um papel significativo não apenas na gestão da informação, mas também na interação e coordenação entre diferentes entidades dentro de uma organização. Este ponto de vista reforça a ideia de que a gestão da informação é fundamental para a estrutura organizacional e processos de colaboração. Dessa forma, a contribuição de Van der Aalst et al. (2003) para a compreensão de como os fluxos de trabalho se intersectam com a gestão da informação oferece valiosas inspirações para futuras pesquisas e práticas na área.

No contexto da quinta palavra-chave mais citada, "big data", o artigo "Machine Learning in Agriculture: A Review" de Liakos et al. (2018) se destaca. Apesar do foco principal do artigo ser a aplicação do aprendizado de máquina na agricultura, a gestão da informação desempenha um papel importante no contexto *do big data*.

Embora o foco do artigo seja esta aplicação específica, a relevância da gestão da informação é inegável, especialmente quando se considera o contexto de *big data*. O papel do *big data* na agricultura e a forma como a aprendizagem de máquina é usada para gerir e interpretar esses dados sinaliza uma tendência na gestão da informação. A análise e o uso efetivo de grandes volumes de dados estão se tornando cada vez mais importantes, como indicado por Liakos et al (2018).

Considerando a perspectiva abrangente fornecida pelo estudo de Liakos et al. (2018) e sua ênfase no papel transformador da gestão eficiente de informações, especificamente no que se refere ao *big data*, em áreas diversas como a agricultura, entende-se ainda mais a relevância da gestão da informação. Não apenas se estabelece como disciplina por si só, mas também atua como uma ferramenta facilitadora para progressos em variados campos.

Essa análise conclui nossa exploração do primeiro termo, "Information management". A seguir, passamos à investigação do segundo termo em nosso estudo, a conjunção de "Information management" and hospitality.

A Tabela 8 estabelece os critérios de busca e seleção para o termo "Information management" and hospitality (Gestão da informação e hotelaria), e apresenta os resultados da busca realizada na base de dados Scopus Elsevier em maio de 2023. A análise foi realizada levando em consideração títulos, palavras-chave e resumos, sem limitação de tempo, com a intenção de fornecer uma visão holística do volume de trabalhos acadêmicos nesse campo particular.

Os resultados mostram que a gestão da informação no contexto da hotelaria é uma área ainda emergente, com um total de 88 trabalhos publicados. O número relativamente baixo de palavras-chave (670), quando comparado à gestão da informação em geral, sugere que essa área está ainda em desenvolvimento e que existe potencial para a exploração de temas e perspectivas não abordados.

A tabela também lista as cinco palavras-chave mais usadas nesses estudos, juntamente com suas respectivas forças de correlação. Essas medidas ajudam a entender a relevância de cada termo no corpus de trabalhos analisados e permitem inferir as principais linhas de pesquisa no campo da gestão da informação na hotelaria.

Tabela 8: Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Information Management" and Hospitality e suas ocorrências

Termos de busca		TITLE-ABS-KEY ("Information management" and hospitality)
Campos considerados		Título, resumo e palavras-chave.
Lapso temporal		Nenhum lapso temporal definido a priori.
Quantidade de documentos recuperados		88
Categorias de documentos recuperados		Artigos de periódicos, trabalhos em anais de eventos, livros, capítulos de livro.
Tema: <i>Information management</i> (Gestão da informação)		
Total de palavras-chave/índices: 670		
Palavras-chave/índices mais usados	Ocorrências	Força de correlação total
Hospitality industry	23	71
Hotels	15	64
Hospitality	13	41
Economics	12	43

Sustainable development	11	44
-------------------------	----	----

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

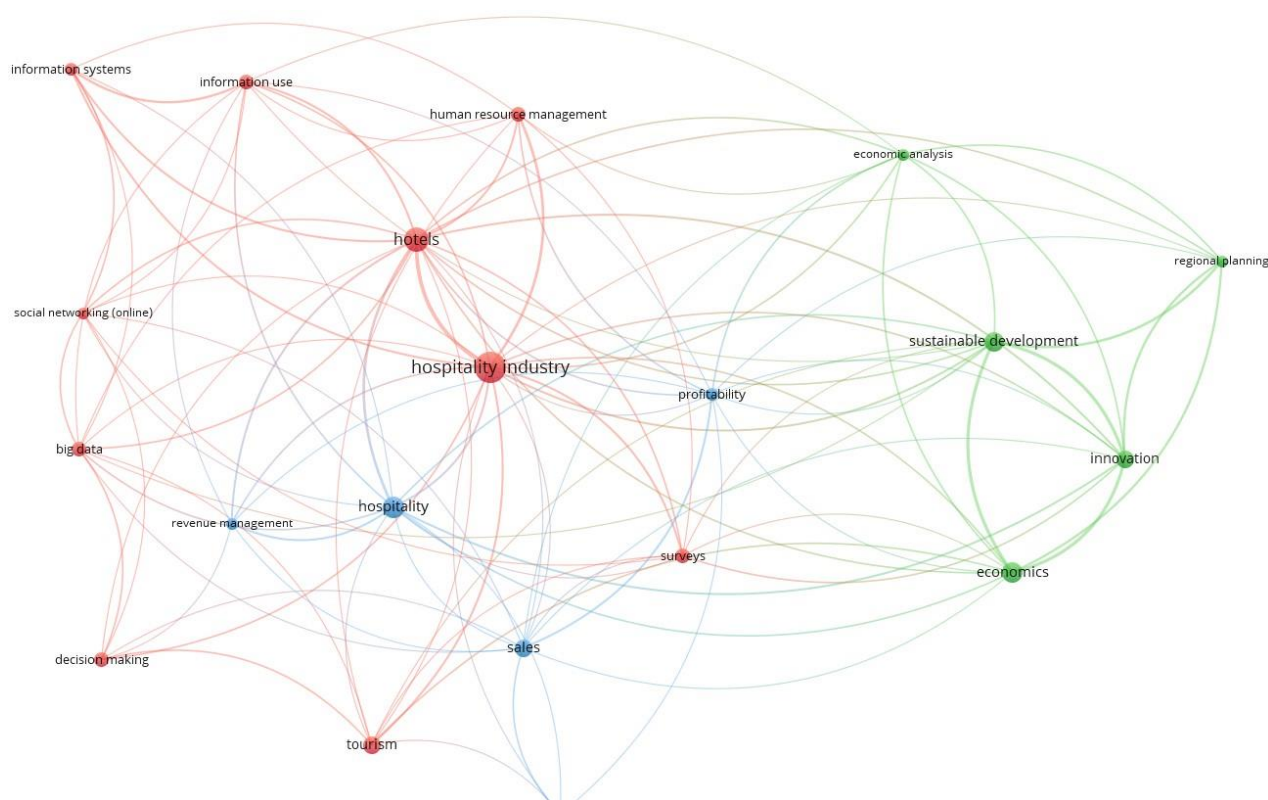
Ao explorar minuciosamente a rede de palavras-chave retratada na Figura 16, confronta-se com um panorama que enfatiza a fragilidade e emergência das conexões existentes entre os termos relacionados à gestão da informação e à hotelaria ("Information management" and hospitality). Essa representação visual, complexa em sua estrutura, faz emergir as sutis ligações que se entrelaçam entre esses diferentes conceitos.

A investigação minuciosa dessa rede fez aflorar a presença de três grupos distintos, os chamados *clusters*, cada um identificado por uma cor específica. Esses agrupamentos representam temas ou áreas de interesse relacionados à gestão da informação. A proximidade dos termos dentro de cada *cluster* indica uma correlação mais significativa entre os conceitos, ainda que, vale salientar, essa correlação possa ser percebida como frágil e incipiente.

No que diz respeito ao grau de atração entre as palavras-chave, conseguiu-se identificar padrões e conexões que sugerem relações significativas, mas que, vale destacar, também refletem a precariedade e a emergência dessas relações. Essas ligações podem ser hierárquicas, colaborativas ou complementares, variando de acordo com o contexto e a aplicação dos termos na gestão da informação e hotelaria.

Cada termo na rede é representado graficamente por um círculo, cujo tamanho é proporcional à frequência de aparição da respectiva palavra-chave nos documentos analisados. A visualização da rede ressalta, assim, a fragilidade e o caráter emergente das conexões, oferecendo uma rápida percepção dos termos mais relevantes ou prevalentes no campo de estudo, ao mesmo tempo em que evidencia as áreas de foco e as tendências emergentes.

Essa análise visual da rede de palavras-chave oferece uma perspectiva singular e enfática sobre a fragilidade e a emergência das conexões na gestão da informação. Isso permite que pesquisadores e profissionais identifiquem áreas de interesse comum e explorem oportunidades de colaboração, ressaltando a importância dessas ligações frágeis e emergentes. Sem dúvida, esta é uma ferramenta valiosa para ampliar o conhecimento e impulsionar o avanço no campo da gestão da informação na hotelaria, apesar, e talvez por causa, de suas conexões ainda precárias e em processo de desenvolvimento.

Figura 16: Rede e interconexão entre os termos

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Para aprimorar o entendimento das palavras-chave em conexão com as temáticas estudadas e possibilitar a definição dos limites dos principais conceitos analisados, é crucial examinar os artigos mais citados. Dessa forma, é possível identificar as cinco palavras-chave mais utilizadas e compreender melhor a relação entre elas e os temas em questão.

Ao analisar os artigos mais citados e destacar as palavras-chave mais recorrentes, pode-se aprofundar a compreensão dos conceitos fundamentais e estabelecer conexões relevantes entre os tópicos estudados. Essa abordagem permite uma análise mais refinada das temáticas e contribui para o entendimento das tendências e direcionamentos nas áreas de pesquisa relacionadas.

A primeira palavra chave, “*hospitality industry*” (indústria hoteleira), palavra-chave central na presente discussão, se destaca no estudo de Abdulredha et al. (2018) intitulado “Estimating solid waste generation by hospitality industry during major festivals: A quantification model based on multiple regression”. Esse trabalho apresenta uma abordagem direta e relevante da gestão da informação nessa indústria. Ao oferecer uma metodologia inovadora para quantificar a geração de

resíduos sólidos durante grandes festivais, os autores enfatizam a importância da coleta e análise de dados para melhorar a gestão desses resíduos.

Nesse contexto, a análise de palavras-chave fornece um vislumbre sobre a interconexão entre a indústria hoteleira e outros termos significativos como resíduos sólidos e grandes festivais. Esta ligação sublinha a necessidade de uma gestão eficiente dos resíduos sólidos na indústria hoteleira, principalmente durante grandes eventos. O estudo evidencia que a coleta e a análise de dados são fundamentais para aprimorar as práticas e procedimentos neste setor.

O trabalho de Abdulredha et al. (2018) é um exemplo representativo do impacto crítico da gestão da informação na indústria hoteleira. Ao utilizar técnicas robustas de quantificação, é possível formular estratégias que auxiliam na eficiência e na sustentabilidade, beneficiando não apenas a indústria hoteleira, mas também contribuindo para a preservação ambiental.

O artigo de Ponte, Carvajal-Trujillo e Escobar-Rodríguez (2015) intitulado "Corporate Facebook and stakeholder engagement", fornece uma visão única sobre a interação das empresas com os *stakeholders* através das mídias sociais, com destaque para o Facebook. Dentro do contexto da segunda palavra-chave "hotels", o estudo adquire relevância ao salientar como a gestão efetiva da informação pode influenciar o envolvimento dos *stakeholders* e potencializar a experiência do hóspede.

O estudo de Ponte et al. (2015) traz à tona a importância de redes sociais corporativas na indústria hoteleira, como ferramentas cruciais de gestão da informação. O Facebook, por exemplo, funciona como um canal eficaz de comunicação entre os hotéis e seus hóspedes, além de permitir um compartilhamento de informações bidirecional. Por meio desse canal, os hotéis podem coletar *feedbacks* valiosos, entender as necessidades dos hóspedes e, conseqüentemente, melhorar seus serviços. Essas nuances sublinham a conexão entre a gestão da informação, a palavra-chave "hotels" e o engajamento dos *stakeholders*.

Destaca-se assim, a significância do estudo de Ponte et al. (2015) na conexão entre a palavra-chave "hotels" e o conceito de gestão da informação. A importância das plataformas de mídias sociais na melhoria da comunicação e interação com os hóspedes é evidenciada, promovendo um maior engajamento dos *stakeholders*. Nesse contexto, a gestão eficaz da informação emerge como uma força motriz na melhoria dos serviços de hotelaria, proporcionando experiências enriquecedoras para os hóspedes e reforçando as relações com os *stakeholders*.

Evidenciando a terceira palavra-chave "hospitality", o artigo de Shamim, Yang, Zia e Shah (2021), intitulado "Big data management capabilities in the hospitality sector: Service innovation and customer generated online quality ratings", desvenda uma interface importante com a gestão da informação. O estudo centra-se no manejo de grandes volumes de dados na indústria da hospitalidade e como isso pode promover inovações em serviços e impactar as avaliações de qualidade geradas pelos clientes online.

O estudo de Shamim et al. (2021) evidencia como a gestão eficaz da *big data* pode alavancar a experiência do cliente na indústria da hospitalidade. A capacidade de coletar, analisar e utilizar grandes volumes de dados, muitos dos quais são gerados pelos próprios clientes, permite aprimoramentos significativos nos serviços oferecidos. Essa capacidade de análise e utilização da informação está intrinsecamente conectada com a palavra-chave "hospitality", reforçando a relação entre a gestão da informação e a qualidade do serviço na indústria hoteleira.

Assim, o trabalho de Shamim et al. (2021) sublinha o poder da gestão de *big data* na indústria da hospitalidade. Com o manejo eficaz dos dados, é possível promover inovações no serviço, melhorar a qualidade percebida e intensificar a satisfação do cliente. Esta conexão ressalta o papel transformador da gestão da informação na indústria hoteleira, mostrando como a compreensão e aplicação adequada da *big data* podem aprimorar a experiência do cliente e elevar o padrão de serviços oferecidos.

Já "economics" figura como a quarta palavra-chave mais citada, evidenciando a relevância das considerações econômicas na gestão da informação e hotelaria. O estudo de Clemons e Gao (2008), intitulado "Consumer informedness and diverse consumer purchasing behaviors: Traditional mass-market, trading down, and trading out into the long tail", oferece uma perspectiva importante sobre essa intersecção.

Este estudo explora a relação entre a informação disponível ao consumidor e o comportamento diversificado de compra. No contexto da hotelaria, esta relação tem implicações diretas, visto que um consumidor mais informado é capaz de tomar decisões mais acertadas e personalizadas em relação aos serviços de hotelaria. Essa habilidade de tomar decisões informadas é potencializada pelo manejo eficiente de dados e informações pelas empresas hoteleiras. O estudo de Clemons e Gao (2008), portanto, ressalta a importância da palavra-chave "economics" e sua relação com a gestão da informação na hotelaria.

Na medida em que os consumidores têm acesso a mais informações, eles se tornam mais capacitados para tomar decisões econômicas, e isso impacta diretamente o setor de hotelaria. Por conseguinte, o artigo de Clemons e Gao (2008) serve para sublinhar a influência significativa da gestão da informação na economia do setor hoteleiro, e como o acesso e o uso eficiente da informação podem moldar o comportamento de compra do consumidor e influenciar as tendências de mercado.

Para finalizar, a quinta palavra-chave mais citada foi "Sustainable development". Nesse sentido, o artigo de Valentina et al. (2016), intitulado "Measuring the promptness of destinations to move toward a smart tourism configuration: The case of Apulia destination", se faz relevante, estabelecendo uma ligação direta entre a gestão da informação, a sustentabilidade e o setor hoteleiro.

No trabalho de Valentina et al. (2016), o foco está na avaliação de destinos turísticos e sua prontidão para se transformar em configurações inteligentes de turismo, baseando-se no caso da Apúlia. O uso estratégico da informação e a digitalização se tornam peças-chave para promover o desenvolvimento sustentável em tais destinos. Dentro da indústria hoteleira, a gestão eficiente da informação facilita a transição para um turismo mais inteligente e sustentável, ressaltando a relevância da palavra-chave "Sustainable development".

A análise de Valentina et al. (2016) destaca que a implementação de soluções inteligentes no turismo, sustentadas por uma gestão eficaz da informação, pode levar a um maior desenvolvimento sustentável, otimizando os recursos e melhorando a experiência do visitante. Portanto, o estudo serve como uma ponte para entender como a gestão da informação, especificamente no setor hoteleiro, pode contribuir para atingir objetivos mais amplos de desenvolvimento sustentável, ampliando nossa compreensão da palavra-chave em questão e seu papel na indústria da hospitalidade.

Essa análise conclui nossa exploração do segundo termo, "Information management" and hospitality. Continuamente, passamos à investigação do terceiro termo em nosso estudo, "knowledge management".

Na busca pelo termo "Knowledge management" (Gestão do conhecimento), a relevância deste campo se torna aparente através da ampla quantidade de pesquisas e diversidade de palavras-chave utilizadas. Com uma busca que resultou em um total de 90.689 trabalhos, a gestão do conhecimento demonstra ser um tema bem estabelecido e amplamente pesquisado na literatura acadêmica.

Os resultados indicam que existem 43.716 palavras-chave únicas relacionadas ao tema, ilustrando a abrangência e a multidisciplinaridade deste campo. Isso sugere uma alta correlação entre a gestão do conhecimento e uma variedade de outras disciplinas e temas de pesquisa, refletindo a sua relevância e aplicabilidade em diversos contextos.

A tabela 9, portanto, destaca as cinco palavras-chave mais frequentes, cada uma com sua respectiva força de correlação. Esta análise, que leva em conta a frequência e a conexão dessas palavras-chave com o termo "Knowledge management", permite um melhor entendimento das principais tendências e focos dentro deste campo de estudo. A análise desses termos e suas correlações fornece uma visão valiosa das dinâmicas e evolução da gestão do conhecimento na literatura acadêmica.

Tabela 9: Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Knowledge Management" e suas ocorrências

Termos de busca		TITLE-ABS-KEY ("knowledge management")
Campos considerados		Título, resumo e palavras-chave.
Lapso temporal		Nenhum lapso temporal definido a priori.
Quantidade de documentos recuperados		90689
Categorias de documentos recuperados		Artigos de periódicos, trabalhos em anais de eventos, livros, capítulos de livro.
Tema: <i>Information management</i> (Gestão da informação)		
Total de palavras-chave/índices: 43.716		
Palavras-chave/índices mais usados	Ocorrências	Força de correlação total
Knowledge based systems	1034	7723
Human computer interaction	846	5299
Knowledge transfer	758	4918
Decision Making	622	5800
Learning systems	579	4635

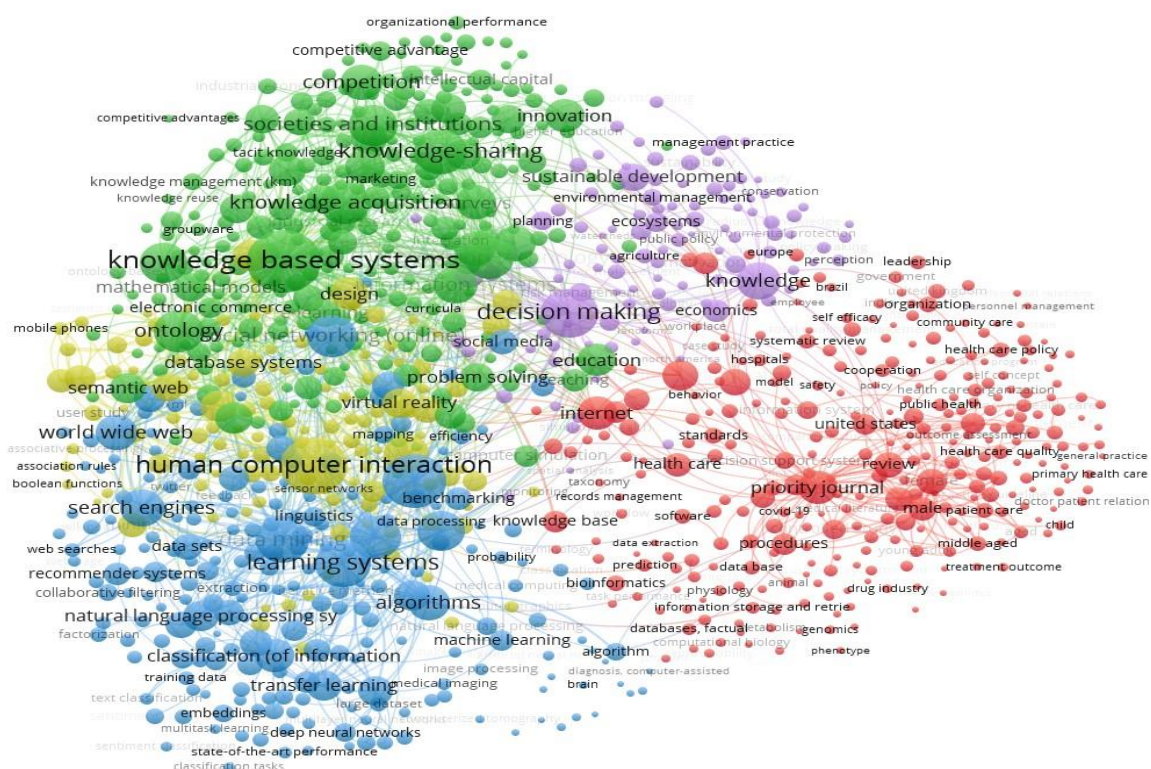
Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A Figura 17 fornece uma representação gráfica elucidativa das complexidades e inter-relações entre os termos ligados à gestão da informação. Esta análise visual realça os vínculos subjacentes entre conceitos variados e destaca a existência de cinco *clusters*, cada um deles representando um tema ou área de interesse específicos dentro deste campo.

A proximidade espacial dos termos em cada *cluster* sinaliza correlações fortes entre conceitos. Além disso, a análise identifica relações entre palavras-chave, que podem ser hierárquicas, colaborativas ou complementares, baseando-se no contexto e na aplicação dos termos na gestão da informação.

Finalmente, cada termo é representado por um círculo, cujo tamanho indica a frequência de ocorrência da respectiva palavra-chave nos documentos analisados. Esta visualização simplificada facilita a identificação rápida dos termos mais relevantes, fornecendo uma visão geral das áreas de foco e das tendências emergentes no campo da gestão do conhecimento.

Figura 17: Rede e interconexão entre os termos



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Para aprofundar a compreensão das interligações temáticas e estabelecer os contornos dos conceitos principais explorados, é imprescindível uma cuidadosa

avaliação dos trabalhos acadêmicos mais citados. Esta abordagem estratégica possibilita identificar as cinco palavras-chave mais prevalentes e discernir as conexões intrínsecas entre estes termos e as temáticas abordadas.

Uma meticulosa análise dos textos acadêmicos com maior número de citações, enfocando as palavras-chave mais frequentes, propicia um conhecimento mais sofisticado dos conceitos essenciais e facilita o estabelecimento de conexões significativas entre os tópicos de estudo. Este método rigoroso permite uma exploração mais detalhada das temáticas e auxilia na compreensão das tendências e focos predominantes nos domínios de pesquisa correlatos.

A identificação das palavras-chave mais usadas pode, portanto, fornecer informações valiosas para o avanço do conhecimento na área, além de contribuir para a identificação de lacunas na pesquisa existente, o que poderia direcionar futuros estudos. Em um nível mais amplo, essa análise pode ajudar a identificar a evolução das principais preocupações na área de gestão da informação ao longo do tempo, fornecendo assim um contexto mais amplo para estudos futuros.

O artigo "Knowledge Engineering: Principles and methods" de Studer, Benjamins e Fensel (1998) surge como uma contribuição significativa no contexto da palavra-chave "Knowledge based systems". O estudo aborda os princípios e métodos de Engenharia do Conhecimento, delineando uma estrutura conceitual que possibilita uma gestão efetiva do conhecimento por meio da construção de sistemas baseados em conhecimento.

Em sintonia com a primeira palavra-chave "Knowledge based systems", o trabalho de Studer et al. (1998) enfatiza o papel dos sistemas baseados em conhecimento na organização e no gerenciamento de informações complexas e multifacetadas. O estudo explora a relação entre os sistemas baseados em conhecimento e a gestão do conhecimento, argumentando que a implementação bem-sucedida desses sistemas depende da compreensão adequada dos princípios e métodos da Engenharia do Conhecimento.

O artigo de Studer et al. (1998) serve, assim, como um marco na literatura sobre gestão do conhecimento, destacando o papel crucial dos sistemas baseados em conhecimento. Este estudo ressalta como a aplicação dos princípios e métodos da Engenharia do Conhecimento pode auxiliar na criação de sistemas eficazes que maximizem a utilização e a disseminação do conhecimento. Essa perspectiva reforça

a relevância dos sistemas baseados em conhecimento na gestão do conhecimento, realçando a interseção entre estes dois campos.

A segunda palavra-chave mais citada "Human computer interaction" é evidenciada pelo artigo "A survey on vision-based human action recognition" de Poppe (2010). O autor examina a interação homem-computador através da lente da visão computacional, focando na identificação e reconhecimento de ações humanas. Este foco se alinha com o tema da gestão do conhecimento ao destacar o papel da tecnologia na facilitação da transferência de conhecimento.

O estudo de Poppe (2010) ilustra como a interação homem-computador pode ser aprimorada por meio do reconhecimento de ações baseado em visão, permitindo uma comunicação mais intuitiva e natural entre os usuários e os sistemas de computador. Esta abordagem possui implicações significativas para a gestão do conhecimento, pois uma interação mais eficaz pode facilitar a troca e disseminação de conhecimento, levando a uma maior eficácia nos processos de tomada de decisão e aprendizagem.

O trabalho de Poppe (2010), portanto, alinha-se ao domínio da gestão do conhecimento ao destacar como as melhorias na interação homem-computador podem facilitar a transferência e a utilização efetiva do conhecimento. O estudo ressalta a importância do avanço contínuo das tecnologias de interação homem-computador para maximizar a eficiência dos sistemas de gestão do conhecimento.

O termo "Knowledge transfer", identificado como a terceira palavra-chave mais recorrente, é explorado no estudo "A survey on transfer learning" de Pan & Yang (2010). A pesquisa enfoca a temática do aprendizado de transferência, um componente essencial no campo de aprendizado de máquina, que se refere à aplicação do conhecimento aprendido em um contexto para otimizar o desempenho em um contexto distinto. Este conceito ecoa de maneira significativa na área de gestão do conhecimento, onde a troca eficaz de informações e experiências é um elemento primordial.

Pan e Yang (2010) evidenciam como o aprendizado de transferência tem o potencial de superar os desafios encontrados na obtenção e implementação de conhecimento. Esta perspectiva é relevante para a gestão do conhecimento, pois indica como o conhecimento pode ser efetivamente transferido e aplicado em diferentes contextos, promovendo a eficiência e a inovação.

Dessa forma, a pesquisa de Pan e Yang (2010) assume uma relevância singular na elucidação do conceito de "Knowledge Transfer" (transferência de conhecimento) no campo da gestão do conhecimento. O estudo realça o papel do aprendizado de transferência como um facilitador na circulação de conhecimento, aperfeiçoando, assim, a eficiência dos procedimentos de aprendizagem e tomada de decisão. Isso culmina em um impacto positivo na performance integral dos sistemas de gestão do conhecimento.

Com a palavra-chave "Decision Making" emergindo como a quarta mais citada, um exame mais aprofundado do trabalho de O'Hagan et al. (2006) intitulado "Uncertain Judgements: Eliciting Experts' Probabilities" oferece *insights* valiosos. A obra articula a complexidade inerente ao processo de tomada de decisão, especialmente no cenário de incertezas, destacando a importância da gestão do conhecimento na facilitação desse processo.

O estudo de O'Hagan et al. (2006) explica como a obtenção de probabilidades de especialistas pode auxiliar em decisões complexas, sobretudo quando as informações são incertas ou incompletas. Esta é uma faceta crucial da gestão do conhecimento, pois envolve o uso eficiente de informações disponíveis e a síntese destas para facilitar o processo de tomada de decisão. Com a habilidade de maximizar a utilização de conhecimento existente, a tomada de decisão torna-se mais eficaz e confiável, particularmente no ambiente de negócios em constante mudança.

Assim, a pesquisa de O'Hagan et al. (2006) fornece um link significativo entre a "Decision Making" e a gestão do conhecimento. Ressalta a importância de utilizar eficazmente o conhecimento disponível, seja ele concreto ou intuitivo, para fazer julgamentos sob condições de incerteza. A gestão eficaz do conhecimento, portanto, é vital para melhorar a tomada de decisão, possibilitando uma resposta mais adaptada e informada aos desafios e oportunidades.

Para concluir nossa análise, o termo "Learning Systems" foi a quinta palavra-chave mais mencionada, ressaltando a importância da aprendizagem no domínio da gestão do conhecimento. A obra de Jensen et al. (2007), "Forms of knowledge and modes of innovation", fornece uma perspectiva abrangente sobre essa interseção.

Os autores tratam da variedade de formatos do conhecimento e como essas diversas formas se traduzem em diferentes modos de inovação. Eles ilustram que a aprendizagem é um processo central para a internalização e aplicação eficaz do conhecimento em uma organização. Esta compreensão reforça a ideia de que os

sistemas de aprendizagem são ferramentas essenciais na gestão do conhecimento, facilitando a absorção, assimilação e utilização de conhecimento para promover a inovação.

Por fim, é fundamental reconhecer que as conclusões de Jensen et al. (2007) sublinham o papel estratégico dos sistemas de aprendizagem no campo da gestão do conhecimento. Os sistemas de aprendizagem não são apenas ferramentas operacionais, mas elementos cruciais que impulsionam a inovação e a competitividade nas organizações. Este estudo valida a importância e a relevância da gestão do conhecimento no cenário contemporâneo, demonstrando a necessidade de investimento e aprimoramento contínuo nos sistemas de aprendizagem para a efetivação do conhecimento no ambiente organizacional.

Na última etapa de análise, vincula-se a área da hotelaria à gestão do conhecimento. Com essa perspectiva, explora-se a interação entre os termos "knowledge management" and hospitality, para entender suas ligações e a importância dessa combinação de áreas.

Com o termo final de análise, a Tabela 10 expõe os critérios de busca e seleção para o termo "Knowledge management" and hospitality (Gestão do conhecimento e hotelaria). Esta investigação ocorreu na base de dados Scopus Elsevier em junho de 2023, com a inclusão de títulos, palavras-chave e resumos na análise, sem restrições temporais. A intenção era capturar um panorama holístico da produção acadêmica.

Desse modo, a busca resultou em apenas 156 registros, um número bastante limitado em comparação com o tema de gestão do conhecimento. Este resultado sugere uma lacuna na literatura acadêmica relacionada à intersecção de gestão do conhecimento e hotelaria. Apesar do limitado número de publicações, um total de 492 palavras-chave distintas foram utilizadas nesses estudos, destacando uma emergente diversidade de abordagens e subtemas dentro desse domínio.

A tabela 10, identifica as cinco palavras-chave mais frequentes para o tema em questão, junto às suas respectivas forças de correlação. Estas forças de correlação mostram a intensidade das conexões estabelecidas entre diferentes trabalhos através destes termos, oferecendo uma perspectiva mais precisa e objetiva sobre a relevância de cada palavra-chave dentro desse domínio de pesquisa.

Tabela 10: Protocolo de busca na base Scopus Elsevier e relação da palavra-chave/índice "Knowledge Management" and Hospitality e suas ocorrências

Termos de busca		TITLE-ABS-KEY ("Knowledge management" and hospitality)
Campos considerados		Título, resumo e palavras-chave.
Lapso temporal		Nenhum lapso temporal definido a priori.
Quantidade de documentos recuperados		156
Categorias de documentos recuperados		Artigos de periódicos, trabalhos em anais de eventos, livros, capítulos de livro.
Tema: <i>Information management</i> (Gestão da informação)		
Total de palavras-chave/índices: 492		
Palavras-chave/índices mais usados	Ocorrências	Força de correlação total
Hospitality industry	24	58
Knowledge	12	17
Human resource management	11	34
Surveys	9	29
Competition	9	27

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

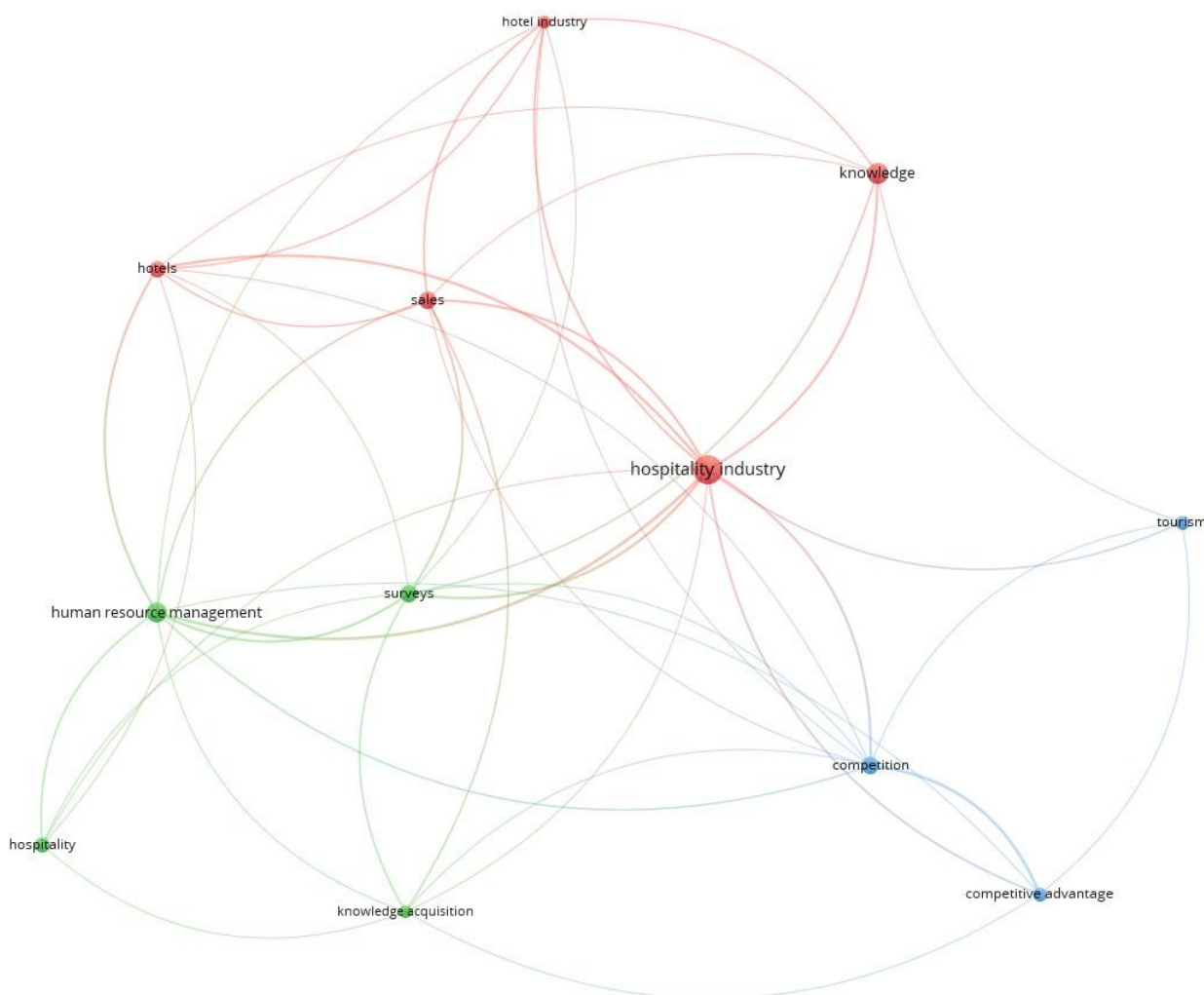
A análise da rede de palavras-chave ilustrada na Figura 18 proporciona um panorama sobre a complexidade das conexões entre os termos ligados à "Knowledge management and hospitality". A análise visual traz à tona a dinâmica e as relações subjacentes entre os conceitos, possibilitando um entendimento mais abrangente da temática.

A visualização evidencia três agrupamentos distintos de termos, ou *clusters*, cada um com uma cor específica para representar áreas ou temas de interesse dentro da gestão da informação. No entanto, há uma aparente falta de robustez nas ligações entre os *clusters*, sinalizando uma lacuna e um promissor campo para investigações futuras.

Os termos na rede, representados por círculos cujo tamanho corresponde à frequência de uso em trabalhos, auxiliam na identificação das palavras-chave mais

relevantes e das tendências predominantes no campo de estudo. A análise sublinha a necessidade de aprofundar a pesquisa para reforçar a compreensão dessas dinâmicas, evidenciando um terreno fértil para novas explorações na gestão do conhecimento na hotelaria.

Figura 18: Rede e interconexão entre os termos



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A exploração das palavras-chave em correlação com os tópicos pesquisados é essencial para esclarecer os contornos dos principais conceitos estudados. Isso implica analisar os artigos mais referenciados no setor hoteleiro, permitindo identificar as cinco palavras-chave mais empregadas e entender suas relações com o tema da gestão do conhecimento.

Examinando os trabalhos acadêmicos mais citados e sublinhando as palavras-chave mais recorrentes, pode-se aprofundar na compreensão dos conceitos-chave e

estabelecer vínculos significativos entre os temas estudados. Essa metodologia possibilita uma análise mais detalhada das temáticas, contribuindo para o reconhecimento das tendências e orientações nos campos de pesquisa relacionados.

Uma avaliação das palavras-chave mais utilizadas e sua relação com a gestão do conhecimento no setor hoteleiro serve para entender as nuances do tema e identificar áreas onde mais pesquisas podem ser necessárias. Isto destaca o papel crucial que a gestão da informação desempenha na hotelaria e sugere áreas potenciais para futuras investigações.

Inicia-se com a palavra-chave "Hospitality industry", que se destaca no artigo de Yang e Wan (2004). A obra deles propõe uma abordagem integrativa para efetividade organizacional e implementação de gestão do conhecimento, um tema crucial na indústria hoteleira. O artigo argumenta que a efetividade organizacional na indústria da hospitalidade pode ser aprimorada por meio da implementação adequada da gestão do conhecimento, uma perspectiva que tem implicações profundas para o setor hoteleiro.

A associação entre a gestão do conhecimento e a indústria hoteleira, como descrita por Yang e Wan (2004), está intrinsecamente ligada à melhoria contínua dos processos e ao avanço das estratégias organizacionais. Eles reconhecem que a gestão eficaz do conhecimento pode resultar em vantagem competitiva para as organizações de hospitalidade, uma vez que permite identificar e capitalizar os conhecimentos tácitos e explícitos presentes na organização.

A relevância do trabalho de Yang e Wan (2004) reside na sua abordagem pragmática e aplicada para a gestão do conhecimento na indústria hoteleira. Ao destacar a gestão do conhecimento como um fator crucial para a efetividade organizacional, o estudo estabelece uma ligação entre estes dois campos, fornecendo valiosas inspirações para novas práticas de gestão e estratégias de negócios na indústria da hospitalidade.

A palavra-chave "Knowledge" é a segunda mais destacada na pesquisa e é central no estudo de Hallin e Marnburg (2008), uma vez que ela assume uma relevância inegável na indústria hoteleira. O estudo, ao conduzir uma revisão empírica da gestão do conhecimento no setor hoteleiro, destaca que o conhecimento não é apenas um recurso, mas uma estratégia indispensável para a eficiência operacional e competitividade.

Nesse estudo, o conhecimento é apresentado como um pilar para aprimorar os processos organizacionais. O conhecimento efetivamente gerenciado reflete diretamente na performance das organizações hoteleiras, reforçando seu papel estratégico. Esta exploração e análise da palavra-chave “knowledge” se alinham com as tendências emergentes na gestão do conhecimento em hotelaria, condição vital para a inovação e qualidade do serviço.

Ao vincular fortemente o conhecimento com sua gestão na indústria hoteleira, o estudo de Hallin e Marnburg (2008) reforça sua importância. Isso solidifica a relação entre essa palavra-chave e o setor hoteleiro, sublinhando como o mesmo é crucial para avanços e melhorias.

A terceira palavra-chave mais destacada é “Human resource management”, e está firmemente enraizada no estudo de Shamim, et al (2017). Este trabalho analisa a aplicação da Indústria 4.0 na área da hospitalidade através do prisma das práticas de gestão, onde o termo desempenha um papel central.

No contexto da Indústria 4.0, o estudo sugere que a gestão eficaz dos recursos humanos é um componente essencial para garantir que as tecnologias emergentes sejam efetivamente integradas na prática hoteleira. A gestão de recursos humanos, portanto, não apenas facilita a implementação da tecnologia, mas também é crucial para garantir que os funcionários estejam prontos e dispostos a adotar novas tecnologias, o que é fundamental para a melhoria contínua da eficiência operacional e da satisfação do cliente.

Dessa forma, o estudo de Shamim et al. (2017) reforça a importância do termo no contexto da gestão do conhecimento na indústria hoteleira. Isso implica que, enquanto a tecnologia continua avançando, a necessidade de gestão eficaz de recursos humanos continua a ser um elemento crítico para o sucesso no setor.

A quarta palavra-chave mais referenciada, “Surveys”, ganha destaque no estudo de Usoro e Abiagam (2018), que emprega esta metodologia para investigar o efeito da cultura na adoção da gestão do conhecimento na indústria da hospitalidade na Nigéria.

O emprego desta técnica permitiu aos autores capturar nuances da cultura organizacional que afetam a adoção da gestão do conhecimento. Por meio deste recurso, o estudo conseguiu quantificar a influência da cultura e fornecer uma compreensão valiosa de como ela molda a receptividade à gestão do conhecimento na indústria hoteleira.

Consequentemente, a obra de Usoro e Abiagam (2018) ilumina a relevância desta técnica de pesquisa como um meio eficaz de avaliar o papel da cultura na incorporação da gestão do conhecimento. O estudo constitui uma contribuição fundamental para a compreensão de como a cultura pode atuar como facilitador ou barreira na adoção da gestão do conhecimento no setor hoteleiro.

Ao concluir a exploração das informações, a quinta palavra-chave mais citada "Competition", é vital na investigação de Kumar, Mamgain, Pasumarti e Singh (2022). Neste estudo, a competição é identificada como uma força motriz que molda a necessidade de inovação e compartilhamento de conhecimento na indústria hoteleira.

No contexto de uma concorrência acirrada, a gestão eficaz do conhecimento torna-se imperativa para a inovação em serviços e, consequentemente, para a sobrevivência das empresas hoteleiras. Os autores apontam que o suporte organizacional à tecnologia da informação facilita o comportamento de compartilhamento de conhecimento, o que pode melhorar o desempenho da inovação em serviços em ambientes competitivos.

Este estudo, portanto, ajuda a entender a complexa interação entre competição, gestão do conhecimento e inovação no serviço, ressaltando a necessidade de práticas eficazes de gestão do conhecimento para impulsionar a inovação e a competitividade na indústria hoteleira.

Ao concluir as quatro análises implementadas, os resultados obtidos através do uso do VOSviewer, em combinação com a análise das palavras-chave de maior relevância, proporcionaram uma visão mais aprimorada do cenário acadêmico de cada tópico. Esses resultados deram origem a uma representação visual das principais ligações temáticas em gestão da informação e do conhecimento na hotelaria. A escolha estratégica de utilizar essa ferramenta teve como objetivo facilitar o entendimento do impacto e da importância de cada palavra-chave dentro do universo da literatura investigada, com ênfase naquelas que se destacaram pela maior influência e centralidade.

Com base nessa análise, selecionaram-se as cinco palavras-chave de maior relevância e realizou-se um estudo detalhado dos artigos que mais as citavam. Esse passo foi essencial para compreender de forma precisa as principais tendências e as conexões temáticas na base Scopus. Este processo tornou evidente as áreas de maior interesse na pesquisa atual, dando visibilidade aos principais temas que estão atraindo a atenção da comunidade científica.

A combinação do uso do VOSviewer, da análise das palavras-chave e da revisão dos artigos mais citados resulta em uma visão abrangente e holística do campo da gestão da informação e do conhecimento na hotelaria. Essa abordagem permite identificar não só as tendências atuais, mas também as áreas que ainda demandam mais investigação. A intenção desse instrumento metodológico é fornecer uma visão ampla e detalhada do campo, ajudando a orientar futuros direcionamentos na pesquisa e práticas no setor de gestão da informação e do conhecimento na hotelaria. Essa discussão sobre os resultados realça a importância da contínua exploração e compreensão dessas tendências e lacunas, fundamentais para a evolução da gestão da informação e do conhecimento na indústria hoteleira.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta dissertação, procedeu-se a uma análise meticulosa da literatura existente sobre a gestão da informação e do conhecimento, focando especificamente na sua aplicação dentro do setor hoteleiro. Através da análise detalhada da literatura, a gestão da informação e do conhecimento demonstrou uma estrutura bem estabelecida, enquanto a aplicação destes princípios ao setor hoteleiro está apenas começando a ser explorada.

Davenport e Prusak (1998), em sua obra, aprofundaram a compreensão sobre a gestão da informação, enfatizando a sua importância como uma ferramenta vital para a tomada de decisões estratégicas e a criação de valor. Eles argumentam que a gestão eficaz da informação permite que as organizações compreendam melhor as necessidades dos clientes e desenvolvam soluções inovadoras para atendê-los. No entanto, o setor hoteleiro ainda não explora completamente essa área, o que pode estar prejudicando sua capacidade de inovação e competitividade.

Ainda na gestão da informação, Choo (2003) oferece uma contribuição valiosa ao sugerir que a informação deve ser entendida não apenas como um recurso, mas como uma parte integral de todas as atividades organizacionais. Este conceito, aplicado à hotelaria, destaca a necessidade de integrar a gestão da informação em todos os aspectos do funcionamento hoteleiro, desde a satisfação do cliente até a eficiência operacional.

Nonaka e Takeuchi (1997), em seu trabalho, delinearam os fundamentos da gestão do conhecimento, realçando a importância do processo de transformação do conhecimento tácito em explícito e vice-versa. Esses fundamentos têm sido amplamente aplicados em diversos setores, mas a sua aplicação na hotelaria é ainda pouco explorada, isso sugere que a gestão eficaz do conhecimento requer a promoção de uma cultura que valoriza a comunicação aberta, a colaboração e a aprendizagem contínua.

Este trabalho buscou estabelecer a confluência entre os conceitos essenciais de gestão da informação e do conhecimento com o universo da hotelaria. A fundamentação é baseada em teorias de autores renomados como Davenport, Prusak, Choo, Nonaka e Takeuchi. Esta dissertação evidencia a necessidade de novas pesquisas e práticas na hotelaria, mostrando que, apesar da riqueza de estudos

em gestão da informação e do conhecimento, o seu uso no setor hoteleiro ainda é um campo aberto a ser explorado.

Em adição, apresenta-se um panorama da indústria hoteleira com suas especificidades. Ao tratar dos serviços hoteleiros, peça central da experiência do cliente, argumenta-se que a gestão efetiva da informação e do conhecimento tem o potencial de melhorar significativamente a qualidade do serviço prestado. Tal melhoria pode levar a um aumento na satisfação do cliente, o que contribui para a competitividade do hotel no mercado.

O propósito é sublinhar a necessidade de intensificar a exploração desta área. Além disso, é crucial integrar os princípios da gestão da informação e do conhecimento nas práticas cotidianas de atendimento ao cliente, demonstrando a potencialidade de tais práticas para transformar a experiência hoteleira.

O estudo se encerra com a análise criteriosa das tendências e publicações na área de estudo, impulsionada pelo uso da cientometria. A análise de co-ocorrência atuou como uma ferramenta para avaliar e quantificar as contribuições literárias na esfera da gestão da informação e do conhecimento, particularmente quando aplicada ao setor hoteleiro.

A análise revelou um número significativo de estudos focados na gestão da informação, consolidando-a como um campo amplamente estudado e representado na base Scopus. Porém, a gestão da informação aplicada à hotelaria demonstra uma notável escassez de estudos, não passando da marca de cem documentos. Isso aponta para uma lacuna de pesquisa considerável, sugerindo que há um vasto território ainda inexplorado e abrindo caminho para futuras investigações.

Uma situação semelhante foi observada em relação à gestão do conhecimento. O campo, embora bem estabelecido em termos gerais, apresenta uma baixa correlação com a hotelaria. Tal constatação reitera o cenário encontrado na gestão da informação aplicada à hotelaria, revelando uma oportunidade de pesquisa substancial. Indicando que a confluência entre a gestão do conhecimento, a gestão da informação e a hotelaria não tem sido o foco de uma pesquisa extensa.

Com base nessa análise, é possível identificar que existem amplas oportunidades para a aplicação dos princípios da gestão da informação e do conhecimento na indústria hoteleira. A aproximação desses conceitos pode potencialmente transformar as operações hoteleiras, aprimorando a eficiência, inovação e qualidade do serviço ao cliente.

Estes princípios, que são amplamente reconhecidos e promovidos por autores como Davenport, Prusak, Choo, Nonaka e Takeuchi, podem ser utilizados para aprimorar as práticas hoteleiras. Ao adaptar essas teorias para o contexto da hotelaria, é possível desenvolver novas estratégias e práticas que podem melhorar a experiência do cliente e aumentar a competitividade do hotel.

Por exemplo, a gestão eficiente da informação, como defendida por Davenport e Prusak, poderia permitir que os hotéis compreendessem melhor as necessidades e preferências dos seus hóspedes, levando a serviços mais personalizados. Da mesma forma, a cultura de aprendizado contínuo e inovação promovida por Nonaka e Takeuchi poderia estimular a melhoria contínua dos serviços.

Ademais, a adoção de uma cultura de gestão do conhecimento, como sugerido por Choo, poderia facilitar o compartilhamento de informações e experiências entre os funcionários, resultando em equipes mais eficientes e um melhor atendimento ao cliente.

Por fim, é evidente que ainda há muito a ser explorado e aprendido sobre a intersecção da gestão da informação e do conhecimento com a hotelaria. Este estudo fornece um ponto de partida para pesquisas futuras, destacando a necessidade de estudos adicionais e a importância da aplicação prática desses conceitos na indústria hoteleira.

7. REFERÊNCIAS

AL-MSALLAM, S; ALHADDAD, A. **Customer Satisfaction and Loyalty in the Hotel Industry**: the Mediating Role of Relationship Marketing (PLS Approach). Journal of Research in Business and Management, [s.l.], v. 4, p. 32-42, 2016.

ALAVI, M.; LEIDNER, D. E. **Knowledge management and knowledge management systems**: conceptual foundations and research issues. MIS Quarterly, v. 25, n. 1, p. 107-136, 2001.

AHN, Y.-Y. **Link communities reveal multiscale complexity in networks**. Nature, v. 466, n. 7307, p. 761-764, 2010.

ANTELMAN, K. **Do open-access articles have a greater research impact?** College & Research Libraries, 65(5), 372-382, 2004.

BAKER, R. S.; YACEF, K. **The state of educational data mining in 2009**: A review and future visions. Journal of Educational Data Mining, v. 1, n. 1, p. 3-17, jun. 2009.

BARABÁSI, A.-L. **Evolution of the social network of scientific collaborations**. Physica A: Statistical Mechanics and its Applications, v. 311, n. 3-4, p. 590-614, 2002.

BARDI, J. A. **Hotel front office management**. John Wiley & Sons, 2011.

BARNEY, J. **Firm resources and sustained competitive advantage**. Journal of Management, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BARRETO, A R. **Implantação de Gestão do Conhecimento a partir dos repositórios de conhecimento explícito**: Collecta Rio Assessoria e Consultoria Ltda. Estoril, 2004. Disponível em: < <http://sapp.telepac.pt/apbad/congresso8/comm3.pdf> > Acesso em 20/10/2006.

BARROWS, C. W.; POWERS, T. **Introduction to management in the hospitality industry**. 10. ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2008.

BAUM, T.; HAI, N. T. T. **Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19**. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2020.

BEREZINA, K. **Understanding satisfied and dissatisfied hotel customers**: text mining of online hotel reviews. Journal of Hospitality Marketing & Management, v. 25, n. 1, p. 1-24, 2016.

BORGATTI, S. P. **Network analysis in the social sciences**. Science, v. 323, n. 5916, p. 892-895, 2009.

BORGMAN, C. L. **Scholarly communication and bibliometrics**. Sage Publications, 1990.

BÖRNER, K.; CHEN, C.; BOYACK, K. W. **Visualizing knowledge domains**. Annual Review of Information Science and Technology, 37(1), 179-255, 2003.

BORNMAN, L.; DANIEL, H.-D. **What do Citation Counts Measure?** A Review of Studies on Citing Behavior. *Journal of Documentation*, v. 64, n. 1, p. 45-80, 2008.

BUHALIS, D. **eTourism**: Information technology for strategic tourism management. Pearson Education, 2003.

BUHALIS, D.; LAW, R. **Progress in information technology and tourism management**: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008.

BRADFORD, S. C. **Sources of information on specific subjects**. *Engineering*, 137(3550), 85-86, 1934.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.94p.

CHANG, H. H.; LEE, W. B. **The impact of customer interface quality, satisfaction and switching costs on customer retention in internet banking services**. *Expert Systems with Applications*, v. 32, n. 1, p. 357-365, 2007.

CHECKLAND, P.; POULTER, J. **Learning for action**: A short definitive account of soft systems methodology and its use for practitioners, teachers and students. 1. ed. Chichester: Wiley, 2006.

CHO, H. **Gestão da Informação e do Conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2003.

CHOO, C. W. **A organização que aprende**: como as organizações usam a informação para construir significado, criar conhecimento e tomar decisões. 10. ed. São Paulo: Senac, 2013.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003.

COADIC, Y. F. **A ciência da informação**. Brique de Lemos, 1996.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). **Panorama do setor de hotelaria no Brasil**. Disponível em: <https://pesquisascnc.com.br/panorama-do-setor-de-hotelaria-no-brasil/>. Acesso em: 01 mar. 2023.

CROUCH, G. I.; RITCHIE, J. R. B. **Tourism, competitiveness, and societal prosperity**. *Journal of Business Research*, v. 44, n. 3, p. 137-152, 1999.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Working knowledge**: How organizations manage what they know. 1. ed. Boston: Harvard Business Press, 1998.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**: como as organizações gerenciam o que sabem. 16. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

DE BELLIS, N. **Bibliometrics and Citation Analysis**: From the Science Citation Index to Cybermetrics. Lanham: Scarecrow Press, 2009.

DOGRU, T., & MODY, M. **Impact of Airbnb on hotel and hospitality industry: Consequences for growth and innovation.** International Journal of Hospitality Management, 91, 102660, 2020.

EGGHE, L. **The duality of informetric systems with applications to the empirical laws.** Journal of Information Science, 16(1), 17-27, 1990.

FAYYAD, U.; PIATETSKY-SHAPIO, G.; SMYTH, P. **Da mineração de dados à descoberta de conhecimento em bancos de dados.** AI Magazine, Association for the Advancement of Artificial Intelligence, v. 17, n. 3, p. 37-54, 1996.

GARFIELD, E. **Citation Analysis as a Tool in Journal Evaluation.** Science Communication, v. 1, n. 1, p. 3-15, 1979.

GARFIELD, E. **Citation indexes for science: A new dimension in documentation through association of ideas.** Science, 122(3159), 108-111, 1955.

GARFIELD, E. **The Thomson ISI impact factor.** Current Science, 87(2), 194-205, 2004.

GARLAN, Y. **Slavery in Ancient Greece.** Ithaca, NY: Cornell University Press. 1988.

GLÄNZEL, W.; SCHUBERT, A. **An Introduction to Co-Citation Analysis and Bibliographic Coupling.** In: SCHREIBER, M. (Ed.). Handbook of Quantitative Science and Technology Research. Dordrecht: Springer, 2006. p. 189-208.

GOUVEA, R. **Análise da competitividade do setor hoteleiro nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo.** Revista Hospitalidade, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 1-17, 2017. DOI: <https://doi.org/10.18677/hosp.v14i2.9581>.

GUTTENTAG, D. A.; SMITH, W. B. **Avaliação de desempenho e impactos em hotéis.** In: HATZIMANOLIS, A.; PAPADOPOULOS, N. (Org.). Handbook of tourism economics: Analysis, new applications and case studies. Atenas: ATINER, p. 191-215, 2013.

HALDIN-HERRGARD, T. **Difficulties in diffusion of tacit knowledge in organizations.** Journal of Intellectual Capital, 1(4), 357-365, 2000.

HALLIN, C. A.; MARNBURG, E. **Knowledge Management in the Hospitality Industry: A Review of Empirical Research.** Tourism Management, 29(2), 366-381. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.02.019, 2008.

HE, Q. **Knowledge discovery through co-word analysis.** Library Trends, 48(1), 133-159, 1999.

HIRSCH, J. E. **An index to quantify an individual's scientific research output.** Proceedings of the National Academy of Sciences, 102(46), 16569-16572, 2005.

IVANOVA, M.; IVANOV, S.; MAGNUSSON, T. P. (Eds.). **The Routledge Handbook of Hotel Chain Management.** Routledge, 2016.

JONES, P.; HILLIER, D.; COMFORT, D. **Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas.** International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2016.

JIN, X.; WANG, D.; CHEN, M.; LIU, Y. **An analysis of hotel star rating and its influence on hotel profitability in China.** Journal of Hospitality and Tourism Management, Elsevier, v. 31, p. 88-95, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.01.001>.

KIM, H.; LEE, S.; KIM, M. **Identifying Hotel Categories in South Korea Using Text Mining.** Sustainability, MDPI, v. 13, n. 2, p. 544, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13020544>.

KIMES, S. E. **Hotel revenue management. Cornell Hotel and Restaurant Administration.** Quarterly, Sage Publications, v. 41, n. 4, p. 22-33, 2000. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(00\)80037-9](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(00)80037-9).

KLAVANS, R.; BOYACK, K. W. **Which type of citation analysis generates the most accurate taxonomy of scientific and technical knowledge?** Journal of the Association for Information Science and Technology, 68(4), 984-998, 2017.

KNOWLES, T.; DIAMANTIS, D.; EL-MOURHABI, J. B. **The globalization of tourism and hospitality: A strategic perspective.** Cengage Learning EMEA, 2004.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação gerenciais.** 14^a ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2019.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **In search of hospitality.** Butterworth-Heinemann, 2000.

LAW, R.; BUHALIS, D. **Online distribution of hotel rooms: the role of branding in increasing the efficiency of the supply chain.** Journal of Retailing and Consumer Services, v. 13, n. 4, p. 205-215, 2006.

LE COADIC, Y F. **A Ciência da Informação.** Tradução de Maria Yêda F. S. de Filgueiras Gomes. Brasília: Briquet de Lemos, 1996. Perspectivas em Ciência da Informação, v. 1, n. 2, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/23151>. Acesso em: 25 maio. 2023.

LEE, S.; KWON, D. **Hotel security and safety management: A systematic review of current trends and future directions.** International Journal of Hospitality Management, Elsevier, v. 94, p. 102845, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102845>.

LEE, Y. S.; YOO, S. J. **Hotel service personalization using big data technology.** International Journal of Contemporary Hospitality Management, v. 29, n. 2, p. 810-829, 2017.

LEUNG, D. **Social media in tourism and hospitality: A literature review.** Journal of Travel & Tourism Marketing, v. 36, n. 3, p. 1-22, 2019.

LEYDESDORFF, L.; BORNMANN, L. **How fractional counting of citations affects the impact factor**: Normalization in terms of differences in citation potentials among fields of science. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(2), 217-229, 2011.

LEYDESDORFF, L.; WAGNER, C. **The Bibliometric Map of Physics**. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, v. 56, n. 14, p. 1463-1472, 2005.

LEYDESDORFF, L. **The challenge of scientometrics**: The development, measurement, and self-organization of scientific communications. Universal Publishers, 2001.

LIU, X.; LI, X.; ZHANG, J. **Enhancing operational efficiency and customer experience through technological innovation**: Evidence from the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, Elsevier, v. 83, p. 20-30, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.009>.

LOCKWOOD, Andrew (Ed.). **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Editora Manole Ltda, 2003.

LOTKA, A. J. **The frequency distribution of scientific productivity**. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16(12), 317-323, 1926.

LU, L.; LIANG, S.; ZHANG, X. **Hotel star rating and online reputation**: An empirical analysis of hotels in China. *Journal of Travel Research*, Sage Publications, v. 58, n. 4, p. 523-537, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287518775416>.

MATTOS, A. **Gestão da qualidade do serviço hoteleiro**: um estudo de caso em hotéis de luxo no Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 1-18, 2019. DOI: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v7i1.745>.

MCCAIN, K. W.; WHITE, H. D. **Cocited author retrieval through data base merging**. *Journal of the American Society for Information Science*, 39(3), 197-207, 1988.

MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

MCKERCHER, B.; HO, P. S. Y.; DU CROS, H. **Relationships between hotel room attributes and room rate**. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Emerald Group Publishing Limited, v. 14, n. 1, p. 28-35, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1108/09596110210413272>.

MENDES, F., L. **Aplicativos móveis e turismo**: um estudo quantitativo aplicando a Teoria do Comportamento Planejado. *Rosa dos Ventos*, v. 9, n. 2, p. 179-199, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem**. 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/governanca/sistema-brasileiro-de-classificacao-dos-meios-de-hospedagem>. Acesso em: 02 mar. 2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Classificação Hoteleira**. 2021b. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/classificacao-hoteleira>. Acesso em: 02 mar. 2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Como funciona a Classificação Hoteleira**. 2021c. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/classificacao-hoteleira/como-funciona-a-classificacao-hoteleira>. Acesso em: 02 mar. 2023.

MIRANDA, L. C. **Análise dos efeitos da classificação hoteleira sobre a taxa de ocupação e a diária média dos hotéis no Brasil**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 375-391, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v9i3.972>. Acesso em: 02 mar. 2023.

MOED, H. F. **Citation analysis in research evaluation**. Springer Science & Business Media, 2005.

MORAES, C. R. B.; ABREU, A.; WOIDA, L. M. **Gestão do conhecimento como apoio à melhoria contínua: um estudo de caso em uma empresa de telecomunicações**. Informação & Informação, v. 19, n. 1, p. 112-145, 2014. DOI: 10.5433/1981-8920.2014v19n1p112 Acesso em: 29 ago. 2023.

MORAVCSIK, M. J.; MURUGESAN, P. **Some results on the function and quality of citations**. Social Studies of Science, 5(1), 86-92, 1965.

MULLINS, J. L. **Gestão da Hospitalidade e Comportamento Organizacional**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 390p.

MUKERJEE, K. **Customer-oriented organizations: A framework for innovation**. Journal of Business Strategy, v. 34, n. 3, p. 49-56, 2013.

NEDERHOF, A. J. **Bibliometric monitoring of research performance in the social sciences and the humanities: A review**. Scientometrics, 66(1), 81-100, 2006.

NEUHOFFER, B.; BUHALIS, D.; LADKIN, A. **Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences**. In: Hensher, D. A.; Button, K. J.; Haynes, K. E. (Eds.). The Routledge Handbook of Transport Economics. Abingdon: Routledge, 2015. p. 112-127.

NEWMAN, M. E. J. **Coauthorship networks and patterns of scientific collaboration**. Proceedings of the National Academy of Sciences, 101(Suppl 1), 5200-5205, 2004.

NEWMAN, M. E. **The structure of scientific collaboration networks**. Proceedings of the National Academy of Sciences, 98(2), 404-409, 2001.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

O'CONNOR, P. **Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality**. Oxford, UK: CAB International. 1999.

O'CONNOR, P.; MURPHY, J. **Research on information technology in the hospitality industry**. International Journal of Hospitality Management, 23(5), 473-484, 2004.

NUNES, P. **Desafios e oportunidades do setor hoteleiro brasileiro**. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 94-106, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rai.2017.10.003>.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **UNWTO World Tourism Barometer**. 18(4). 2020. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.4.1>. Acesso em: 22 mar. 2023.

ONG, S. F.; LOKE, S. P. **The evaluation of hotel star ratings by TripAdvisor reviewers: A cross-market comparison**. Journal of Travel & Tourism Marketing, Taylor & Francis Group, LLC, v. 33, n. 7, p. 983-998, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1074253>.

OTLET, P. **Traité de documentation: le livre sur le livre, théorie et pratique**. Editions Mundaneum, 1934.

O'DOHERTY, D. **The role of information in the luxury hotel guest experience: A mixed methods approach**. International Journal of Hospitality Management, v. 74, p. 1-9, 2018.

POLANYI, M. **The tacit dimension**. London: Routledge & Kegan Paul, 1966.

PORTER, M. E.; HEPPELMANN, J. E. **How smart, connected products are transforming competition**. Harvard Business Review, Boston, v. 92, n. 11, p. 64-88, Nov. 2014.

PRAXEDES, W. **Revista Espaço Acadêmico número 37** – em www.espacoacademico.com.br/037/37e_praxedes.htm – acesso em 6/09/2005.

PRIEM, J.; TARABORELLI, D.; GROTH, P.; NEYLON, C. **Altmetrics: A manifesto**. Altmetrics, 2010.

PROVOST, F.; FAWCETT, T. **Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-analytic Thinking**. 1. ed. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2013.

RANGANATHAN, S. R. **Prolegomena to library classification**. Madras Library Association, 1924.

RAGHUPATHI, W.; RAGHUPATHI, V. **Big data analytics in healthcare: promise and potential**. Health Information Science and Systems, v. 2, n. 1, p. 3, Feb. 2014.

REDMAN, T. C. **Data Quality: The Field Guide**. 1. ed. Woburn: Digital Press, 2015.

ROBREDO, J. **Da Ciência da informação revisitada aos sistemas humanos de informação**. Brasília: Thesaurus; SSRR Informação, 2003.262p.

ROWLEY, J. **The wisdom hierarchy**: representations of the DIKW hierarchy. *Journal of Information Science*, v. 33, n. 2, p. 163-180, 2007.

RUTHERFORD, D. G.; O'FALLON, M. J. **Hotel management and operations**. John Wiley & Sons, 2010.

SANTOS, Rejane. **ISO9000 na Hotelaria**: O primeiro passo para atingir a excelência. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

SANTOS, R. N. & KOBASHI, N. Y. **Bibliometria, cientometria, infometria: conceitos e aplicações**. *Pesquisa brasileira em Ciência da Informação*, 2 (1), 155-172. 2009

SENGE, P. A. **A quinta disciplina**: arte, teoria e prática da organização de aprendizagem. 28. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2014.

SIGALA, M. **Investigating the role and impact of geovisualisation and geocollaborative portals on collaborative e-learning in tourism education**. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, v. 11, n. 1, p. 50-66, 2012.

SIGUAW, J. A.; ENZ, C. A.; NAMASIVAYAM, K. **Adoption of information technology in US hotels: strategically oriented use of ICT in a dynamic environment**. *International Journal of Hospitality Management*, Elsevier, v. 19, n. 3, p. 245-263, 2000. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(99\)00039-6](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(99)00039-6).

SILVA, C. F. **Melhoria da qualidade em serviços**: uma aplicação em hotéis. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 1999.

SMALL, H. **Co-citation in the scientific literature**: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265-269, 1973.

STAIR, R.; REYNOLDS, G. **Princípios de sistemas de informação**. Boston, MA: Cengage Learning, 2013.

SUGIMOTO, C. R.; LARIVIÈRE, V. **Measuring research**: What everyone needs to know. Oxford University Press, 2018.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **Consumer behaviour in tourism**. Routledge, 442 p, 2007.

THELWALL, M. **Web Impact Factors and search engine coverage**. *Journal of Documentation*, 56(2), 185-192, 2000.

TUSSYADIAH, I. P.; FESENMAIER, D. R. **Mediating tourist experiences**: Access to places via shared videos. *Annals of Tourism Research*, Elsevier, v. 36, n. 1, p. 24-40, jan. 2009. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.006>.

TWAIN, M. (1894). **Citado em**: Paine, A.B. (Ed.). "Mark Twain: A Biography". Harper & Brothers, 1912.

VALLEN, G. K.; VALLEN, J. J. **Check-in, Check-out: gestão e prestação de serviços em hotelaria**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

VAN ECK, N. J.; WALTMAN, L. **Software survey: VOSviewer**, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538, 2010.

VAN RAAN, A. F. J. **Measurement of central aspects of scientific research: Performance, interdisciplinarity, structure**. *Measurement: Interdisciplinary Research & Perspective*, 3(1), 1-19, 2005.

XIANG, Z.; DU, Q.; MA, Y.; FAN, W. **Uma análise comparativa das principais plataformas de avaliação online: implicações para a análise de mídias sociais em hospitalidade e turismo**. *Tourism Management, Elsevier*, v. 58, p. 51-65, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.012>.

XU, Zeshui; DA, Q. L. **An Overview of Operators for Aggregating Information**. *International Journal of Intelligent Systems*, v. 18, n. 9, p. 953-969, set. 2003.

ZERVAS, G.; PROSERPIO, D.; BYERS, J. W. **The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry**. *Journal of Marketing Research*, 2017.

ZHANG, J.; LI, Y.; LI, X.; LI, G. **A comparative study of hotel classification systems in China and the United Kingdom**. *Tourism Management, Elsevier*, v. 76, p. 103958, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103958>.

ZHANG, Y.; YANG, L.; WANG, Z. **An empirical study of knowledge management practices and innovation performance: A knowledge justification perspective**. *Knowledge Management Research & Practice*, v. 19, n. 1, p. 1-12, 2021.

ZHANG, X.; LI, X.; LI, G. **Hotel service quality and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction**. *Journal of Hospitality and Tourism Management, Elsevier*, v. 38, p. 81-88, 2019.

ZHENG, X., & XIE, K. L. **From home sharing to home owning: A city-level investigation of the impact of Airbnb on residential property sales**. *Journal of Regional Science*, 58(3), p. 411-441, 2018.

ZIPF, G. K. **Human behavior and the principle of least effort: An introduction to human ecology**. Addison-Wesley, 1949.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: Methods and applications**. Cambridge University Press, 1994.

WHITE, H. D.; MCCAIN, K. W. **Visualizing a discipline: An author co-citation analysis of information science, 1972-1995**. *Journal of the American Society for Information Science*, 49(4), 327-355, 1998.

WONG, K. K.; KIM, S. **Exploring the differences in hotel guests' willingness-to-pay for hotel rooms with different views**. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, v. 13, n. 1, p. 67-93, 2012.

WOUTERS, P. **The citation culture**. Unpublished doctoral dissertation, University of Amsterdam, Amsterdam, Netherlands, 1999.

WOUTERS, P.; LEYDESDORFF, L. **Has price's dream come true**: Is scientometrics a hard science? *Scientometrics*, 31(2), 193-222, 1994.

YEGÜL, F. K. (1992). **Baths and Bathing in Classical Antiquity**. Cambridge, MA: The MIT Press.