



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
UNIDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - UAAC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
PPGA/UAAC/CH/UFCG**



**COMPETITIVIDADE TURÍSTICA SOB A
PERSPECTIVA DA SOCIEDADE:
UMA NOVA FRONTEIRA**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AMANDA DE PAULA AGUIAR BARBOSA

CAMPINA GRANDE, 2020.



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

AMANDA DE PAULA AGUIAR BARBOSA

**COMPETITIVIDADE TURÍSTICA SOB A
PERSPECTIVA DA SOCIEDADE:
UMA NOVA FRONTEIRA**

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Adriana Fumi Chim Miki

Dissertação apresentada como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande – PB, Brasil.

Campina Grande, 2020.

B238c

Barbosa, Amanda de Paula Aguiar.

Competitividade turística sob a perspectiva da sociedade : uma nova fronteira / Amanda de Paula Aguiar Barbosa. - Campina Grande, 2020.

133 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidade, 2019.

"Orientação: Profa. Dra. Adriana Fumi Chim Miki.

Referências.

1. Competitividade Turística. 2. Competitividade Turística - Perspectiva da Sociedade. 3. Gestão Social - Gestão de Destinos Turísticos. 4. Método Delphi. I. Miki, Adriana Fumi Chim. II. Título.

CDU 338.482(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



PARECER FINAL DO JULGAMENTO DA DISSERTAÇÃO DO(A) MESTRANDO(A)
AMANDA DE PAULA AGUIAR BARBOSA

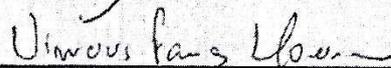
TÍTULO: "Competitividade Turística sob a perspectiva da sociedade: uma nova fronteira"

COMISSÃO EXAMINADORA

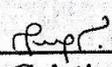
CONCEITO


Adriana Fumi Chim Miki, Dra.
Orientador(a)

APROVADO


Vinícius Farias Moreira, Dr.
Examinador(a)

APROVADO


Thays Cristina Domareski Ruiz, Dra.
Examinador(a)

APROVADO

Campina Grande, 27, de jan de 2020.

Encerrada a apresentação do Trabalho Final, a Comissão Examinadora, em sessão secreta, deliberará sobre o resultado atribuindo ao Trabalho Final do candidato um dos seguintes conceitos:

- I - Aprovado;
- II - Em exigência;
- III - Indeterminado;
- IV - Reprovado.

No caso de ser atribuído o conceito "Indeterminado", a Comissão Examinadora apresentará relatório a Coordenação, expressando os motivos da sua atribuição.

COMPETITIVIDADE TURÍSTICA SOB A PERSPECTIVA DA SOCIEDADE: UMA NOVA FRONTEIRA

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi propor e validar um conceito e determinantes para a Competitividade Turística sob a Perspectiva da Sociedade (*Tourism Competitiveness from the Society's perspective - TCS*). A pesquisa se insere como uma nova fronteira nos estudos turísticos que inclui os preceitos da gestão social na gestão de destinos turísticos, possibilitando atender ao verdadeiro fim da competitividade turística. É uma dissertação de mestrado elaborada em modelo de quatro artigos científicos que se entrelaçam e se complementam na direção de uma proposta original ao campo de estudo, portanto, diversas metodologias foram adotadas nesta pesquisa exploratória de corte qualitativo e quantitativo. Para a elaboração do conceito e modelo de Competitividade Turística sob a Perspectiva da Sociedade foram executadas duas meta-análises dos conceitos bases desta proposta: competitividade turística e gestão social. As meta-análises utilizaram as técnicas de análise de co-palavras, de conteúdo, e consenso com base no Índice Kappa. Um terceiro estudo realizou a análise de redes bibliométricas e utilizou a técnica de redes sociais com apoio do software VOSviewer permitindo analisar o status do campo competitividade turística e subsidiar uma proposta do avanço. Os resultados foram distribuídos em três artigos que formaram a revisão teórica desta dissertação. A partir destes artigos iniciais foi gerada a proposta de modelo e validado através do método Delphi com um painel internacional de 31 especialistas no tema. O estudo final validou o conceito, determinantes e variáveis para a Competitividade Turística sob a Perspectiva da Sociedade, tendo reduzido o modelo proposto de 65 para 42 variáveis. Entre as contribuições do estudo, se destaca a reconfiguração da competitividade turística para a inclusão da vertente social e a contribuição para os campos científicos do turismo e da gestão social com um modelo que pode se traduzir em uma ferramenta de gestão, reduzindo o grau de abstração da aplicação da gestão social aos territórios.

Palavras-Chave: Competitividade turística; Modelo; Gestão social; Perspectiva da sociedade; Método Delphi; Nova fronteira.

TOURISM COMPETITIVENESS FROM THE SOCIETY'S PERSPECTIVE: A NEW FRONTIER

ABSTRACT

This research aimed to propose and validate a concept and determinants for the Tourism Competitiveness from the Society's perspective (TCS), as a new frontier on the tourism field that includes the Social Management approach into the tourism destination management, enabling to meet the true goal of tourism competitiveness. It is a dissertation of a Master Degree that was developed in the model of scientific papers connected and complementaries to offer an original proposal to the study field. Therefore, many methodologies have been adopted in this exploratory qualitative and quantitative research. In order to elaborate on the concept of Tourism Competitiveness from the perspective of society two meta-analyses of the main concepts of this proposal, i.e., tourism competitiveness and social management were performed. Also, a bibliometric analysis of tourism competitiveness was executed. The meta-analysis used the co-words analysis, content and consensus technique based on the Cohen's Kappa Index. The bibliometric analysis used the social network technique supported by the VOSviewer software to analyze the field status and subsidize the theoretical proposal. The results were distributed in three papers to present the theoretical contributions of this dissertation. From these initial papers, a model to Tourism Competitiveness from the Society's perspective (TCS) was validated based on the Delphi Method through an international panel of 31 experts on the subject. The final result validated the concept, determinants, and variables for the Tourism Competitiveness from The Perspective of Society. The expert panel reduced the variables from 65 to 42. Among the contributions of this study, it highlights the reconfiguration of tourism competitiveness to include the social branch. Also, the findings contribute tourism and social management because offer a model to use as a management tool, reducing the abstraction degree of social management perspective to apply in the territories.

Key-Words: Tourism Competitiveness; Model; Social Management; Society's Perspective; Delphi Method; New Frontier.

Dedicatória

Ao meu noivo, Wesley Calixto, por todo seu carinho e apoio.

AGRADECIMENTOS

A trajetória da escrita desta dissertação não foi fácil, e chegar ao momento em que posso colocar em palavras o sentimento de gratidão pelos anjos que me ajudaram a desenvolver este trabalho me faz refletir que todo o processo valeu à pena. Estes dois anos de mestrado me fizeram perceber que o caminho pode ser mais leve, se você tem a quem recorrer quando precisar de um conselho, um abraço, ou mesmo uma fuga da dissertação para renovar as forças.

Portanto, agradeço primeiramente à minha mãe, Verônica, e à minha irmã, Vanessa, que sempre se esforçavam para me ajudar no que precisasse. A vocês, todo meu amor. Agradeço, também, à família Aguiar-Barbosa por ser a minha raiz e ter moldado boa parte do que eu sou hoje.

Ao meu noivo, Wesley, que sempre acompanhou de perto (mesmo que a quilômetros de distância) o meu progresso enquanto estudante e ser humano. Obrigada, meu amor, por compartilhar comigo todos os momentos e por me fazer imensuravelmente feliz. Te amo muito!

À família Valença-Calixto, que tão alegremente me acolheu e fez eu me sentir em casa, o meu mais sincero muito obrigada.

Às minhas amigas, presentes que a UFCG me deu, Manoela, Angélica, Dayanna e Ana Cecília, pelas confidências, pelos incentivos, pelas comemorações e momentos de apoio. Vocês são muito especiais para mim, muito obrigada por tudo!

À professora Adriana, minha orientadora, por toda paciência e dedicação. Tens a minha admiração pela grande profissional e amiga que és. Não tenho palavras para agradecer-lá.

Aos professores do PPGA/UFCG, por terem contribuído tanto para minha formação e pela amizade construída.

Aos professores da banca, pelas contribuições e recomendações.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, pela concessão de bolsa de estudos.

Finalmente, aos especialistas que responderam à Delphi que serviu de base para o desenho do modelo de Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade, muito obrigada!

LISTA DE FIGURAS

CAPÍTULO 1 (ARTIGO 1)	20
Figura 1: Autores dos conceitos de competitividade turística 1999 – 2018.....	30
CAPÍTULO 2 (ARTIGO 2)	44
Figura 1: Análise de co-palavras-chave utilizadas nos estudos internacionais de competitividade turística 1999 – 2018	51
Figura 2: Vínculos das redes de clusters de co-palavras-chave nos estudos de competitividade turística no período de 1999 – 2018.....	52
Figura 3: Análise das redes de co-citação nos estudos internacionais de competitividade turística 1999 – 2018	54
Figura 4: Formação de colégios invisíveis entre os pesquisadores da competitividade turística a nível internacional.....	55
CAPÍTULO 3 (ARTIGO 3)	59
Figura 1: Etapas do desenho metodológico da pesquisa	66
Figura 2: Famílias de palavras para os verbos (ações)	68
Figura 3: Famílias de palavras para os substantivos (o quê/quem)	69
Figura 4: Famílias de palavras para os adjetivos (qualificadores).....	70
CAPÍTULO 4 (ARTIGO 4)	80
Figura 1: Proposta de modelo para competitividade turística na perspectiva social	87
Figura 2: Redesenho do modelo de competitividade turística na perspectiva social (TCS)	103

LISTA DE TABELAS

INTRODUÇÃO	13
Tabela 1 – Estrutura do projeto de dissertação.	17
CAPÍTULO 1 (ARTIGO 1)	20
Tabela 1: Distribuição de frequência dos termos-chave por classificação léxica	31
Tabela 2: Distribuição de frequência dos elementos de ‘ação’ (verbos) – 1999-2018	31
Tabela 3: Distribuição de frequência dos elementos ‘quem/o quê’ (substantivos) – 1999-2018	33
Tabela 4: Distribuição de frequência dos elementos ‘qualificadores’ (adjetivos) – 1999-2018	35
Tabela 5: Resultados do cálculo do coeficiente de consenso entre os pares de definição ..	37
CAPÍTULO 2 (ARTIGO 2)	44
Tabela 1: Pesquisadores de competitividade turística com mais de 10 citações nas bases internacionais 1999 – 2018.....	53
CAPÍTULO 3 (ARTIGO 3)	59
Tabela 1. Distribuição de frequência dos elementos ‘ação’	72
Tabela 2. Distribuição de frequência dos elementos ‘para quem/o quê’	73
Tabela 3. Distribuição de frequência dos elementos ‘qualificadores’	75
Tabela 4. Resultados do cálculo do coeficiente de consenso entre os pares de definição...	77
CAPÍTULO 4 (ARTIGO 4)	80
Tabela 1: Determinantes do modelo para competitividade turística na perspectiva social..	88
Tabela 2: Resultados da Delphi para as variáveis do determinante emancipação.....	91
Tabela 3: Resultados da Delphi para as variáveis do determinante cocriação da oferta turística	93
Tabela 4: Resultados da Delphi para as variáveis do determinante atratividade.....	94
Tabela 5: Resultados da Delphi para as variáveis do determinante capital do destino	95
Tabela 6: Resultados da Delphi para as variáveis do determinante sustentabilidade.....	97
Tabela 7: Resultados da Delphi para as variáveis do determinante benefícios socioeconômicos.....	99
Tabela 8: Questões dicotômicas relacionadas ao modelo proposto	100
Tabela 9: Síntese dos indicadores sugeridos pelos especialistas	101
CAPÍTULO 5	105
Tabela 1: Trajetória de execução da dissertação	108

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivo geral	15
1.2 Objetivos específicos	15
1.3 Justificativa	16
1.4 Modalidade da dissertação	16
CAPÍTULO 1	
ARTIGO 1: Duas décadas de evolução do conceito de Competitividade Turística: Uma análise de co-palavras	20
Resumo	21
1.Introdução	21
2.Referencial teórico.....	23
3.Desenho metodológico	26
4.Análise e discussão dos resultados	29
4.1 Desconstrução das definições e análise de co-palavras	30
4.2 Análise de consenso.....	37
5. Conclusões.....	38
Apêndice 1a – Famílias de verbos	41
Apêndice 1b – Famílias de substantivos	42
Apêndice 1c – Famílias de adjetivos	43
CAPÍTULO 2	
ARTIGO 2 – O surgimento da perspectiva da competitividade turística social: Mapeamento e clusterização de redes bibliométricas	44
Resumo	45
1. Introdução.....	46
2. Da competitividade à competitividade turística	47
3. Procedimentos metodológicos.....	49
4. Resultados e discussões	50
5. Conclusões.....	57
CAPÍTULO 3	
Artigo 3 – Evolução do conceito de gestão social (1990-2018): uma análise de co- palavras	59
Resumo	60

1. Introdução.....	61
2. Referencial teórico.....	63
3. Aspectos metodológicos.....	66
4. Análise e discussão dos resultados.....	71
4.1 Análise de consenso.....	76
5. Conclusões.....	77
CAPÍTULO 4	
Artigo 4 – Indicadores da Competitividade Turística sob a Perspectiva da Sociedade: um estudo Delphi.....	80
Resumo.....	81
1. Introdução.....	82
2. Competitividade turística: um meio e um fim para o progresso social.....	84
3. Competitividade do turismo na perspectiva da sociedade: uma proposta de modelo.....	85
4. Desenho metodológico da pesquisa.....	88
4.1 Procedimentos de coleta de dados e análise de consenso.....	89
5. Resultados e discussões.....	90
5.1 Determinante emancipação.....	91
5.2 Determinante cocriação da oferta turística.....	93
5.3 Determinante atratividade da oferta turística.....	94
5.4 Determinante capital do destino.....	95
5.5 Determinante sustentabilidade.....	96
5.6 Determinante benefícios socioeconômicos.....	98
6. Síntese das questões dicotômicas.....	100
7. Conclusões.....	101
CAPÍTULO 5 – Considerações finais.....	105
REFERÊNCIAS.....	110
APÊNDICES.....	125
Apêndice 1 – Questionário Delphi.....	125
Apêndice 2 – Lista dos especialistas consultados.....	130
Apêndice 3 – Comprovante de submissão Artigo 1.....	131
Apêndice 4 – Comprovante de aceite Artigo 2.....	132
Apêndice 5 – Comprovante de submissão Artigo 3.....	133

INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

Os estudos de competitividade, desde a sua concepção, estiveram muito relacionados aos estudos da base econômica e, com o passar dos anos, com a influência porteriana (Medina-Muñoz, Medina-Muñoz, & Chim-Miki, 2013). No entanto, a partir de 1992, com a publicação do “*The Challenge of Competitiveness*”, Newall e colaboradores mantiveram certa relação com a questão social a partir da pressuposição de que a competitividade deve ser um meio para se atingir um fim, que em última instância, é o progresso social.

Entende-se por progresso social a capacidade de uma sociedade atender às necessidades humanas básicas de seus cidadãos, estabelecer os elementos que permitem às comunidades melhorar e sustentar a qualidade de seus habitantes criando condições para que todos alcancem seu pleno potencial (Porter, Stern, & Green, 2017). A perspectiva de Newall (1992) junto com os estudos de Porter (1990) serviram de base para o desenvolvimento dos primeiros conceitos holísticos de competitividade para destinos turísticos, no qual Crouch e Ritchie (1999) e Ritchie e Crouch (2003) a relacionaram como a capacidade de o destino gerar atração turística com preservação dos recursos e benefícios em qualidade de vida aos residentes.

A preocupação com a sociedade de acolhida tem despertado o interesse dos pesquisadores de competitividade turística. Nessa perspectiva, assuntos relacionados ao progresso social estão presentes nas análises de competitividade e são apresentados em estudos sobre bem-estar dos residentes, sustentabilidade, qualidade de vida, prosperidade social, econômica e ambiental, gestão de riscos, e inovações sociais (Andrades & Dimanche, 2017; Boes, Buhalis, & Inversini, 2016; Croes & Kubickova, 2013; Komppula, 2014; Kubickova, Croes, & Rivera, 2017; Kubickova & Lee, 2018). Os problemas gerados pelo *overtourism*, cujo excesso de fluxo turístico tem trazido problemas às comunidades, gerando extremos chamados de Turismofobia (Milano, 2017, 2018), estão na agenda dos pesquisadores, e impulsionam novos olhares sobre a competitividade turística.

Apesar da abordagem voltada para o progresso social, os índices que mensuram a competitividade turística apresentam inconsistências, avaliando mais frequentemente o desenvolvimento dos destinos sob a ótica da oferta e, em raros casos, da demanda, ou seja, não investigando sob a ótica dos principais afetados pela atividade turística: os residentes (Kubickova & Lee, 2018). Para atender seu próprio conceito, a competitividade turística deve ser mensurada e definida não apenas pela estrutura do setor turístico, mas pelo seu efeito no progresso social (Kubickova & Lee, 2018; Porter et al., 2017).

Nesse contexto, percebe-se uma estreita relação entre a competitividade turística, na medida em que tem por finalidade o progresso social dos residentes, com o objetivo da gestão social, que consiste em melhoria da qualidade de vida da sociedade, o bem comum e emancipação dos cidadãos (Fischer, 2012; Peres Jr & Pereira, 2014). A gestão social pode ser entendida como o “ato relacional capaz de dirigir e regular processos por meio da mobilização ampla de atores na tomada de decisão que resulte em parcerias intra e interorganizacionais, valorizando as estruturas descentralizadas e participativas” (Fischer, 2002, p. 3). Portanto, a intersecção destes dois conceitos, competitividade e gestão social, pode produzir um caminho para que o desenvolvimento de destinos turísticos ocorra e a competitividade turística atinja sua completude em termos de conceito, modelos de medida e prática de gestão.

Por essa razão, o presente estudo parte da premissa de que uma das formas que a competitividade turística deve ser analisada é sob a ótica dos residentes do destino turístico, sendo, portanto, necessário capturar a percepção da sociedade. Neste contexto, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: **Como a competitividade turística pode ser analisada de forma que atenda sua finalidade, que em última instância é gerar o progresso social e qualidade de vida para a população do destino turístico?** Considerando este problema de pesquisa, a seguir são apresentados os objetivos gerais e específicos.

1.1 Objetivo Geral

Propor uma evolução dos modelos de competitividade turística a partir da validação de um conceito e determinantes para a Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade, como um constructo que considere a perspectiva dos residentes do destino turístico e sua finalidade, proporcionando a união do econômico, ambiental e social.

1.2 Objetivos Específicos

- Determinar a dinâmica do conceito de Competitividade Turística ao longo dos anos, verificando o grau de consenso dos pesquisadores sobre seus elementos de forma a identificar um conceito integrador, bem como, determinar o status do conhecimento sobre competitividade turística desde os estudos primordiais no tema.
- Determinar os estágios evolutivos e o grau de consenso dos pesquisadores da Gestão social em relação a seu conceito e elementos associados, de forma a identificar o conceito integrador.

- Propor uma definição para Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade e validar seus determinantes e variáveis (Tourism Competitiveness from the society's perspective - TCS), unindo preceitos da competitividade turística com a gestão social.

1.3 Justificativa

O presente estudo justifica-se pela necessidade de propor e validar um modelo de competitividade turística que contemple a visão dos residentes do destino turístico e sua percepção sobre os impactos que o desenvolvimento turístico pode trazer a sociedade. Os residentes representam o principal interessado neste contexto (Croes & Kubickova, 2013; Kubickova & Lee, 2018), onde a competitividade deve ser um meio para se alcançar o progresso social e a gestão social uma ferramenta capaz de contribuir para o alcance desse objetivo, dado que o processo decisório se dá de maneira democrática, participativa e focada na emancipação e empoderamento dos cidadãos (Cançado, 2011).

O trabalho também se justifica pelo seu caráter inédito, pois propõe a evolução dos modelos de competitividade turística para inclusão da vertente social. Isto significa que os resultados desta pesquisa contribuirão para fortalecer a recém iniciada quarta fase evolutiva dos campos científicos da competitividade turística e da gestão social e podem por um lado, minimizar o grau de abstração da gestão social enquanto construto teórico, e por outro lado, redimensionar o que é ser competitivo no turismo.

1.4 Modalidade da dissertação

Esta dissertação adotou a modalidade de artigos conforme previsto no regulamento do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA/UFCG), e foi construída como exposto na Tabela 1. Cabe destacar que os artigos por terem sido submetidos a diferentes revistas (comprovantes no Apêndice 4) estão em idiomas e formatos diversos, fato aceito nesta modalidade de dissertação.

Tabela 1 – Estrutura da dissertação.

PROBLEMA: Como a competitividade turística pode ser analisada de forma que atenda sua finalidade, que em última instância é gerar o progresso social e qualidade de vida para a população do destino turístico?					
OBJETIVO GERAL: Propor uma evolução dos modelos de competitividade turística a partir da validação de um conceito e determinantes para a Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade, como um constructo que considere a perspectiva dos residentes do destino turístico e sua finalidade, proporcionando a união do econômico, ambiental e social..					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ARTIGO CORRESPONDENTE	PREVISÃO DE SUBMISSÃO	FONTES DADOS	METODOLOGIA: TÉCNICA DE ANÁLISE	ANÁLISE DOS DADOS
1: Determinar a dinâmica do conceito de Competitividade Turística ao longo dos anos, verificando o grau de consenso dos pesquisadores sobre seus elementos de forma a identificar um conceito integrador, bem como, determinar o status do conhecimento sobre competitividade turística desde os estudos primordiais no tema.	Artigo 1: <i>Two decades of evolution on the tourism competitiveness concept: a co-word analysis</i>	Journal of Hospitality and Tourism Management (Qualis A2) Submetido.	Bibliográfica: base de dados <i>Scopus</i> , <i>Web of Science</i> e Portal de Periódicos da Capes.	Revisão sistemática da literatura: Meta-análise.	Quali-quantitativa: Análise de conteúdo, análise de co-palavras e análise de consenso.
2: Determinar os estágios evolutivos e o grau de consenso dos pesquisadores da Gestão social em relação a seu conceito e elementos associados, de forma a identificar o conceito integrador.	Artigo 2: <i>El surgimiento de la perspectiva de la Competitividad Turística Social: Mapeo y clusterización de redes bibliométricas</i>	Revista Estudios y Perspectivas em Turismo. (Qualis A2) Submetido e aprovado.	Bibliográfica: base de dados <i>Scopus</i> , <i>Web of Science</i> e Portal de Periódicos da Capes	Análise bibliométrica de redes sociais e mapas de clusterização com apoio do Software VOSviewer	Quali-quantitativa: análise de redes e clusters.
3: Determinar os estágios evolutivos e o grau de consenso dos pesquisadores da Gestão social em relação a seu conceito e elementos associados, de forma a identificar o conceito integrador.	Artigo 3: Evolução do conceito de gestão social (1990-2018): uma análise de co-palavras.	Cadernos de Gestão Pública e Cidadania. (Qualis A4) Submetido.	Bibliográfica: base de dados <i>Web of Science</i> e Portal de Periódicos da Capes.	Revisão sistemática da literatura: Meta-análise.	Quali-quantitativa: Análise de conteúdo, análise de co-palavras e análise de consenso.
3: Propor uma definição para Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade e validar seus determinantes e variáveis, unindo preceitos da competitividade turística com a gestão social.	Artigo 4: <i>Indicators for Tourism Competitiveness from the society's perspective: a Delphi study</i>	Tourism Management Perspectives. (Qualis A1) Submissão pós-defesa.	Questionários com especialistas.	Método Delphi.	Quali-quantitativa. Método Delphi.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Além desta introdução, o presente projeto se estrutura da seguinte forma:

Capítulo 1: Composto do primeiro artigo científico gerado nesta dissertação. Apresenta a evolução do conceito de competitividade turística, com base na revisão sistemática de literatura do campo que aplica uma meta-análise com as técnicas de análise de conteúdo, análise de co-palavras e mensuração do Índice Kappa para determinar o grau de consenso entre os autores da área sobre os elementos centrais da definição de competitividade turística. O capítulo finaliza apresentando um conceito integrador e atualizado para a competitividade turística derivado da análise do consenso dos autores.

Capítulo 2: Composto do segundo artigo científico gerado nesta dissertação. Apresenta, de forma complementar ao primeiro capítulo, uma análise bibliométrica de redes sociais e mapas de clusterização com apoio do software VOSviewer dos estudos sobre competitividade turística, fornecendo uma visão geral deste campo de estudo, bem como, o status do conhecimento até o presente momento. O capítulo finaliza indicando a nova fronteira na área, com base na evolução dos estudos de competitividade turística, a qual corresponde à inserção da perspectiva social.

Capítulo 3: Composto do terceiro artigo científico gerado nesta dissertação. Apresenta a evolução do conceito de gestão social, com base na revisão sistemática de literatura do campo. Utiliza o mesmo conjunto de técnicas metodológicas aplicada no capítulo 1, portanto, faz uso de meta-análises baseado em análise de conteúdo, análise de co-palavras e mensuração do Índice Kappa para determinar o grau de consenso entre os autores da área e os elementos centrais da definição de gestão social. O capítulo finaliza apresentando um conceito integrador e atualizado para a gestão social derivado da análise do consenso dos autores

Capítulo 4: Composto do quarto artigo científico gerado nesta dissertação. Apresenta a proposta de modelo, conceito, determinantes e variáveis para a Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade (TCS). Este capítulo reúne as perspectivas teóricas apresentadas nos capítulos anteriores de forma a propor um modelo e seus determinantes. Também, apresenta a validação da proposta através da análise de especialistas de diversos países utilizando o método Delphi. O capítulo finaliza com a proposta inicial redesenhada com base na validação realizada com o painel de especialistas.

Capítulo 5: Apresenta as considerações finais da dissertação, desta forma, trata-se de uma compilação dos principais resultados dos artigos que formaram os capítulos anteriores, e representa os achados finais desta dissertação de mestrado. O capítulo finaliza com a síntese dos resultados, limitações e propostas de estudos futuros para o seguimento da construção teórico-empírica que tratou esta dissertação.

CAPÍTULO 1

**DUAS DÉCADAS DE EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE
COMPETITIVIDADE TURÍSTICA: UMA ANÁLISE DE
CO-PALAVRAS.**

TWO DECADES OF EVOLUTION ON THE TOURISM COMPETITIVENESS CONCEPT: A CO-WORD ANALYSIS¹

Amanda de Paula Aguiar Barbosa
Adriana Fumi Chim-Miki
Federal University of Campina Grande, Brazil

ABSTRACT:

This paper provides the evolution of tourism competitiveness perspectives through analyzing the pillar of a study field: its concept. It performed a systematic analysis with 130 definitions using a Co-word Analysis, lexical deconstruction, and Kappa index. The concept of tourism competitiveness step-to-step incorporated new key-points to change the status of competitiveness as a goal, and finally to be the way to provide local development. The consensus index evolved among the academic community during the stages of its historical development and, emerged three major theoretical streams. The growth of internal consistency and centrality degree of the key terms that have shaped the concept showed the emergence of a new frontier. There is a reduction in the analysis of competitiveness based on the supply and demand side and, the rise of studies focused on the population directly affected by tourism. Therefore, an enrichment of the theoretical corpus with new lines of research.

Keywords: Tourism competitiveness; Co-Words Analysis; Key-points; Theoretical consensus; New frontier.

1. INTRODUCTION

The local development was associated with improved competitive performance to promote sustainable and quality of life. In this way, the competitiveness reflects several areas and it became a complex, multidimensional and relative concept (Dorta-Afonso & Hernández-Martín, 2015). In the tourism sector, the scholars dedicated a vast literature on the topic, however, according Novais, Ruhanen, & Arcodia (2018) the definition has a lack of legitimacy due to the inconsistency among concept and models caused by the its multifaceted nature (Li, Song, Cao, & Wu, 2013).

The most recognized concept of tourism competitiveness was written by Ritchie and Crouch (2003). These authors linked the competitiveness with tourism attraction, preservation of the resources, and benefits in quality of life to the destination's resident, therefore, they aligned sustainable productiveness to achieve competitiveness in a tourism destination. This

¹ Submitted to Journal of Hospitality and Tourism Management em 10/11/2019 (comprovante anexo).

Acknowledgment: We thank the CAPES Foundation, Ministry of Education of Brazil, for the support for research performed through the scholarship No. 8888.7221017/2018-00.

line of perspective follows the Newall (1992) approach, that is, to be competitive is not the goal, instead, it is a way to increase the standard of living of citizens.

The focuses on the resident had been recognized by different viewpoints, such as, satisfying and memorable experiences with improvement of residents' well-being (Azzopardi & Nash, 2013; Kubickova & Lee, 2018) or social capital sustained by participatory governance, growth of social, economic and environmental prosperity for stakeholders (Boes et al., 2016). Due to the broad range of theoretical approaches, the literature presents a degree of discrepancy between definition and measurement of tourism competitiveness, and after two decades of publications on tourism competitiveness, the concept is still labeled as vague (Cracolici, Nijkamp, & Rietveld, 2008; Hanafiah, Hemdi, & Ahmad, 2015; Li et al., 2013; Novais et al., 2018) and faraway of your goal (Chim-Miki & Domareski-Ruiz, 2018; Croes & Kubickova, 2013).

Another approaches on competitiveness, also toward the impact on citizens, emerged on the literature, for instance, studies on the risk management and the social innovation management (Boes, Buhalis, & Inversini, 2016). These new perspectives emerged caused by the adverse effects of competitiveness. Thus, the scholars highlight impacts on society beyond economic and environmental dimensions and point out new competitiveness models (Kubickova, Croes, & Rivera, 2017; Kubickova & Lee, 2018).

Indeed, researchers on tourism competitiveness have discussed the construct evolution and its models of measurement to a practical application (Croes & Kubickova, 2013). However, none of them used the concept of tourism competitiveness as a unit of analysis to identify its actual state-of-the-art. Ronda-Pupo & Guerras-Martin (2012) emphasized the importance of consolidating or rejecting concepts by verifying general acceptance rather than just pursuing the formulation of new concepts in the social sciences. This idea justified our study because we offer a breakthrough to tourism competitiveness field. The objective of our research was to analyze the evolution of tourism competitiveness concept over the years, verifying its state-of-the-art and the consensus degree among scholars on its constituent elements in order to propose an integrative and updated concept.

In order to achieve the research objectives, we performed a qualitative and quantitative analysis of 130 definitions of tourism competitiveness published during 1999-2018. This analysis allowed us to identify a consensual definition of the concept and its evolution over time. We adopted a set of methodologies similar used by Nag, Hambrick and Chen (2007) and Ronda-Pupo and Guerras-Martin (2012) in their studies on strategy concept. Thus, a

deconstruction of concepts in nouns, verbs, and adjectives was performed through a Co-word Analysis, followed by a consensus analysis using the Kappa index.

The paper is organized as follows: Section 1 is the introduction to the topic; Section 2 provides the theoretical background on competitiveness and its transposition to tourism studies; Section 3 details the methodological procedures for all phases of the analysis; the results from each method of analysis used is presented in Section 4; finally, Section 5 present the conclusions, limitations and suggestions of future research, besides offering the integrative concept extracted from the consensus among the authors.

2. THEORETICAL BACKGROUND

By Porterian view, competitiveness can be explained by the development of an environment of high technological differentiation and, the mobility of labor and information among nations (Porter, 1990). The success and prosperity of a country depend on the availability of national industries to serve its customers better than its competitors (Koc, 2009), i.e., to present competitive advantages (Porter, 1990).

Nevertheless, nowadays only achieving better performance than competitors is not enough to characterize an activity or region as competitive. It is necessary to consider the various aspects inherent to the complexity of what became the current concept of competitiveness (Cracolici et al., 2008). Armenski, Dwyer and Pavluković (2018) point out the concept of competitiveness has shifted from comparative advantage focus based on endowed resources (natural, socio-cultural, etc.) towards a focus on management to increase the competitive advantage and quality of life of the population. However, this emphasis was already the initial understanding of the concept in the 1990s (e.g., Newall, 1992), although the economic focus of analysis used by some scholars has distorted the perspectives.

The theoretical debates on competitiveness were incorporated into tourism primarily as a result of the studies of Crouch and Ritchie (1999) and Dwyer and Kim (2003) that started focused on attractiveness and image of tourism destinations and added the dimensions of management, satisfaction, quality of life, and preservation of natural resources.

Several authors followed in the footsteps of Crouch and Ritchie proposing multidimensional models, complex concepts and tools to measure competitiveness. Therefore, different streams (although not exclusive) outlined the tourism competitiveness, theoretically and empirically. The first theoretical stream focused mainly on economic bias and analysis from the supply perspective. In this viewpoint to be competitive, the destination needs a higher level

of productivity of its tourism products (e.g. Dwyer, Forsyth, & Rao, 2000; Pavlović & Čavlin, 2014); to be attractiveness (Enright & Newton, 2004; Hong, 2009); to use efficiently the available resources (e.g. Cracolici et al., 2008; Krstić, Jovanovic, & Stanisić, 2014); to improve profitability and economic impacts for the region (e.g. Buhalis, 1999; Maráková, Dyr, & Wolak-Tuzimek, 2016). This line of studies produced competitiveness concepts focused on the dimensions of tourism attractiveness and generated many measurement tools or models with aspects mainly linked to infrastructure, resources, and management. Therefore, instruments that reflect a capacity, i.e., potential competitiveness of the tourism destination (Croes & Kubickova, 2013).

The second significant theoretical stream analysis the tourism competitiveness from the demand perspective. These studies are based on satisfaction (Cucculelli & Goffi, 2016; Dorta-Afonso & Hernández-Martín, 2015; Goffi & Cucculelli, 2014), in the memorable tourism experience (Fortes, Ratten, Barcellos, & Estevão, 2018; Romão & Nijkamp, 2017) and, quality (Buhalis, 1999; Daskalopoulou & Petrou, 2009; Vanhove, 2002). These researches come from a theoretical base related to the destination image and generated concepts of competitiveness focused on the tourism experience. Also, they created models of analysis or measurement from the tourist experience in the destination (Bahar & Kozak, 2007; Kim, Crompton, & Botha, 2000). Nevertheless, this analytical perspective is scarcer in the literature (Chen, Chen, & Lee, 2011).

The third stream of studies is recent, and primarily based on the concepts of social progress, empowerment, and governance, thus, it analyzes the tourism competitiveness based on the perspective of the destination residents. This new perspective still offers a few models of measurement in the literature (Boes, Buhalis, & Inversini, 2016). These studies inserted the concern that Destination Management Organizations (DMO) should have about environmental questions in tourism development (de-Arriba, 2011; Mihalič, 2000); their ability to be sustainable and preserve the environment for both current and future generations (Chen, 2015; Heath, 2003; Papp & Raffay, 2011; Vanhove, 2002; Xue, Suocheng, Xianfeng, & Guanghai, 2009); and, social questions including the generation of socioeconomic development and quality of life for the destination' residents (Croes & Kubickova, 2013; Kayar & Kozak, 2010; Kubickova et al., 2017; Pollice & Iulio, 2011).

This last stream argued that the tourism activity of a region is no longer competitive when it is not accepted by the residents, because the ideas of growth, economic impacts, and social

benefits for the host community are key-points in the concept competitiveness, side by side with tourist satisfaction (Romão & Nijkamp, 2017).

Another synthesis of the literary perspectives on tourism competitiveness was offered by Kubickova and Lee (2018) in a study of Cuba's position concerning the Tourism & Travel Competitiveness Index (TTCI). These authors affirmed that the definitions about the concept of tourism competitiveness are mainly concentrated in four components: (i) ability to sustainably implement resources, (ii) a memorable experience of tourists, (iii) superior performance and (iv) quality of life. Additionally, they point out that, until now, the approaches are not yet complete from the perspective of social context.

Indeed, in management practice and empirical research is observed that from the debates on tourism competitiveness as a construct, a theoretical point view emerged sought to operationalize the concept through measures using determinants and indicators (Crouch, 2011; Dwyer & Kim, 2003; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005; Hong, 2009; Mazanec, Wöber, & Zins, 2007). Despite the enormous challenge and criticism of measuring a concept of this magnitude, over the years several proposals have emerged. Also, international and national tools have been consolidated, for instance, the Competitiveness Monitor of Gooroochurn and Sugiyarto (2005) and the Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) published by the World Economic Forum (WEF). However, these monitors related competitiveness to supply variables (tourism industry), and a few variables on the demand side (destination visitors), leaving a gap in a fundamental factor that is the perception of the residents about the effect of the tourism activity in their lives, which ultimately represents the tourism destination competitiveness (Croes & Kubickova, 2013).

Competitiveness should measure not only the structure of the tourism industry but the effect of tourism activity on social progress. According to Porter, Stern and Green (2017), social progress is society's ability to meet the basic human needs of its citizens, establish the elements that enable people and communities to improve and sustain the quality of their lives and create the conditions for everyone to reach their full potential (Porter et al., 2017).

Bibliometric analyzes of competitiveness studies have been carried out by some authors to reflect the state-of-the-art in the field. For instance, Medina-Muñoz et al. (2013) showed that the most used source is the Calgary Model of Crouch and Ritchie (1999), also that the literature agreed to study it from different angles because of the multidimensionality of competitiveness. The essay also offers critical studies on models and monitors of competitiveness, mainly because they do not reflect the real competitiveness but rather the potential competitiveness

(Croes & Kubickova, 2013). Besides, the models not including the goal, only the means to achieve competitiveness, since they no include the social questions (Kubickova et al., 2017; Kubickova & Lee, 2018).

Researches specifically on the evolution of the competitiveness concept are rarer in the literature. Recently, Novais, Ruhanen and Arcodia (2018) conducted a phenomenological study with 25 stakeholders to define tourism competitiveness. Their results indicated three conceptions linked to (1) perception of destination, (2) destination performance, and (3) destination competitiveness as a long-term process.

Despite the contribution to the field of tourism, the studies previously cited have limitations on sampling, or methods not adequate to verify the consensus in the literature on the concept of tourism competitiveness. Thus, our study differs from previous ones, because we cover the whole period from the beginning of the construct, analyzing three significant periods through qualitative and quantitative techniques and allowing the integration of the different theoretical-practical streams around the tourism competitiveness.

3. METHODOLOGICAL DESIGN

The unit of analysis of this study is the concept of tourism competitiveness. Therefore, a set of 130 definitions (Figure 1) formulated between 1999-2018 were analyzed and segmented in three periods, allowing to verify its historical evolution. It is a qualitative and quantitative exploratory research that uses a combination of techniques, namely: Content Analysis, Analysis of Co-words, Consensus Analysis.

The combination of Content Analysis and Co-words analysis has been applied in academic research (He, 1999; Rokaya, Atlam, Fuketa, Dorji, & Aoe, 2008; Ronda-Pupo & Guerras-Martin, 2012) since it allows to define state-of-the-art, as well as to understand the evolution of concepts and theoretical perspectives from the revelation of occurrence or absences of keywords. It is a method of information metrology that expresses when one or more professionals use similar terms, showing consensus in the theoretical views, besides contributing to visualize the intellectual structure of the field (Callon, Rip, & Law, 1986).

Co-words Analysis, as well as bibliometric methods, when associated with other techniques, minimize the subjectivity of the analysis. They potentiate the results, guaranteeing the fulfillment of internal and external validity of the research and reliability of the results (Rokaya, Atlam, Fuketa, Dorji, & Aoe, 2008). Also, in this research to support Co-Words Analysis, we used the Consensus Analysis (Cohen, 1960), a technique to determine the level of

agreement between definitions analyzed. We explain below the steps of the methodological process.

Step 1: Unit of Analysis

The central axis of analysis is the concept of tourism competitiveness extracted from the studies published in the Scopus and Web of Science (WoS-ISI) databases. Also, we included the Capes Periodicals Database which covers 248 national and international scientific journals besides Scopus and WoS. Thus, we included the two most extensive databases of anonymously reviewed literature on quality websites (Meho & Yang, 2007) and the most significant Brazilian database of scientific papers. To the selection of papers was considered two criteria: (1) Studies published as scientific article between 1999-2018 (both inclusive); (2) Studies should contain one of the following keywords in the title: tourism competitiveness; competitiveness and tourism; or, competitiveness and destination.

The search was conducted in October 2018, resulting in 258 publications in the CAPES Periodicals database, plus 76 publications that were in the Scopus/WoS database, but not integrated into the Portal Capes. There was 123 overlapping among these 334 articles and, 81 did not present a concept of tourism competitiveness. Thus, the final sample was 130 scientific paper valid for the extraction of the concept to be analyzed.

The 19-year period between 1999-2018 practically covers the field timeline, but we segmented into three stages. The initial year was defined due to the noteworthy publication of Crouch and Ritchie (1999) with the Calgary Model that marked the adaptation of the general concept of competitiveness for tourism. A Porterian inheritance derived from the Diamond Model (Porter, 1990) characterized the first period of studies (1999-2004).

The second period, 2005-2010 was defined due to the renewal of the concept and the emergence of holistic models to tourism competitiveness. In this period occurred the inclusion of the sustainability aspect, which received recognition in Ritchie and Crouch (2003) book, entitled "The competitive destination: A sustainable tourism perspective," and becoming the work most cited by the scholars of this topic (Medina-Muñoz, Medina-Muñoz, & Chim-Miki, 2013). In 2011 onwards there has been high growth in publications on tourism competitiveness. That means, the theme entered researchers' agenda, but at the same time indicated a profusion of new approaches. Thus, 2011-2018 was defined as the last period in this analysis (Kubickova & Lee, 2018).

Step 2: Deconstruction of definitions

We assume that the central ideas of tourism competitiveness are highlighted by authors as key terms, so the aim of deconstructing each definition was to extract them to identify and analyze the essence of the concept and the structural evolution along the periods pre-defined. Nouns, verbs, and adjectives are the most used as units of text in exploratory content analysis (Carley, 1993). Therefore, we extract:

- ✓ Verb (Action): For that, the content analysis should answer the question: "What action is taken to be competitive?"
- ✓ Noun: What is the essence of the concept? "What?" And "To whom?"
- ✓ Adjective: Characteristics that distinguish or qualify tourism competitiveness. "In what ways is it different?"

Step 3: Creation of word families and conceptual elements

According to Chrisman, Hofer and Boulton (1988) and Furrer, Thomas and Goussevskaia (2008) Co-word analysis allows to establish classifications that are sets of entities sufficiently similar to each other, but with a differentiated degree between sets that must be named and delimited. Therefore, the terms resulting from the deconstruction of the definitions in Step 2 (nouns, verbs, and adjectives) were grouped into word families and conceptual elements (Appendices 1a, 1b, and 1c). Word families are the set in which the conceptual elements belong (action, for whom / who and qualifiers) and conceptual elements refer to groupings of similar words, according to criteria:

- 1) Words used as synonyms in the concepts - for example, raise, raise, and achieve;
- 2) Words used in a specific context that were modified using suffixes that lead them to another category - for example, 'attraction' or 'attractiveness', or 'attractive'.
- 3) Words that despite not being synonyms directly were used in the same context - example: 'to take' and 'to conduct';

Step 4: Consensus Analysis

This stage verified the level of consensus of words used by the authors in their definitions over time. The Consensus Analysis consisted of:

- 1) Creation of a two-mode matrix as indicated by Ronda-Pupo and Guerras-Martin (2012): the conceptual elements as a unit of analysis in the rows and definitions as variables in the columns. In this way, we do not compare definition versus definition (co-author analysis), but instead,

term versus term (co-word analysis). The matrix is coded using dichotomous variables: 1 if the conceptual the element is present in the definition and 0 if it is absent.

2) We adapted the Kappa Index (Cohen, 1960) using the input information of the two-mode matrix. In the original version, proposed by Cohen (1960), this index determined the degree of agreement between evaluators and methods. In our study, the Kappa coefficient measured the degree of consensus among definitions based on conceptual elements of tourism competitiveness concepts. Our contingency table considered whether the conceptual element appears in a definition, more than one, and does not appear in any definition. Consensus calculation was performed by periods. The procedures were similar to those indicated by Noyons and Van Raan (1998), and carry out previously by Ronda-Pupo and Guerras-Martin (2012) to strategy concept. The formula to calculate the Kappa index is:

$$K = \frac{Po - Pe}{1 - Pe}$$

Po=Observed agreement degree

Pe=Expected agreement degree.

Kappa coefficient varies from -1 to 1. The perfect agreement is K=1, so the closer to 1 is its value, the higher is the indication that there is a concordance between the concepts. In the opposite, the closer to zero or -1, the higher is the indication that the agreement is purely random.

4. ANALYSIS AND DISCUSSION OF RESULTS

The results over time showed a growth in the conceptualizations of tourism competitiveness. The first period presented 12 definitions; in the second period we found 28 definitions; and, the third period 90 definitions were given by scholars. Figure 1 shows the authors of each period.

Figure 1: Authors of tourism competitiveness concepts 1999-2018

	Authors
Step 1 12 definitions 1999-2004	(Buhalis, 1999; Crouch & Ritchie, 1999; d’Hauteserre, 2000; L Dwyer, Livaic, Tourism, & 2003; Larry Dwyer et al., 2000; Enright & Newton, 2004; Hassan, 2000; Heath, 2003; Huybers & Bennett, 2003; Mihalič, 2000; Thomas & Long, 2000; Vanhove, 2002)
Step 2 28 definitions 2005-2010	(Albuquerque, Martins, & Costa, 2009; Barbosa, Oliveira, & Rezende, 2010; Claver, Molina, & Pereira, 2007; Connolly, 2007; Cracolici & Nijkamp, 2009; Cracolici et al., 2008; Cunha, S. K., & Cunha, 2005; Das & Dirienzo, 2010; Das & DiRienzo, 2009; Daskalopoulou & Petrou, 2009; Enright & Newton, 2005; Gomezelj & Mihalič, 2008; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005; Kayar & Kozak, 2010; Koc, 2009; C.-F. Lee & King, 2009; C.-T. Lin & Huang, 2009; Mangion, Durbarry, & Sinclair, 2005; Mazanec, Wöber, & Zins, 2007b; Miller, Henthorne, & George, 2008; Minghetti & Montaguti, 2010; Moraes, 2006; J. R. Ritchie & Crouch, 2010; Robu, Student, & Balan, n.d.; Shi, Zhang, Yang, & Zhou, 2007; Şuşu & Public, 2009; Vaso, 2010; Xue et al., 2009)
Step 3 90 definitions 2011-2018	(Abreu Novais, Ruhanen, & Arcodia, 2018; Alberti, Giusti, Alberti, & Giusti, 2014; Andrades-Caldito, Sánchez-Rivero, & Pulido-Fernández, 2013; Andrades & Dimanche, 2017; Armenski, Dwyer, & Pavluković, 2018b; Armenski et al., 2018a; Attila, 2016; Augustin & Liaw, 2017; Ayikoru, 2015; Bagarić & Žitimić, 2013; Berbeniciuc-Mititiuc, 2013; Boes et al., 2016; Booyens, 2016; Bosnić, Tubić, & Stanišić, 2014; Bozóti, 2015; Camisón & Forés, 2015; Chen, 2015; Chim-Miki & Domareski-Ruiz, 2018; Costea, Hapenciuc, & Bejinaru, 2016; Croes & Kubickova, 2013; Das & Dirienzo, 2012; de-Arriba, 2011; de la Puente, 2018; Dodescu & Cohut, 2014; Domínguez Vila, Darcy, & Alén González, 2015; Dorta-Afonso & Hernández-Martín, 2015; Dragicevic, Jovicic, Blesic, Stankov, & Boskovic, 2012; Drakulić Kovačević, Kovačević, Stankov, Dragičević, & Miletić, 2018; Estevão & Nunes, 2015; Estevão, Nunes, Ferreira, & Fernandes, 2018; Fortes, Ratten, Barcellos, & Estevao, 2018; Ganguli & Ebrahim, 2017; García-Almeida & Hormiga, 2017; García-Almeida & Klassen, 2017; Goffi, 2013; Greenwood & Dwyer, 2015; Gryszel & Walesiak, 2018; Hallmann, Müller, Feiler, Breuer, & Roth, 2012; Hong, 2017; Iunius, Cismaru, & Foris, 2015; Ji, Li, & King, 2016; Khan, Qianli, SongBo, Zaman, & Zhang, 2017; Knežević Cvelbar, Dwyer, Koman, & Mihalič, 2016; Komppula, 2014; Koroteeva et al., 2016; Krstic, Jovanovic, Jankovic-Milic, & Stanisic, 2016; Krstić, Radivojević, & Stanišić, 2017; Krukowska & Swieca, 2018; M Kubickova et al., 2017; M Kubickova & Lee, 2018; M Kubickova & Li, 2017; Marketa Kubickova, 2016; Küçükaltan, 2016; J. (Stephen) Lee, Choi, & Breiter, 2016; Leung & Baloglu, 2013; C. T. Lin & Goay, 2015; Lo, Chin, & Law, 2017; Mahika, Bran, & ȚIGU, 2014; Maráková et al., 2016; Maravić, Bednarik, Kinesiologiae, & 2015, n.d.; Margarida Custódio et al., 2014; Martín, Mendoza, & Román, 2017a, 2017b; Mendieta-Peñalver, Perles-Ribes, Ramón-Rodríguez, & Such-Devesa, 2018; Mendola & Volo, 2017; Monteiro & Fernandes, 2015; Nair & Songan, 2016; Nasser, 2012; Palatková & Hrubcová, 2014; Pappas, 2015; Pavlović & Čavlin, 2014; Peng & Tzeng, 2012; Perez, 2015; Perna, Custódio, & Oliveira, 2018; Plessis & Saayman, 2018; Pollice & Iulio, 2011; Pulido-Fernandez, Cardenas-Garcia, & Sanchez-Rivero, 2014; Romão & Nijkamp, 2017; Shousheng, Chunfeng, & Teng, 2012; Silva & de Jesus Santos, 2015; Teixeira & Ferreira, 2018; Topolansky Barbe et al., 2016; Turtureanu, 2012; Utami, Hartono, & Awirya, 2016; Valeri, 2015; Webster & Ivanov, 2014; Xu, Shen, Liu, Tang, & others, 2014; Zehrer, Smeral, & Hallmann, 2017)

Source: Elaborated by the authors

4.1 Deconstruction of definitions and analysis of co-words

Results of Content analysis generated 621 different terms after the deconstruction of the 130 definitions. 145 terms represent actions (verbs) to be competitive; 244 terms represent to whom or what these actions intended (nouns); and, the remaining 232 terms are the characteristics and qualifiers (adjectives) of competitiveness according to authors. In the three categories, most of the terms appear only in one definition (Table 1), 49.6% in the actions, 63.1% in the what and who family, and 72.4% in the qualifiers of tourism competitiveness. This first analysis showed the broad range used by the authors and confirmed the literature

assumption that the comprehensive view of study leads to a dispersion in the theoretical construct.

Table 1: Frequency distribution of the key terms by lexical classification

	Action to be competitive (Verbs)		For who and what (Nouns)		Characteristics and qualifiers (Adjectives)	
	Number	%	Number	%	Number	%
Appears in one definition	72	49.66%	154	63.11%	168	72.41%
Appears in two definitions	25	17.24%	39	15.98%	29	12.50%
From two to five definitions	27	18.62%	33	13.52%	23	9.99%
From six to 15 definitions	13	8.97%	12	4.92%	10	4.31%
From 16 to 55 definitions	8	5.52%	6	2.46%	2	0.90%
Total	145		244		232	

Source: Elaborated by the authors

The terms were grouped for the creation of word families and conceptual elements according to step 3 of the methodological process. In the analyzed concepts, the 145 verbs found appeared 555 times. They formed 14 word-families (Appendix 1a) which frequency distribution was extracted to evaluate the evolution in the three established periods (Table 2). The essential actions to be competitive can be deduced through the main elements, i.e., 'preserve,' 'offer,' 'create' and 'to be.' Also, noteworthy the elements 'maximize,' 'measure,' 'attract' and 'satisfy' elements because presented a significant increase in their linkage with the tourism competitiveness construct over the years.

Table 2: Frequency distribution of Action elements (Verbs) 1999–2008

Nº	Conceptual Element	1999-2004 N=12	2005-2010 N=28	2011-2018 N=90	Total N=130
1	Involve	(3;25.0%)	(3;10.7%)	(15;16.7%)	(21;16.2%)
2	Do	(2;16.7%)	(3;10.7%)	(15;16.7%)	(20;15.4%)
3	Contribute	(3;25.0%)	(3;10.7%)	(19;21.1%)	(25;19.2%)
4	Maximize	(3;25.0%)	(7;25.0%)	(39;43.3%)	(49;37.7%)
5	Measure	(1;8.3%)	(7;25.0%)	(28;31.1%)	(36;27.7%)
6	Preserve	(1;8.3%)	(15;53.6%)	(47;52.2%)	(68;52.3%)
7	Offer	(2;16.7%)	(9;32.1%)	(59;65.6%)	(70;53.8%)
8	Create	(2;16.7%)	(10;35.7%)	(46;51.1%)	(58;44.6%)
9	Optimize	(4;33.3%)	(2;7.1%)	(26;28.9%)	(32;24.6%)
10	To be	(6;50.0%)	(8;28.6%)	(57;63.3%)	(71;54.6%)
11	Cooperate	(2;16.7%)	(10;35.7%)	(8;8.9%)	(20;15.4%)
12	Attract	(3;25.0%)	(8;28.6%)	(28;31.1%)	(39;30.0%)
13	Manager	(3;25.0%)	(4;14.3%)	(21;23.3%)	(28;21.5%)
14	Satisfy	(1;8.3%)	(3;10.7%)	(14;15.6%)	(18;13.8%)
	Total	41	92	422	555

Source: Elaborated by the authors

During 1999-2004 predominated the conceptual elements 'to be' (50%) and 'optimize' (33.3%) in the tourism competitiveness concepts. It indicated the concern of the authors with efficiency in the tourism industry (Hassan, 2000) for a better performance related to the critical success factors of a tourism destination that corresponds to an initial economic and porterian phase (Crouch & Ritchie, 1999; Thomas & Long, 2000).

The second period, 2005-2010, was a transition phase in the tourism competitiveness perspectives. Concepts most of the times based on economic view began to include sustainability ideas. The Content analysis demonstrated significant reductions in the use of the conceptual elements 'optimize' and 'to be' and, increase the use set of terms grouped in the element 'preserve' (53.3%), 'cooperate' (35.7%) and 'create' (35.7%). On the one hand, there are authors who predominantly used the verbs of the group 'create', in order to promote high quality tourism experiences (e.g. Daskalopoulou & Petrou, 2009), demand conditions and market share (e.g. Cracolici et al., 2008) through public-private cooperation and investment support at destination (e.g. Xue, Suocheng, Xianfeng, & Guanghai, 2009). On the other side, authors are presented concepts considering the sustainability of destiny as the key to the harmonious development of communities (e.g. Moraes, 2006), as well as the preservation of the destination's natural capital for future generations (e.g. Gomezelj & Mihalič, 2008; Lee & King, 2009; Mazanec, Wöber, & Zins, 2007).

In the third period (2011-2018) the set of elements 'offer'(65.6%), 'to be' (63.3%), 'preserve' (52.2%) and, 'create' (51.1%) were the most used in the definitions of tourism competitiveness. The results indicated a ransom to the economist values of the first phase of the concept. The verbs belonging to the element 'offer' and 'to be' refer to the destination capacity to promote actions, conditions, products and services to improve its productivity. Nevertheless, they link the element 'create' both to satisfaction and innovative experiences to the visitors (e.g. Armenski et al., 2018; Das & Dirienzo, 2012; Pulido-Fernandez, Cardenas-Garcia, & Sanchez-Rivero, 2014; Romão & Nijkamp, 2017; Xu et al., 2014), as jobs and economic development to the tourism destination (e.g. Armenski et al., 2018; Lin & Goay, 2015; Maravić, Bednarik & Kinesiologiae, 2015; Pulido-Fernández & Rodríguez-Díaz, 2016). Also, the authors maintain frequency in the verbs of the element 'preserve' assuming that a competitive destination is capable of managing the natural resources to guarantee the future generations (e.g. Vila, Darcy, & Alén González, 2015; Gryszel & Walesiak, 2018; Kubickova & Lee, 2018).

The 244 nouns (whom/ what) extract by the deconstruction of 130 concepts of tourism competitiveness totaled 577 repetitions (Table 3) grouped into nine conceptual elements (Appendix 1b).

Table 3: Frequency distribution of 'to who and what' elements (Nouns) 1999–2008

Conceptual Element	1999-2004 N=12	2005-2010 N=28	2011-2018 N=90	Total N=130
Territory	(2;16.7%)	(12;42.9%)	(35;38.9%)	(49;37.7%)
Local Population	(3;25.0%)	(9;32.1%)	(62;68.9%)	(74;56.9%)
Visitants	(2;16.7%)	(7;25.0%)	(57;63.3%)	(66;50.8%)
Quality of Life	(1;8.3%)	(0;0.0%)	(9;10.0%)	(10;7.7%)
Tourism Offer	(13;108.3%)	(24;85.7%)	(69;76.7%)	(106;81.5%)
Management	(7;58.3%)	(23;82.1%)	(49;54.4%)	(79;60.8%)
Environmental	(3;25.0%)	(6;21.4%)	(25;27.8%)	(34;26.2%)
Productivity	(6;50.0%)	(11;39.3%)	(56;62.2%)	(73;56.2%)
Capital of the destination	(10;83.3%)	(12;82.1%)	(53;58.9%)	(86;66.2%)
Total	47	115	415	577

Source: Elaborated by the authors

In the first period, the results highlight the elements 'tourism offer' (13 times, 108.3%), 'destination capital' (10 times, 83.3%) and 'management' (7 times, 58.3%). Both the tourism offer and the destination capital are considered the primary resource to develop the tourism sector in any destination (Enright & Newton, 2004). They refer to aspects and determinants that affect the attractiveness of the tourism destination through qualitative and quantitative factors (e.g. Dwyer et al., 2000), in the form of physical, cultural, social and environmental features (e.g. Vanhove, 2002). Also, it is observed that already in the first period of the concept, the authors associated the tourist competitiveness with destination management. And, although in an embryonic way, the authors emphasized the need for local organizations and markets (e.g. Thomas & Long, 2000) and efforts toward sustainable management (e.g. Mihalič, 2000).

Concerning nouns, in the second period, there is a greater dispersion in the frequency of terms used in the definitions of tourism competitiveness. The largest concentrations were in the elements 'tourism offer', 'management,' 'destination capital' and 'territory.' The authors' perception regarding the 'tourism offer' remains like the previous period, which understands that competitiveness is achieved through the offer of products and services with quality. However, the concepts focus on the efficient combination between resources and inputs of the tourism industry (e.g. Cracolici et al., 2008) and (e.g. Ritchie & Crouch, 2010). The 'management' element presented an appeal to efforts for investments physical, human capital and technological (e.g. Şuşu & Public, 2009). It also focuses on the management of relationships in tourism activity and in the evolution of networks to increase the

competitiveness of a destination (e.g. Minghetti & Montaguti, 2010). This focus includes the programs, structures, systems, and processes manageable by individuals, organizations or through collective actions (e.g. Daskalopoulou & Petrou, 2009).

At the turn, terms of the element 'capital of the destination' in the concepts of tourism competitiveness of the 2a period were predominantly related to the natural capital and its preservation for future generations (e.g. Gomezelj & Mihalič, 2008; Lee & King, 2009). In this period, the element 'territory' marked the authors' perception that tourism competitiveness should be analyzed from a macro or micro perspective, i.e., a country (e.g. Vasile & Balan, 2009), a region (e.g. Cracolici & Nijkamp, 2009), a city or community (e.g. Daskalopoulou & Petrou, 2009).

The third phase of the concepts of tourism competitiveness showed a higher frequency in the conceptual elements. Results highlighted 'tourism offer' (76.7%), 'local population' (68.9%), 'visitors' (63.3%) and 'productivity' (62.2%). The 'tourism offer' was the only element in the 3a period that also was highlighted in the previous ones, but at this period it comes with a different approach. On the one hand, some authors, for instance Gryszel and Walesiak (2018) maintain the perspective of the previous years, i.e., tourism offer should be based on products and services that allow satisfactory and memorable experiences to the visitors. On the other hand, authors like Armenski et al. (2018) and Romão and Nijkamp (2017) defend that tourism competitiveness should also offer new jobs and quality of life to the host community.

The third phase of the concept of tourism competitiveness also presented frequently occurrence in the 'for whom' elements. To 'local population' the authors believe that the competitiveness of destination should increase the quality of life and well-being of residents (e.g. Cvelbar, Dwyer, Koman, & Mihalič, 2016). This result shows an alignment of Newall's (1992) approach of competitiveness as an intermediary goal for the community to achieve prosperity (e.g. Kubickova, 2016; Palatková & Hrubcová, 2014; Santos, Ferreira, & Costa, 2014). For 'visitors', tourism competitiveness was related to satisfaction and memorable experiences (e.g. Armenski et al., 2018; Cvelbar et al., 2016). At this period, the terms of the 'productivity' element refer to increased destination attractiveness, price competitiveness as a differential consequently increased tourism flows and revenues. (e.g. Komppula, 2014; Pavlović & Čavlin, 2014; Utami, Hartono, & Awirya, 2016).

In sum, over the years in the concept of tourism competitiveness increases the use of conceptual elements 'local population' and 'visitors,' while decreases the use of 'tourism offer' and 'destination capital.' That means, there is a reduction in the offer perspective but remains

the focus on demand (productivity). However, we can see a search of balance through the beginning of a view on the local population and the visitor. Therefore, the new frontier in the field is reducing the economic focus to investigate alternative paradigms with a social focus.

Concerning the 232 terms to qualify tourism competitiveness, in the 130 concepts, are repeated 509 times. They were grouped into eight sets of conceptual elements (Appendix 1c). Table 4 shows their frequencies over time.

Table 4: Frequency distribution of qualifiers elements (Adjectives) 1999–2008

Conceptual Elements	1999-2004 N=12	2005-2010 N=28	2011-2048 N=90	Total N=130
Sustainability	(6;50.0%)	(17;60.7%)	(46;51.1%)	(69;53.1%)
Context	(0;0.0%)	(7;25.0%)	(25;27.8%)	(32;24.6%)
Competitiveness characteristics	(5;41.7%)	(5;17.9%)	(22;24.4%)	(32;24.6%)
Destination features	(5;41.7%)	(16;57.1%)	(71;78.9%)	(92;70.8%)
Attractiveness	(11;91.7%)	(15;53.6%)	(63;70.0%)	(89;68.5%)
Economic benefits	(5;41.7%)	(4;14.3%)	(31;34.4%)	(40;30.8%)
Social benefits	(4;33.3%)	(9;32.1%)	(66;73.3%)	(79;60.8%)
Superior performance	(8;66.7%)	(14;50.0%)	(54;60.0%)	(76;58.5%)
Total	44	87	378	509

Source: Elaborated by the authors

The results to the first period showed that authors pay attention in terms of conceptual elements 'attractiveness' (11 times; 91.7%) and 'superior performance' (8 times; 66.7%). Both sets of terms refer to the ability to attract more visitors and, are closely related to the destination image that marked the origin of the first models of competitiveness. Therefore, it was a coherent result (e.g. Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Enright & Newton, 2004). The 'superior performance' also marks a market view, typical of the porterian approach that was the initial basis of tourism competitiveness. The authors focus on performance standards, analyzing critical success factors (e.g. Thomas & Long, 2000) and competing effectively and cost-effectively with better quality tourism products (e.g. Buhalis, 1999; Vanhove, 2002).

In the second evolution period of the concept, the elements 'sustainability', 'characteristics of destination' and 'attractiveness' were highlighted. Authors such as Xue et al. (2009) started to view sustainability generates sub competitiveness related to each region, which confirms the association with as characteristics of destination and its attractiveness. As in the analysis of nouns and verbs, the adjectives in the theoretical perspective focused on economic models that consider natural capital and its preservation for future generations. (e.g. Gomezelj & Mihalič, 2008; Lee & King, 2009). While the frequency of the group of words categorized as 'Destination characteristics' refers to the local attributes to receive tourists. In this period it was verified in the concepts of tourism competitiveness a mention on the

integration of business sectors and dynamics of tourism innovation (e.g. Albuquerque, Martins, & Costa, 2009), economic and political stability of general business environment (e.g. Das & Dirienzo, 2010), as well as a call to tourism experience superior to other competitors verified through measurement and monitoring of performance in the destinations (e.g. Das & DiRienzo, 2009). The monitoring is fundamental to explore the potentialities and minimizes the limitations of the tourism destination, increasing its 'attractiveness.' The authors who used the terms of this conceptual element link with the formulation of competitive strategies to expand the market share (e.g. Moraes, 2006), as well as the creation of value-added tourism products to generate national wealth (e.g. Gomezelj & Mihalič, 2008; Kayar & Kozak, 2010).

The third period presented the conceptual elements 'characteristics of destination' and 'social benefits' as more used by authors. The concepts defend that tourism destination competitiveness should be the expression of qualitative and quantitative superiority of a territory (e.g. Martín, Mendoza, & Román, 2017). In this way, the destination should optimize its attractiveness for residents and non-residents, offer quality, innovative and attractive tourism services (e.g. Kovačević, Kovačević, Stankov, Dragičević, & Miletić, 2018), as well as guarantee economic growth through changes in the social, political and institutional (e.g. Perna, Custódio, & Oliveira, 2018).

Among the 'social benefits,' the concepts of the 3rd period pointed out the cultural exchange to reinforce respect and mutual understanding (e.g. Andrades & Dimanche, 2017); improvement of social, economic and environmental prosperity through investments in human and social capital sustained by participatory governance (e.g. Boes et al., 2016); opportunities to develop more sustainable communities (e.g. Barbe et al., 2016); increase the well-being of the tourism destination' residents, generation of new jobs, improvement of the local professionals and quality of life (e.g. Kubickova & Lee, 2018; Kubickova & Li, 2017; Romão & Nijkamp, 2017; Stavljanin & Kresoja, 2011).

In resume, the analysis of qualifier terms in the tourism competitiveness concepts showed a growth in the use of the conceptual elements of 'context,' 'destination characteristics' and 'social benefits.' That means, over time authors are increasingly concerned with the aspects that interfere in the lives of the tourism destination residents. They are adapting the concept of competitiveness to place, thus leaving from generalist and economic perspectives, towards contextualized and social aspects, that is, seeking solutions that meet the needs of all tourism stakeholders.

4.2 Consensus analysis

The result of the consensus level regarding the concept of tourism competitiveness during the three periods was based on an adaptation of the Kappa index. We performed two levels of Consensus analysis, individually per period and evolution over time. The individual level shows the consensus of definitions regards the set of conceptual elements while evolution analyzes how the consensus level of concepts behaved over periods (Table 5).

Table 5: Results of the calculation of the consensus coefficient

Kappa Coefficient	1999-2004 (N=12)	2005-2010 (N=28)	2011-2018 (N=90)
K(Action)	0.159 (Low)	0.186 (Low)	0.275 (Fair)
K(Who/What)	0.242 (Fair)	0.321 (Fair)	0.362 (Fair)
K(Qualifier)	0.258 (Fair)	0.319 (Fair)	0.359 (Fair)
<0.00 No consensus	0.00 – 0.20 – Low	0.21 – 0.40 Fair	
0.41 – 0.60 – Moderate	0.61 – 0.80 – Substantial	0.81- 1.0 Almost perfect consensus	

Source: Elaborated by the authors

At the individual level, the first period presented a greater consensus regarding qualifiers of the tourism competitiveness concept (0.258) although it is still 'low consensus'. Whereas in the 2nd and 3rd period the highest level of agreement was in nouns 'who/what' (0.321 and 0.362 respectively), both in the range of a fair consensus. In these periods the consensus among qualifiers is close to nouns consensus, in the same fair consensus range (0.319 and 0.359 respectively). These results reinforce the emphasis of the paradigm shift from the economic aspect to the social point of view. There is a change in tourism competitiveness as an end and becoming a means to generate positive impacts on the local population. Also, these scores show that the authors indicate best for whom, what, and what results competitiveness should produce but still does not have an agreement on how to do, what action should be taken to achieve tourism competitiveness.

Concerning to evolution of the concept, the sets of conceptual elements (action, who / who, qualifier) had the level of consensus progressively increased over time. Only the consensus index of verbs for the first two periods obtained low consensus, while the other indexes were classified as a reasonable consensus. This result complements the finding of Boyd, Finkelstein and Gove (2005), which claimed less mature fields have lower levels of consensus among researchers. Likewise, our findings confirm the assumption of recently published works which claim tourism competitiveness to be still a vague concept (Abreu Novais, Ruhanen, & Arcodia, 2018).

5. CONCLUSIONS

Our research aimed to verify the evolution and the consensus around the field during the period 1999-2018 concerning to conceptualization. After an extensive analysis, we confirmed that these evolutions were poor in consensus, which justifies why after two decades of study is still a vague concept.

The results show a low level of consensus among authors, although it increased over time. Kappa index is at levels considered just fair ($k= 0.20-0.40$), indicating that the construct needs more mature to achieve real consensus. The largest Kappa was in the 'what/who,' that confirmed a tendency to focus on the view of 'for whom' the tourism competitiveness must bring good results. In synthesis, our results demonstrated a growing number of concepts in the last analyzed period and more considerable consensus. Thus, if the trend is maintained, researchers will produce a higher level of future agreement on tourism competitiveness.

Currently, the agreement is around the actions of Create, Ser, Offer and Preserve, substantiated in Tourism Offer, Destination Capital, Management and Local Population, being qualified by Attractiveness, Destination Characteristics, and Social Benefits. Therefore, the integrated concept that can be drawn from our analysis is 'Tourism competitiveness is the ability to create a tourism offer, compatible with the characteristics of each destination offering attractiveness to visitors and social benefits to the local population through management that preserve the capital of the destination.

Our results are consistent with previous studies that highlight the social questions among the economic variables (Croes & Kubickova, 2013; Kayar & Kozak, 2010; Kubickova & Lee, 2018; Kubickova & Li, 2017). Also, the results indicated a low use of elements such as quality of life and the environment in the authors' definitions during 1999-2018, although these elements were present in the first concept of tourism competitiveness by Crouch and Ritchie (1999). Another finding of our study was showing a reduction in the analysis of tourism competitiveness based on the supply and demand side. Nowadays, the research tends to turn on the bottom of the population directly affected. It also reveals the enrichment of the theoretical corpus with new lines of research arising and new groups of scholars of the subject, consequently a new frontier in the concept of tourism competitiveness.

The increase in academic production on tourism competitiveness is another observable fact from our results, but it has become a limiting factor of the research. To overcome the profusion of terms derived from 258 papers which 130 definitions were necessary to create word families based on lexical classification and, similarity. On the one hand, the conceptual

element sets were an analytical advantage and. On the other side was a limitation because when we indicated a centrality of the elements, we limited the performed analysis, which may have generated a bias of interpretations according to the researcher's perspective. In order to minimize this bias, we used multiple analysis techniques, and the findings were confirmed through the network analysis.

The findings of our study contribute to the field literature by offering an integrative concept of tourism competitiveness based on the elements with a higher level of consensus among researchers. Besides, the results accentuate a worrying fact regarding the operationalization of this concept, cause the theoretical bases is not expressed in the monitors of competitiveness. Thus, it is possible, neither in the management of the tourism sector. Indeed, many authors have already discussed the existence of incompatibility between models and monitors to measure competitiveness and its real concept (Croes & Kubickova, 2013).

According to our results, the new focus on the frontier of this knowledge accentuates this inconsistency gap among theory and empirical ways to express tourism competitiveness. Due to the monitors of tourism competitiveness practically have not variables related to the social, and most of the surveys are carried out from the supply or demand perspective, leaving the resident distant from the process. In this way, our results allow us to indicate that new models of competitiveness measurement should be formulated based on the vision of the community impacted by tourism, i.e., a new version of tourism competitiveness not based on productivity instead in the social.

Finally, we pointed out that this methodology can be used to study other concepts in different areas. Our findings show theoretical orientations that the field is following towards the social aspect of tourism competitiveness, a reinterpretation of what it is to be competitive and what should constitute the creation of competitive advantage. The results indicate the formation of several invisible schools of thought among scholars on tourism competitiveness and that finally, the construct seems to be directed to meet what Newall already noted in 1992, competitiveness is not a goal, but a means to achieve an end of social prosperity.

As further research, we recommended deepening the analyzes on each category of conceptual elements of tourism competitiveness to identify the origins of the low consensus. Also, we suggest research on the largest invisible schools of thought on this subject to understand their relations and perspectives, and thus to advance in the theoretical streams of the field. Finally, it is imperative to develop research on new models and monitors of tourism competitiveness that meet its renewed concept and with integrate dimensions to consider the

perspective of the supply, the demand, the tourist and the resident, as well as, do not exclude the economic bias but include the social side.

APPENDIX 1a – Verb families - Action

Conceptual Elements	Key-terms
To involve	To involve, To embrace, To articulate, To container, To encompass, To have, To involve, To include, To incorporate, To contain.
To do	To do, To happen, To affect, To adjust, To fulfill, To elapse, To interfere, To practice.
To contribute	To contribute, To help, To support, To strengthen, To boost, To influence, To reinforce, To serve, To back up.
To maximize	To maximize, To increase, To grow, To walk, To enhance, To raise, To extend, To stimulate, To expand, To win, To enlarge.
To measure	To measure, To analyze, To associate, To evaluate, To compare, To understand, To consider, To correlate, To define, To determine, To perceive, To establish, To examine, Explain, To express, To identify, To interrelate, To monitor, To search, To relate, To research, To translate.
To preserve	To preserve, To ensure, To keep, To guarantee, To maintain, To remain, To allow, To protect, To hold, To survive, To sustain, To assure.
To offer	To offer, To access, To attend, To trade, To share, To direct, To distribute, To deliver, To provide, To carry, To negotiate, To enable, To arrange, To promise, To promote, To supply, To afford, To transmit.
To create	To create, To achieve, To pursue, To find, To get, To build, To develop, To formulate, To generate, To implant, To implement, To produce, To design, To propose, To realize.
To optimize	To optimize, To improve, To upgrade, To concentrate, To evolve, To innovate, To advance, To reflect.
To be	To be, To perform, To discover, To be, To run, To own, To require, To reside, To see
To cooperate	To cooperate, To depend, To divide, To integrate, To interact.
To attract	To attract, To highlight, To get.
To manage	To manage, To administer, To compensate, To compete, To vie, To drive, To invest, To chase, To plan, To remunerate, To use, To apply.
To satisfy	To satisfy.

Source: Elaborated by the authors

Appendix 1b – Nouns families – What and Who

Conceptual Elements	Key-Terms
Territory	Territory, Geographical area, Tourism Area, Cities, Towns and Villages, Global Destinations, Tourism Destination, Nation-state, States, Globalization, Local, Place, Physical location, Countries, National, Another competing city, Nation, Region, Regional, Unity, Zone.
Local population	Local population, Actors, Citizens, Host Community, Local Community, Communities, Future generations, Population, Individuals, Residents, stakeholders, People, Folk, Natives, Residents, Society, Organized Society, interested
Visitors	Visitors, Customers, Consumers, Tourism Demand; Tourism Flow; Business Center, Nonresidents, Potential Visitors, Practitioners, Tourist.
Quality of life	Quality of life, Social aspects, Living conditions, Territorial quality, Rewards, Real Income
Tourism Offer	Tourism offer, Accommodations, Tourism agents, Artificial Environment, General atmosphere, Local tourism attraction, Scenic and cultural attractions, Goods and services, Business field, Man-made components, Firms, Tourism companies, Sports, Tourism experience, Experiences, Hotels, Industry, Support industry, Tourism industry, Infrastructure, Institutes, Tourism facilities, Cultural exchange, Recreation, Goods, Business, Hosting Operators, Provision of Services, Service providers, Products, Products and services, Tourism Products, Programs, Services, Support resources, Resources and attractions, Essential resources, Visitor requirements, Touristic services, Business sectors, Tourism.
Management	Management, Distribution channel, Capitalization of production factors, Capitalization of workers, Production connections, Knowledge, Costs of the activity, Different objectives, Efforts, Management efforts, Strategy, Company structure, Industry structure, Development phase, Policymakers, Destination management, Public sector management, Tourism policy and management, Participatory governance, Governments, Investment, Legislation, Macroenvironment, Marketing, Methods and models, Economic Model, Social Model, Mode of use, Final objective, Intermediate objective, Goals, Opportunities, Business opportunities, Government agency, Standards, Planning Strategic plan, Development Policy, Regional, national and European policies, Strengths and weaknesses, Price, Process, Proposals, Relations, Sequence, Private sector, Public sector, System, Evaluation system, Exchange rate, Information Technology, Decision Making.
Environmental	Environmental, Collective actions, Environmental management, Environment, Natural environment, Natural Capital; Life of cycle, Natural components, Permanent Commitment, Environmental constructions, Environmental, economic and social performance; Environmental quality management, Environmental impact, Nature, Environmental Resources, Natural resources, Mutual relationship, Socioeconomic, Time-space.
Productivity	Productivity, Regular purchases, Demand conditions, Tourism Consumption, Tourism Economics, Overnights, Spending of the destination, Economic impact, Indicators, Innovation, Open Innovation, Profits, Market share, Marketplace, Domestic Market, Global Market, Local market, Production goals, National income level, New jobs, Maximum plot, Market position, GDP, Competitive position, Positioning, Work stations, Economic potential, Revenue, Tourism Revenues, Tax revenues, Income, Returns, National Wealth, Value.
Capital of the Destination	Aspects, Cultural aspects, Economic aspects, Physical aspects, Political aspects, Active, Attributes of Destination, Economic base, Capital, Physical capital, Human capital, Share capital, Measurable features, Qualitative characteristics, Climate, Industry components, General conditions of the external environment, Asset set, Resource set, Determinants, Economic determinants, Strategic determinants, dimensions, Various aspects, Advanced elements, Basic elements, Distinctive elements, Structural, political, economic and environmental elements; Key elements, Factors, Competitive factors, Demographic factors, Specific and general factors; qualitative factors, Quantitative factors, Sources of Destination, Destination Image, Institutions, Intermediary institutions, Public institutions, Inputs, Destination brand, Microenvironment, Organizations, Local Organizations, Non-Commercial Organizations, Destination Management Organizations, Local Professionals, Comparative advantages, Competitive advantages.

Source: Elaborated by the authors

Appendix 1c – Adjectives families -Qualifiers

Conceptual Elements	Key-Terms
Sustainability	Sustainability, Over time, Through the time, Sustainable capacity, Environmental cooperation, Minimal environmental costs, Development of cities, Sustainable development, Sustainability development, Ecologically, Environmental economy, Efficiency, Balance, Ecological stability, Durable form, Great shape, Sustainable form, Future, Environmental gain, Long term, Pristine nature, Environmental prosperity, Natural resources, Responsibility, Survival, Social, cultural, scientific and political, Sustainable, Extended life.
Context	Context, General business environment, Global coherence, Ethical behavior, Free and fair conditions, Global Context, Domestic, Economic stability, Political stability, Social stability, Global, Infrastructure, Macro context, Proximity, Public and Private, Safety, Security and Protection, Legal, fair and equitable system, Banking and financial systems, Government policy, Economic conditions, Information, Transparency in policy formulation; Supranational, Locational Advantage.
Competitiveness Characteristics	Aggressiveness, Complex aspects, Dynamic characteristics, Complex and dynamic, Dynamic, Domestic and International, International, Meso, Goal, Intermediate Goal, Micro-level, Multidimensional, Multi-faceted, Multi-level, Multiplicity of products, Multiplicity of variables, National and international, Complex, latent and holistic nature, Relativity, Relative, Superiority.
Destination Features	Suitable, Good relation cost-benefit, Competitive, Ecotourism, Essential elements, Global experience, Unforgettable experiences, Personal experiences, Top tourism experiences, Positive experiences, Satisfying and memorable experiences, Unique experiences, Specific factors, Flexibility, Strengthened, Range of Factors, Identity exclusive, Insular, Intelligent, International, Different brand, Mobility in a network, Emotional, physical, spiritual and intellectual level, Active role, Strengths and weaknesses, Rural tourism, Added value, Comparative advantage, Competitive advantage, Benefits.
Attractiveness	Attractiveness, Highly competitive, Appeal, Attractive, Capacity, Responsiveness, Value creation, Price differential, Efficiency, Effective, Competition force, Ability, Image, Market orientations, Attractive processes, Optimum satisfaction, Increasing visitation.
Social Benefits	Access, Appropriate, Welfare, Benefits, Social/cultural capital, Social competitiveness, Mutual understanding, Healthy culture, Minimum social costs, Development, Continuous development, Diversity, Non-economic effects, Involvement, Mental state, Social gain, Political impact, Integration, Interests, Place to live, Better living conditions, Modern social dimension, Social, political and institutional change, Politically, Potential of tourism development, Prosperity, Community prosperity, Social prosperity, Socioeconomic prosperity, Sense of belonging Quality of life, Real income, Respect, Satisfaction, Socially, Solidary, Status, Democratic values.
Economic Benefits	High income, High profits, Economic well-being, Physical benefits, Profitable growth, Economic growth, Cost benefit, Economically, Economic effects, Profitability, Elevated profit, Business improvement, Economic prosperity, Business prosperity, Income; Profitable; Wealth.
Superior Performance	High quality, Highly actionable, High aspirations, High standard of living, High salaries, Additional assets, Advancement in technology and infrastructure, Successful, Good performance, Critics of success, Better performance, Differentials, Dynamics of innovation, Effectively, Quality experience, Innovative, Larger scale, Maximum satisfaction, Best, Best form, Improvements, Successful business, Different packages, Competitive position, Effective market position, Upper position, Positioning, Proficiently; Differentiated proposals, Quality, Qualification, Upper income, Quality services, Success, Higher, Qualitative and quantitative superiority, Advanced technologies.

Source: Elaborated by the authors

REFERENCES

Observation: The reference’s list is at the end of the document.

CAPÍTULO 2

**O SURGIMENTO DA PERSPECTIVA DA
COMPETITIVIDADE TURÍSTICA SOCIAL:
MAPEAMENTO E CLUSTERIZAÇÃO DE REDES
BIBLIOMÉTRICAS.**

El Surgimiento de la Perspectiva de la Competitividad Turística Social: Mapeo y Clusterización De Redes Bibliométricas²

Amanda de Paula Aguiar Barbosa
Adriana Fumi Chim-Miki
Universidad Federal de Campina Grande
Paraíba, Brasil

RESUMEN: El objetivo de este artículo es realizar un análisis de redes bibliométricas sobre la investigación en competitividad turística de forma de identificar las nuevas tendencias que están surgiendo en esta temática, así como los temas ya consolidados en este campo de estudio. Se trata de una investigación cualitativa y exploratoria que sistematiza el análisis de 128 artículos científicos publicados entre 1999 y 2018. Se puede clasificar como un meta-análisis cualitativo, pues para el análisis de las redes bibliométricas se utilizaron las técnicas de mapeo y clusterización en forma combinada mediante el software Vosviewer. El análisis mostró los elementos centrales en las redes sociales de investigadores y en los temas relacionados con la investigación sobre competitividad social. Además, muestra el surgimiento de tendencias en la investigación de este campo científico, así como nuevos clusters de investigadores en el tema consolidando fronteras de estudio volcadas a pensar la competitividad turística y de destinos haciendo foco en lo social. En base a los resultados, este estudio ofrece un concepto para la competitividad turística social que surge de la literatura y puede redefinir los presupuestos teóricos económicos que aún son pilares de la mayoría de los monitores de la competitividad turística.

Palabras clave: Competitividad turística, social, co-palabras, co-citas, nueva frontera.

ABSTRACT: The Emergence of Social Tourism Competitiveness Perspective. Mapping and Clustering of Bibliometric Networks. The objective of this study is to perform an analysis of bibliometric networks of research on tourism competitiveness in order to identify new trends that are emerging in this theme, as well as, which topics have already consolidated in that field. It is qualitative and exploratory research that systematizes the analysis of 128 scientific papers published between 1999 and 2018. It can be classified as a qualitative meta-analysis because the study of bibliometric networks combined mapping and clustering techniques performed by Vosviewer software. The results analysis showed the elements of centrality in the social networks of researchers and the centrality of themes related to tourism competitiveness. Also, findings showed the new frontier on this scientific field, new clusters of researchers in the subject. Thus, results contribute to consolidate the boundaries of studies on tourism destinations competitiveness focusing on the social. Based on the results, this study offers a concept for social tourism competitiveness that emerges from the literature and can re-conceptualize the theoretical economic assumptions that are still pillars of most monitors of tourism competitiveness.

Key words: Tourism competitiveness, social, co-words analysis, co-citations, new frontier.

² Acepto para publicación en la Revista Estudios y Perspectivas en Turismo en 30/10/2019, en su Volumen Especial 29 – número 2, correspondiente a abril de 2020 (comprobante adjunto).

Agradecimientos: Se agradece a la Fundación CAPES y al Ministerio de Educación de Brasil por el apoyo a la investigación realizada a través de la beca n° 8888.7221017 / 2018-00.

1. INTRODUCCIÓN

El estudio de las redes bibliométricas, como redes de coautoría, acoplamiento bibliográfico y co-citas, ha recibido poca atención en la literatura (Perianes-Rodriguez, Waltman & van Eck, 2016). No obstante, es un abordaje importante para identificar y delimitar un campo científico, así como visualizar tendencias no indicadas directamente en los estudios de revisiones teóricas. La investigación bibliométrica y cientométrica utiliza técnicas de mapeo y agrupamiento permitiendo entender cuáles son los principales tópicos dentro de un dominio científico, cómo se relacionan entre sí esos tópicos (redes) y quién conduce esa formación de conocimiento o quién es el elemento-puente entre las redes sociales de investigadores del área (van Eck & Waltman, 2009).

En turismo, algunos campos de estudio se desarrollan a partir de otras áreas del conocimiento y fueron poco a poco, incorporando las particularidades del sector. Uno de esos campos es el estudio de la competitividad de los destinos turísticos, que tuvo por base inicial los estudios porterianos de competitividad de las naciones, y bajo la perspectiva analítica de Ritchie & Crouch se adaptó al turismo con la propuesta del Modelo Calgary (Crouch & Ritchie, 1999). Diversos investigadores siguieron haciendo estudios desde este aporte teórico y adaptaciones de la base eminentemente económica para incluir visiones ambientales, sociales y de calidad de vida, tornando a la competitividad turística en un constructo complejo, multidimensional y relativo (Baños & Jiménez, 2012; Dorta-Afonso & Hernández-Martín, 2015).

Las tres décadas de publicaciones sobre competitividad turística por un lado generaron un cuerpo teórico bien establecido, y por otro lado, una amplitud de perspectivas de análisis que dificulta la delimitación del campo y genera inconsistencias en cuanto a la definición, medición y legitimidad del constructo en su aplicación al destino turístico (Novais, Ruhanen & Arcodia, 2018; Medina-Muñoz, Medina-Muñoz & Chim-Miki, 2013; Li, Song, Cao & Wu, 2013).

Desde los estudios de Newall (1992) que se destaca la premisa de que la competitividad no es un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar un objetivo, que es la prosperidad de una nación. Este presupuesto trasladado al turismo produjo conceptos que definen la competitividad turística como la capacidad del destino turístico para atraer flujos de visitantes preservando los recursos y beneficiando la calidad de vida del poblador local (Dwyer & Kim, 2003; Ritchie & Crouch, 2003). Así, los investigadores realizan análisis con diversos focos, relacionando la competitividad con la imagen del destino (Kayar & Kozak, 2010); el diferencial competitivo

(Dwyer, Forsyth, & Rao, 2000; Pascarella & Fontes Filho, 2010); las experiencias satisfactorias y memorables y la mejora del bienestar de los residentes (Azzopardi & Nash, 2013; Kubickova & Lee, 2018); la mejora de inversiones en capital humano y social, la gobernanza participativa y la prosperidad social, económica y ambiental para los stakeholders (Boes, Buhalis & Inversini, 2016); la gestión de riesgos (Komppula, 2014); la gestión de la innovación social (Boes, Buhalis & Inversini, 2016), etc.

A pesar de que el concepto de competitividad turística se vincula con el impacto en el ciudadano y no sólo con las dimensiones económicas y ambientales, es poco estudiada su relación con lo social (Kubickova, Croes & Rivera, 2017; Kubickova & Lee, 2018). Con el surgimiento de los problemas que algunos destinos maduros comenzaron a sufrir por los efectos del *overtourism* (exceso de flujo turístico) apareció el fenómeno de la turismofobia (aversión al turismo), haciendo que los investigadores repiensen su versión de la competitividad, tal vez volviendo a las ideas de Newall (1992). Así, surge la pregunta de investigación: ¿Qué elementos son centrales en los estudios de la competitividad turística y qué indican?

Para responder a esta pregunta se estableció como objetivo de este artículo realizar un análisis de las redes bibliométricas de la investigación sobre competitividad turística de forma de identificar las nuevas tendencias que están surgiendo sobre esta temática, así como qué temas ya se consolidaron en este campo de estudio. Este análisis permite responder qué elementos centrales hay en los estudios de la competitividad turística y cómo se relacionan, si la tendencia de los estudios aún mantiene su origen inicial o se está adaptando a la nueva realidad del sector y si los autores clave están presentes en las redes de co-citas.

Se analizaron 128 artículos científicos publicados entre 1999 y 2018 en la base de datos *Web of Science* utilizando el *software Vosviewer*, siendo un metaanálisis cualitativo. El presente artículo comprende la introducción, la fundamentación del constructo sobre la competitividad y su transposición a los estudios turísticos, los procedimientos metodológicos, los resultados y finalmente las conclusiones, limitaciones y sugerencias para futuras investigaciones, además de presentar el concepto sobre la competitividad turística social.

2. DE LA COMPETITIVIDAD A LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Los estudios sobre competitividad, desde su concepción, estuvieron muy relacionados con los estudios de base económica y con el correr de los años con la influencia porteriana (Medina-Muñoz, Medina-Muñoz & Chim-Miki, 2013). No obstante, desde 1992 con la publicación de “*The Challenge of Competitiveness*”, Newall y sus colaboradores mantuvieron

cierta relación con la cuestión social a partir de la presuposición de que la competitividad debe ser un medio para alcanzar un fin, que en última instancia, es el progreso social.

Se entiende por progreso social la capacidad de una sociedad de atender las necesidades humanas básicas de sus ciudadanos, estableciendo los elementos que permiten a las comunidades mejorar y sustentar la calidad de sus habitantes creando condiciones para que todos alcancen su pleno potencial (Porter, Stern & Green, 2017). La perspectiva de Newall (1992) junto con los estudios de Porter (1990) sirvieron de base para el desarrollo de los primeros conceptos holísticos de competitividad para los destinos turísticos. Crouch & Ritchie (1999) y Ritchie & Crouch (2003) mezclaron los estudios de imagen, atractividad, gerenciamiento, preservación de los recursos y generación de beneficios para la calidad de vida de los residentes.

El constructo de la competitividad encontró en el turismo un excelente locus de análisis debido al potencial del sector relacionado con la generación de empleo e ingreso que puede impactar favorablemente en la vida de la población local (Cracolici, Nijkamp & Rietveld, 2008). Uno de los primeros y más reconocidos conceptos fue que la competitividad de un destino turístico consiste en la capacidad de “*atraer cada vez más visitantes, proporcionándoles experiencias satisfactorias y memorables, y hacerlo de forma rentable, al mismo tiempo que aumenta el bienestar de los residentes y preserva el capital natural del destino para las generaciones futuras*” (Crouch & Ritchie, 1999: 144). Esta definición aún conforma el marco de los estudios sobre competitividad turística (Topolansky Barbe *et al.*, 2016).

No obstante, a pesar de que el turismo aparece con un abordaje volcado hacia el progreso social, los índices que miden la competitividad turística presentan inconsistencias, evaluando el desarrollo de los destinos bajo la óptica de la oferta y en raros casos de la demanda, o sea que no se investiga desde la óptica de los principales afectados por la actividad turística: los residentes. Para atender su propio concepto, la competitividad turística debería ser medida y definida no sólo por la estructura del sector turístico, sino por su efecto en el progreso social (Kubickova & Lee, 2018).

Los modelos propuestos para la competitividad turística son multidimensionales y complejos, y su principal característica es la relatividad (Medina-Muñoz, Medina-Muñoz & Chim-Miki, 2013). De esta forma, la productividad asume el rol central en el concepto. Un destino competitivo debe ser más productivo que otro (relatividad), lo que genera una carrera por el mayor flujo turístico (Dwyer, Forsyth & Rao, 2000; Pavlović & Čavlin, 2014); y por ser el más atractivo (Enright & Newton, 2004; Hong, 2009).

En esta carrera por ser más competitivos los destinos también se enfocaron en ofrecer más satisfacción al visitante (Cucculelli & Goffi, 2016, 2014; Dorta-Afonso & Hernández-Martín, 2015) y mejores experiencias turísticas memorables (Fortes, Ratten, Barcellos & Estevão, 2018; Romão & Nijkamp, 2017) Pero, se relegó a un segundo plano y a una verificación en el plan económico (empleos e ingreso), la generación de beneficios a la población local (Croes & Kubickova, 2013). O sea, queda en segundo plano el verdadero fin de la competitividad turística (Kubickova & Lee, 2018).

Considerando su concepto, se percibe una estrecha relación entre la competitividad turística, en la medida en que tiene por finalidad el progreso social de los residentes, y el objetivo de la gestión social, que consiste en mejorar la calidad de vida de la sociedad, el bien común, la emancipación y el empoderamiento de los ciudadanos (Fischer, 2012; Peres Jr & Pereira, 2014). La intersección de estos dos conceptos, competitividad y gestión social, puede producir un camino para que el desarrollo de los destinos turísticos ocurra y la competitividad turística alcance su completitud en términos de definición y práctica.

En este sentido, una corriente de estudiosos se ha enfocado en la relación entre progreso social, empoderamiento y gobernanza turística, pero con una baja asociación con la competitividad del destino (Boes *et al.*, 2016). La perspectiva social incluyendo la generación de desarrollo socioeconómico y calidad de vida para los residentes del destino ha sido trabajado por pocos autores (Croes & Kubickova, 2013; Kayar & Kozak, 2010; Kubickova *et al.*, 2017; Pollice & Iulio, 2011). Estas perspectivas han sido impulsadas por las reacciones de las comunidades locales frente a un turismo que ocasiona impactos negativos, sacando a la luz la idea de que el crecimiento del flujo y los beneficios para la comunidad pueden estar enfrentados en el mismo concepto de competitividad (Romão & Nijkamp, 2017; Croes & Kubickova, 2013).

3. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

El constructo de competitividad turística fue el eje central de este análisis, por lo tanto, el principal criterio de búsqueda de los artículos en la plataforma para conformar el universo de análisis fue que el estudio debería tener como tópico “*tourism competitiveness*”. Se consideraron los estudios publicados en la modalidad artículo presentes en la base de datos de la colección principal de *Web of Science (WoS-ISI)* durante el período de 1999-2018. La elección de esta base de datos se debió a su interface con el software de análisis (Vosviewer) y por ser un repositorio internacional de investigaciones revisadas por pares considerada como fuente de datos internacionales de alta confiabilidad y ampliamente utilizada para los análisis

bibliométricos de diversas áreas (Dzikowski, 2018; Rossetto, Bernardes, Borini & Gattaz, 2018).

Mientras que la decisión del período de análisis se debió a que los autores del campo reconocieron que la transposición del conocimiento sobre competitividad en el turismo se dio a partir del trabajo de Crouch & Ritchie titulado *Tourism Competitiveness and Societal Prosperity* publicado en 1999 (Medina-Muñoz, Medina-Muñoz & Chim-Miki, 2013).

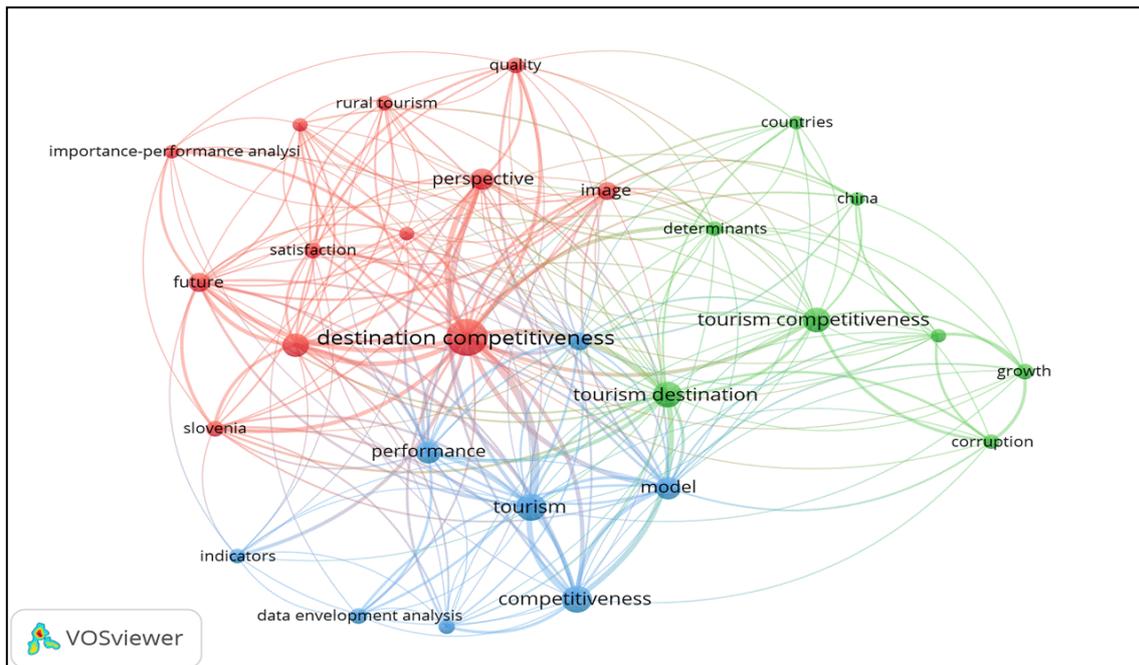
El análisis de redes sociales internacionales alrededor de los estudios de competitividad turística utilizó el software VOSviewer v.1.6.1 para generar mapas de las redes con análisis de co-citas. Se trata de un método de conteo de nudos y vértices con cálculo fraccional para que el peso de un link sea distribuido por la forma en que contribuye en cada referencia, cita o artículo en general (van Eck & Waltman, 2009). Es una técnica bibliométrica que permite determinar la evolución del conocimiento en una temática determinada, y según Oliveira, Kubo & Oliva (2018) revela las tradiciones intelectuales de un campo, así como su evolución a lo largo del tiempo, mientras minimiza la influencia del investigador sobre la interpretación de los análisis cualitativos. Por lo tanto, aumenta el grado de confiabilidad de los resultados.

El Análisis de Co-citas se define como la frecuencia con que dos documentos son citados juntos. Dos unidades son co-citadas si comparten citas similares, o sea que el número de ítems citados idénticos define la fuerza de co-cita (Oliveira, Kubo & Oliva, 2018). Este análisis aplicado a las palabras clave de los artículos indica la centralidad de los términos asociados al campo analizado y muestra eventuales novedades en los estudios (nuevas fronteras). Al aplicar la co-autoría se indican los autores más influyentes y conectados por medio de citas, o sea, las redes de investigadores del tema.

4. RESULTADOS Y DISCUSIONES

En este análisis de las redes de co-palabras se verificó la red y los clusters de palabras clave de los estudios sobre competitividad turística estableciendo el criterio de si se repetían un mínimo de cinco veces y estaban relacionadas entre sí. El resultado indicó una centralidad dirigida a 29 palabras formando tres principales clusters (Figura 1).

Figura 1: Análisis de Co-palabras clave utilizadas en los estudios internacionales de competitividad turística 1999-2018



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del VOSviewer

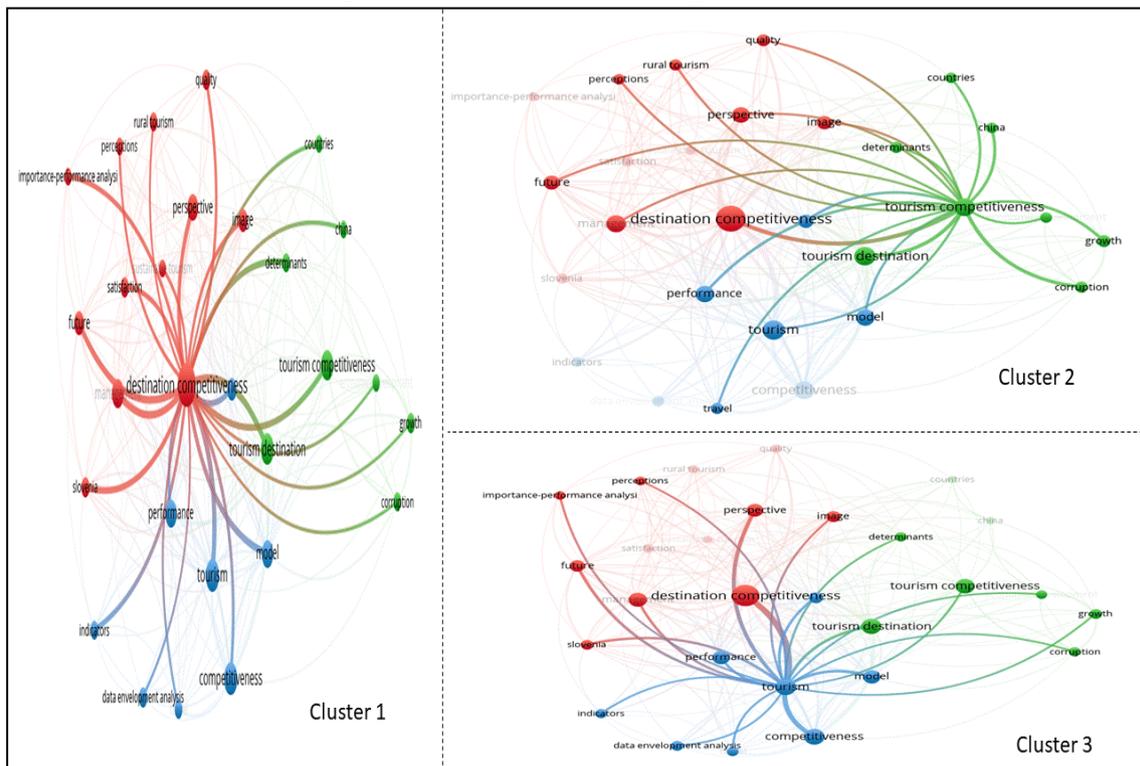
El primer cluster (rojo) está compuesto por 12 palabras: *destination competitiveness*, *future*, *image*, *Important-Performance-Analysis*, *management*, *perceptions*, *perspective*, *quality*, *rural tourism*, *satisfaction*, *Slovenia*, *sustainable tourism*. Las investigaciones de este cluster se focalizaron en la competitividad del destino turístico considerando los atributos de imagen, la satisfacción y la calidad. Transitan por la sustentabilidad del destino e incluyen estudios sobre turismo rural. Los estudios de este cluster analizan la competitividad según la visión del turista y del residente, y se destaca el uso de técnicas semi-cuantitativas como la IPA (*Important-Performance-Analysis*). Al enfocarse en el residente y el turista, esta vertiente abre un frente de análisis diferente del tradicional en este campo que ha sido el análisis a partir de la perspectiva de la oferta, la cual aún se refleja en los principales monitores de la competitividad turística, como por ejemplo el *Travel Tourism Competitiveness Index (TTCI)* del *World Economic Forum (WEF)*.

El segundo cluster (verde) está compuesto por 8 palabras: *China*, *corruption*, *countries*, *determinants*, *economic-development*, *growth*, *tourism competitiveness*, *tourism destination*. Esta línea de estudios está relacionada con la vertiente económica y se centra en el crecimiento económico que fue foco de los estudios de competitividad iniciales de base porteriana, pero se observa el uso de un nuevo elemento que es la influencia de la corrupción en los determinantes de la competitividad turística tanto para el destino como para los países.

El tercer cluster (azul) también posee 8 palabras: *competitiveness, data envelopment analysis, indicators, industry, model, performance, tourism, travel*. Este grupo de estudios se dedica a definir indicadores de performance y establecer modelos de medición y monitoreo de la competitividad en la industria de viajes y turismo. Es una vertiente tradicional en el campo, que a lo largo de las décadas ha buscado formas de medir la competitividad turística a través de la creación de monitores para usar en la gestión del destino.

La Figura 2 muestra los tres clusters destacando las principales relaciones de las palabras clave que conforman el agrupamiento con los otros clusters. En el Cluster 1 el elemento principal es la ‘Competitividad del Destino’, que se repite 55 veces y posee 27 links, con fuerza vinculante de 132. Esta relación con el destino se refleja en los trabajos buscando sustentabilidad, por parte del turista y la comunidad. En el Cluster 2 se destaca La ‘Competitividad Turística’, palabra clave que se repite 35 veces en los trabajos analizados, teniendo 20 links y una fuerza total de 35. Se observa la competitividad estudiada a nivel macro, de países y en la vertiente económica, en este cluster y sus relaciones. Por último, en el cluster 3, la palabra clave más prominente es ‘Turismo’, con 25 repeticiones, 21 links y una fuerza total del link de 58, habiendo preocupación por la actividad como industria y su monitoreo.

Figura 2: Vínculos de las Redes de Clusters de Co-palabras clave en los estudios de competitividad turística en el período 1999-2018



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del VOSviewer

Los autores más citados internacionalmente pueden ser considerados como referencias en el campo, los más reconocidos por los pares. Los cinco autores más relevantes son Crouch y Ritchie; seguidos de Mihalic, Enright y Newton. Especialmente, Ritchie se destaca por un artículo con 532 citas, y Enright & Newton con 356 citas del mismo artículo (Tabla 1).

Tabla 1: Investigadores de la competitividad turística con más de 10 citas en las bases internacionales 1999-2018

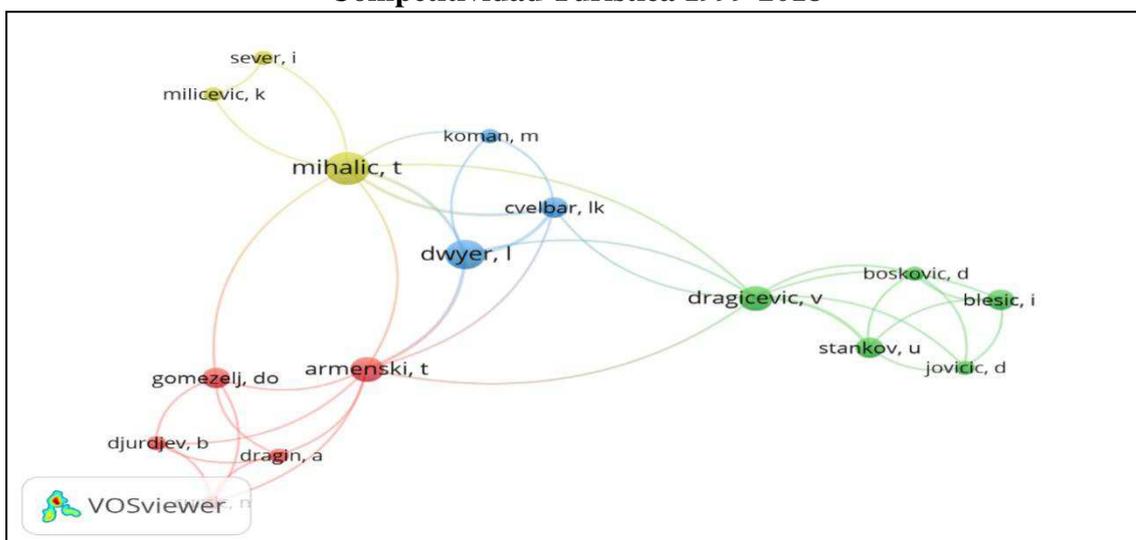
Autores	Art.	Nº citas	Nº
Crouch, G	2		697
Ritchie, J	1		532
Mihalic, T	5		428
Enright, M	1		356
Newton, J	1		356
Gomezelj, D O	2		186
Zhang, Y	2		100
Gu, C; Gu, L.; Zhang, H.	1		86
D'hauteserre, A	1		73
Cracolici, M F; Nijkamp, P.; Rietveld, P.	1		56
Das, J.; Dirienzo, C.	3		42
Kubickova, M	4		34
Mazanec, J A.; Ring, A.	1		32
Boes, K; Buhalis, D.; Inversini, A.	1		29
Croes, R	2		28
Chen, C M; Chen, S H; Lee, H T;	1		26
Dwyer, L	4		25
Darcy, S	2		24
Dragicevic, V	3		22
Alen Gonzalez, D E; Cucculelli, M	1		20
Cvelbar, L K	2		20
Daskalopoulou, I; Dominguez Vila, T; Goffi, G; Petrou, A;	1		20
Armenski, T	3		19
Hallmann, K	2		19
Ivanov, S; Webster, C	1		17
Stankov, U	2		15
Wu, W W	1		15
Blesic, I	2		14
Boskovic, D; Deng, J; Dong Quianli; Esparon, M; Farr, M; Jovicic. D;			
Khan, Sar; Larson, S; Maumbe, K; Selin, S W; Stoeckl, N; Wei Songbo;	1		14
Zaman, K; Zhou, Y;			
Ayikoru, M; Koman, M; Mason, R; Mendola, D; Pike, S; Volo, S;	1		13
Assaker, G; Hallak, R; O'Connor, P; Vinzi, V E; Zehrer, A;	1		12
Andrades, I; Curcic, N; Dimanche, F; Djurdjev, B; Dragin, A;	1		11

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, al realizar un Análisis de Co-citas se verifican las redes sociales de grupos de autores, o pares de artículos que son citados en conjunto con otro artículo (Ramos-Rodrigues & Ruiz-Navarro, 2004; Serra *et al.*, 2012). Utilizando el software Voswier con el criterio de

tener al menos cinco co-citas se identificaron 104 autores. No obstante, al aumentar el criterio de 10 co-citas el número de autores se reduce a 77. La Figura 3 muestra que la red de co-citas está formada por cuatro clusters de autores conexos.

Figura 3: Análisis de las redes de Co-citas en los estudios internacionales de Competitividad Turística 1999-2018



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del VOSviewer

El Cluster 1 (rojo) incluye cinco autores y es liderado por Armenski con 19 citas, teniendo 3 documentos publicados en la base internacional y 8 links entre autores (Figura 3). Su trabajo irradia a los otros clusters y trabaja cinco dimensiones de la competitividad turística: Gestión de riesgos y estrategias ambientales adaptativas, Innovación y desarrollo de productos, Planificación del desarrollo sustentable, Red y preocupación de la comunidad y Educación sustentable. Además, este grupo de autores se focaliza en proyectar el destino con una imagen de marca de lugar deseable y el desarrollo del turismo cultural sustentable.

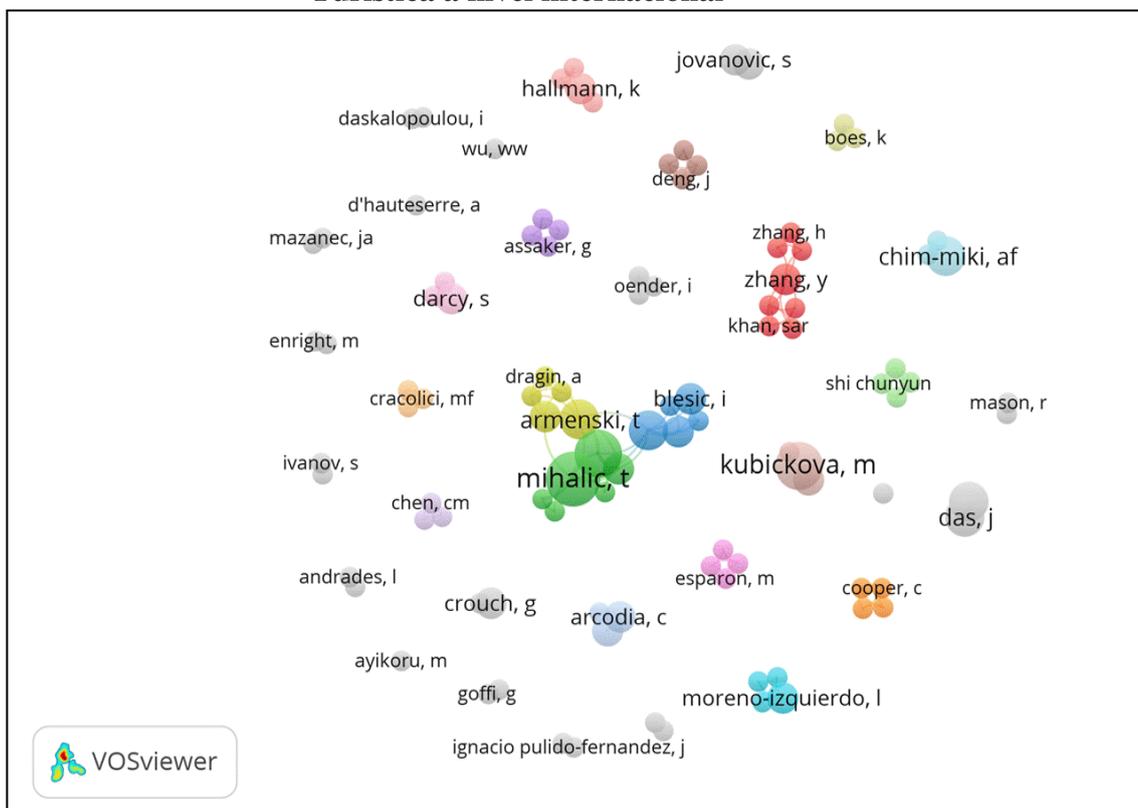
El cluster 2 (verde) también posee cinco autores, siendo liderado por Dragicevic que posee 3 artículos publicados sobre competitividad turística y 22 citas (Figura 3). A partir de éste irradia 8 links alcanzando los otros agrupamientos. Su principal abordaje se relaciona con la interacción entre turistas y residentes, y el análisis de la competitividad basada en la importancia y el desempeño de atributos a partir de la visión de todos los stakeholders del sector.

En el Cluster 3 (azul) participan 3 autores, liderado por Dwyer quien posee cinco links y 25 citas (Figura 3). Su estudio principal es una replicación empírica del modelo teórico de Crouch & Ritchie (1999), teniendo notoriedad porque su investigación indicó a otros autores la forma de operativizar el modelo Calgary y sus determinantes como monitor.

Por último, el cluster 4 (amarillo) también posee tres autores, liderado por Mihalic quien con cinco artículos consiguió alcanzar 428 citas y muestra 8 links que irradian sus perspectivas teóricas a los otros clusters. Mihalic también provee una forma de medir la competitividad en sus primeros trabajos basados en Crouch & Ritchie (1999), pero resaltando el componente ambiental. No obstante, más recientemente se comenzaron a discutir los mitos de la competitividad, desafiando la creación de significados del turismo relacionados con el desarrollo, la clasificación y la competitividad en las circunstancias actuales.

El mismo análisis de co-citas se realizó sin marcar la opción de todos los autores están conectados entre sí, pues de esta forma se puede observar la formación de los colegios invisibles (Figura 4).

Figura 4: Formación de Colegios Invisibles entre los investigadores de la Competitividad Turística a nivel internacional



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del VOSviewer

La Figura 4 muestra que varios autores están trabajando entre sí, autocitándose y formando vertientes teóricas o perspectivas de análisis que tienden a consolidar futuras corrientes académicas. Además, el análisis de co-citas de los investigadores de la competitividad turística mostró un aspecto curioso. A pesar de que los trabajos de Ritchie y

Crouch son los más citados, estos autores no están en la red de co-citas de autores con 10 citas. Esto significa que no fueron bases teóricas para estos investigadores, lo que indica dos puntos: (1) Ritchie y Crouch trabajan de forma individual o con pequeños grupos; (2) los nuevos pensadores del área están siguiendo corrientes teóricas diferentes de la considerada precursora del principal concepto de la competitividad turística. Este último punto coincide con las líneas de los 4 investigadores que lideran los clusters demostrados en la Figura 2, los cuales discuten las anomalías generadas por la perspectiva tradicional de los modelos y monitores de competitividad, y entran con otras visiones teóricas relacionadas con el bienestar social y la gestión de riesgos, ampliando el foco sobre la comunidad y sobre el turista, más que sobre los agentes económicos o gubernamentales.

5. CONCLUSIONES

Desde las primeras publicaciones de Crouch & Ritchie en 1999 los estudios de competitividad turística reciben atención por parte de los investigadores e incluyen nuevas perspectivas de análisis. Esta investigación se propone entender cómo está formándose el campo de estudio. El objetivo de este artículo fue realizar un análisis de las redes bibliométricas de la investigación sobre competitividad turística de forma de identificar nuevas tendencias que están surgiendo en esta temática, así como qué tópicos ya se consolidaron en este campo de estudio.

La centralidad del campo durante el período 1999-2018 confirma que existe una evolución y que finalmente los autores comienzan a buscar análisis que atiendan al fundamento del concepto de la competitividad, que es ser un camino para la prosperidad social, por lo tanto, los análisis deben realizarse en la perspectiva de lo social, del residente del destino. La centralidad aún está sobre los modelos, los determinantes y la gestión. Pero, la centralidad de los autores está cambiando, y con ella, las vertientes de análisis se desplazan hacia lo social y lo sustentable.

Los resultados de este análisis son consistentes con estudios anteriores que indicaban una migración del foco puramente económico al de la inclusión de lo social (Croes & Kubickova, 2013; Kayar & Kozak, 2010; Kubickova & Lee, 2018; Kubickova & Li, 2017). Pero es preciso destacar que a pesar de que los primeros conceptos de competitividad turística, desarrollados por Crouch & Ritchie (1999) y Ritchie & Crouch (2003), incluyen la calidad de vida y el medioambiente, fue escaso el uso de estos elementos en las definiciones de los autores en el período 1999-2018.

Además, el estudio revela una reducción en el análisis de la competitividad turística por el lado de la oferta, y un re-direccionamiento de la percepción del turista y de la población local, directamente afectada por el desarrollo turístico. Los hallazgos confirman el enriquecimiento del corpus teórico del campo, pues se observan líneas de investigación en emergencia y nuevos grupos de investigadores consolidándose.

La teoría de Porter (1990) fue la más prominente en el campo del turismo, liderada por los investigadores Ritchie, Crouch, Mihalic, Enright y Newton, y resulta una importante base para estudiar el área. Pero, a pesar de que estos autores relacionaron la competitividad turística con la sustentabilidad y los beneficios para la población local (Medina-Muñoz *et al.*, 2013), el foco de estos beneficios aún deriva en un pensamiento generalista y economicista, basado en la productividad (Hong, 2009). La mirada sobre las peculiaridades de cada destino turístico, así como que ser competitivo no siempre se asocia a un mayor flujo turístico sino que debe estar asociado al bienestar de la población local, es la nueva frontera en los estudios del campo. Por lo tanto, surge un constructo que puede ser llamado Competitividad Turística Social (Social Tourism Competitiveness – STC), que se define en este estudio como *la capacidad de los actores para crear y gerenciar colectivamente una oferta turística atractiva y sustentable, que preserve el capital del destino, desarrollando beneficios socioeconómicos y emancipación.*

Esta investigación tuvo como principal limitante haberse basado en una única base de datos, WoS, que a pesar de ser reconocida por su importancia y número de artículos, también es excluyente, pues muchas revistas de calidad aún no están en esta base de datos. Así, se sugiere realizar investigaciones futuras utilizando un mayor número de bases de datos, que incluyan especialmente las revistas latinoamericanas que presentan una producción exponencial en relación al turismo.

Por último, se destaca que se establecieron protocolos de calidad de la investigación y de confiabilidad de los resultados para evitar sesgos de interpretación. Así, buscando la imparcialidad de los resultados se utilizaron múltiples análisis (co-citas y co-autoría), y se confirmaron las tendencias en cuanto a las redes formadas al analizar el contenido de los artículos indicados en el mapa de redes.

De acuerdo con los resultados, parece que en el futuro se podrá minimizar la inconsistencia entre el concepto de competitividad y su medida, ocasionada porque los monitores prácticamente no incluyen variables relacionadas con lo social y la mayoría de los relevamientos son realizados desde la perspectiva de la oferta o de la demanda, dejando al poblador lejos del proceso. De esta forma, para estudios futuros se indica el desarrollo de

modelos de medida de la competitividad turística basados en la perspectiva de la comunidad impactada por el turismo, o sea, no en la productividad sino en lo social.

REFERENCIAS

Observación: Lista de referencias al final del documento

CAPÍTULO 3

**EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE GESTÃO SOCIAL
(1990-2018): UMA ANÁLISE DE CO-PALAVRAS**

EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE GESTÃO SOCIAL (1990-2018): UMA ANÁLISE DE CO-PALAVRAS³

Social management concept evolution (1990-2018): A co-word analysis

Evolución del concepto de gestión social (1990-2018): una análisis de co-palabras

Amanda de Paula Aguiar Barbosa
Adriana Fumi Chim-Miki

RESUMO:

O presente analisa a evolução do conceito de gestão social de 1990-2018, verificando o grau de consenso dos pesquisadores sobre seus elementos constitutivos a fim de propor um conceito integrativo. Foi realizada uma meta-análise de 94 definições de gestão social usando técnicas de análises de co-palavras, de conteúdo e o índice de consenso Kappa. Os resultados mostraram que o conceito de gestão social evoluiu em termos de consenso na comunidade acadêmica com o passar dos anos, mas ainda é um campo em fase pré-paradigmática, pois o consenso entre os autores sobre seus termos-chaves não passa do nível moderado. Os achados indicam que os autores concordam mais sobre para quem se dirige a gestão social, qual seu lócus, e que é um modelo de gestão diferenciado. Porém, este diferencial está baseado em características teóricas que carregam o construto de um grau de abstração. Para retirá-lo deste estágio deveria haver um consenso sobre como executar gestão social, porém na desconstrução léxica da análise de conteúdo a categoria verbos (ação) foi a que apresentou mais baixo consenso entre os autores. O estudo contribuiu com a literatura do campo ao oferecer um conceito integrador baseado nos elementos de maior nível de consenso entre os pesquisadores, além de oferecer uma análise sistemática e um estado de arte do elemento fundamental de um campo de estudo: seu conceito.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão social; Análise de co-palavras; Análise de consenso; Estado de arte.

ABSTRACT:

This study analyses the evolution of the concept of social management from 1990-2018 to verify the degree of consensus on its constituent elements in order to propose an updated concept. A meta-analysis of 94 definitions of social management was performed using as three techniques, co-words analysis, content analysis, and the consensus analysis based on the Kappa index. The results showed that the social management concept has evolved regarding academic consensus over the years, but still is a pre-paradigmatic field since the consensus among authors about their key-terms does not overtake a moderate level. The findings indicated more degree of agreement on for who is addressed to social management, what is its locus, and that it is a differentiated model of management. However, this differential is based on theoretical characteristics that attribute a high degree of abstraction on the construct. To remove it from this stage there should be a consensus on the way to performed social management happen,

³ Submetido à Revista Cadernos de Gestão Pública e Cidadania em 30/10/2019 (comprovante anexo).

Agradecimentos: Agradecemos a Fundação CAPES e ao Ministério de Educação do Brasil pelo apoio à pesquisa realizada através da bolsa de nº 8888.7221017 / 2018-00.

nevertheless in the lexical deconstruction carry out to a content analysis, the verb category (action) was the one that presented the lowest consensus among the authors. The study contributed to the literature of the field by offering an integrative concept based on the elements of the higher level of agreement among researchers. Also, the paper provides a systematic analysis and state-of-the-art of the fundamental component of a field of study: its concept.

]

KEYWORDS: Social management; Co-word analysis; Consensus analysis; State-of-the-art.

RESUMEN:

Este estudio analizó la evolución del concepto de gestión social de 1990-2018, verificando el grado de consenso de los investigadores sobre sus elementos constitutivos a fin de proponer un concepto integrativo. Se realizó un metaanálisis de 94 definiciones de gestión social con técnicas de análisis de co-palabras, de contenido y el índice de consenso Kappa. Los resultados mostraron que el concepto de gestión social evolucionó en términos de consenso entre los académicos con el paso de los años, pero todavía es un campo pre-paradigmático, pues el consenso entre los autores sobre sus términos claves no ultrapasa el nivel moderado. Los hallazgos indican que los autores concuerdan más sobre para quién se dirige la gestión social, cuál es su locus, y que es un modelo de gestión diferenciado. Sin embargo, este diferencial está basado en características teóricas que cargan el concepto de un grado de abstracción. Para retirarlo de esta etapa debería haber un consenso sobre como ejecutar gestión social, pero en la deconstrucción léxica del análisis de contenido la categoría verbos (acción) fue la que presentó el Kappa más bajo. El estudio contribuyó con la literatura del campo al ofrecer un concepto integrador basado en los elementos de mayor nivel de consenso entre los investigadores, además de ofrecer un análisis sistemático y un estado de arte del elemento fundamental de un campo de estudio: su concepto.

PALABRAS CLAVE: Gestión Social; Análisis de co-palabras; Análisis de consensus; Estado del arte.

1. INTRODUÇÃO

Os modelos de gestão estão migrando da perspectiva unilateral para uma abordagem mais participativa no que se refere ao processo de tomada de decisão em função da pressão pelos interesses dos *stakeholders*, incluindo-se a sociedade civil (Fischer, Teixeira, & Heber, 1998; Mosquera, 2012; Silva Júnior, 2008). Entre as novas opções, na década de 1990 surgiu a gestão social como alternativa aos modelos de gestão vigentes (Inzerilli, 1990; Tenório, 1998; Tuininga, 1990).

Considerada como uma inovação, esta modalidade de gestão consiste em um ato relacional capaz de dirigir e regular processos por meio da mobilização ampla de atores na tomada de decisão, valorizando as estruturas descentralizadas e participativas (Fischer, 2012). Porém, apesar da literatura vasta e com quase 30 anos de publicações sobre gestão social, as

definições do construto, os modelos e as variáveis de análise ainda apresentam inconsistências (Fischer, 2012; Silva Júnior et al., 2008). Muitas vezes pela popularização e uso inadequado do conceito, dadas suas diferentes abordagens e sua natureza multifacetada (Peres Jr & Pereira, 2014) e outras vezes por parecer utópica sua aplicação fora dos contextos de países desenvolvidos (Pinho & Santos, 2015).

A gestão social começou a ser estudada no âmbito organizacional para a gestão de pessoas (Tuininga, 1990), mas trasladou-se a uma esfera maior, societal, e ganhou uma caracterização diferente e mais profunda. Uma das primeiras definições, e mais citadas na literatura, partiram da premissa de Tenório (1998) acerca da participação pública na tomada de decisão com vistas à emancipação da sociedade. Tenório (1998, 2006) considera que a gestão social consiste em um processo gerencial dialógico, que acontece na esfera pública e é livre de coerção, onde a tomada de decisão é feita de forma coletiva, seguindo os princípios de cidadania deliberativa e tendo como fim último a emancipação.

Estudos mais recentes mostram que a definição de gestão social tem sido ampliada para tentar incorporar aspectos relacionados aos estudos de territórios da cidadania (Allebrandt, Benso, & Oliveira, 2015), interorganizações (Fischer, 2012), administração pública (Espíndola, Moretto Neto, & Souza, 2017; Freitas, Freitas, & Dias, 2012). São tentativas de incorporar a gestão social na prática comunitária, mostrando que a gestão social tem potencial para sair da abstração e desenvolver-se em contextos diversos. Nessas perspectivas, a gestão social pode estar refletida inclusive no ambiente organizacional, não se contrapondo totalmente à gestão estratégica, como inicialmente a literatura da área apresentava (Pinho & Santos, 2015).

Os pesquisadores de gestão social discutem a evolução do campo teórico e percebem a necessidade de criação de modelos para uma aplicação prática (Cancado, Rigo, & Pinheiro, 2016; Peres Jr & Pereira, 2014; Silva Júnior et al., 2008). Vários artigos questionam na fundamentação teórica o que é a gestão social (Fleig, Oliveira, & Brito, 2006; Guerra & Teodósio, 2013; Souza & Oliveira, 2006), e outros refutam modelos, por considerar que não é gestão social (Pinho & Santos, 2015; Justen, Moretto Neto, & Garrido, 2014). Nesta disputa fica um vazio na literatura do que realmente é a gestão social. Sobre este problema de pesquisa que este trabalho se debruçou.

Nenhum estudo, até o presente momento, utilizou o conceito de gestão social como unidade de análise, com a utilização uma meta-análise que permita identificar seu estado de arte. A consolidação de um conceito é importante para verificar sua aceitação ou rejeição, bem como, para dar início a sua aplicação, tirando-o da abstração teórica. Ronda-Pupo & Guerras-

Martin (2012) salientam a importância de consolidar ou rejeitar conceitos verificando a aceitação geral em vez de somente perseguir a formulação de novos conceitos nas ciências sociais.

O objetivo desta pesquisa foi analisar a evolução do conceito de gestão social no período de 1990-2018, verificando o grau de consenso sobre seus elementos constitutivos a fim de propor um conceito integrativo. Utilizou-se da análise quali-quantitativa de 94 definições de gestão social publicadas em periódicos científicos nos últimos 28 anos. Essa análise possibilitou verificar quais elementos do conceito de gestão social são consensuais entre os autores, bem como mostra a evolução do constructo. Foram adotadas um conjunto de metodologias que inclui a desconstrução léxica dos conceitos em substantivos, verbos e adjetivos realizando uma Análise de co-palavras, seguida de uma Análise de consenso baseada no Índice Kappa. Assim, o presente estudo se justifica por oferecer um avanço neste campo, permitindo como resultado a proposição de um conceito gerado a partir dos elementos consensuais entre os autores.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

As primeiras publicações sobre gestão social datam do início da década de 1990 (Tenório, 1998). Estudos internacionais analisavam o tema no ambiente organizacional, relacionando-o com a gestão de pessoas, focando nos funcionários como principal *stakeholder* das empresas. Essa perspectiva é evidenciada, por exemplo, nos trabalhos de Tuininga (1990), McClelland (1990) e Inzerilli (1990). Neste contexto, vinculava-se com a gestão do relacionamento e necessidades das famílias dos colaboradores, bem como gestão da saúde do trabalhador (Baranski, 2002). Outras perspectivas internacionais focaram na gestão social como comportamento organizacional coletivo. Por exemplo, Inzerilli (1990) analisou o modelo de gestão do nordeste italiano, no qual predomina o comportamento solidário e coletivo baseado em trocas sociais, minimização do comportamento oportunista e dos consequentes custos de transação.

O estudo de Adrianow (1995) começou a aproximar as perspectivas de estudos internacionais a concepção brasileira de Gestão Social, pois considera que a gestão social é caracterizada, principalmente, pelo seu ponto de partida: participação dos cidadãos na gestão de seus bairros, identificando campos políticos e cooperação entre as partes num esforço conjunto para tomada de decisão. Neste percurso teórico, em 1999, Peter Wheale deu os primeiros passos na literatura internacional para tratar o construto numa perspectiva similar à

que hoje é utilizada pelos pesquisadores brasileiros, ou seja, abordagens consensuais, consultivas, de participação pública, de consciência, cidadania e visão pluralista. No entanto, apesar de se voltar para estas abordagens, não contemplava os espaços públicos e relacionava gestão social com a cidadania tecnológica, com engenharia genética e outras questões relacionadas à ciência e tecnologia.

O artigo intitulado “Gestão Social: uma perspectiva conceitual” de Tenório (1998) foi um dos principais trabalhos brasileiros que apresentou considerações acerca das delimitações entre os conceitos de Gestão Social, Gestão Estratégica e Cidadania Deliberativa. Segundo este autor, a gestão social se contrapõe à gestão estratégica na medida em que se trata de um processo dialógico, participativo e democrático, com igualdade política e decisória, livre da influência da lógica de mercado.

Na perspectiva da academia brasileira, Ladislau Dowbor (1999) apontou os principais elementos constitutivos da gestão social, como: a) empoderamento, no sentido de resgate político pela sociedade; b) ator social, que tem interesse em determinada decisão; c) *advocacy*, como a capacidade de voz e defesa de uma causa; d) *accountability*, da responsabilização dos representantes da sociedade em termos de prestação de contas; e) autoconfiança das comunidades; f) uma nova perspectiva de governança em conjunto com os atores sociais. O estudo de Dowbor, em 1999, contribuiu para que a partir dos anos 2000 os estudos em gestão social tivessem em suas definições termos que começam a se relacionar com o desenvolvimento sustentável e estratégias legítimas da sociedade civil. Foi neste momento que o conceito de gestão social se voltou diretamente para a sociedade civil se desvinculando do âmbito organizacional (Peres Jr & Pereira, 2014).

Os atores da gestão social se distribuem do primeiro ao terceiro setor, portanto, sociedade, governos e mercado (empresas). Desta forma, também se destaca a contribuição do setor privado para alcançar os benefícios socioeconômicos e ambientais que a gestão social se propõe (Villela & Pinto, 2009). Fischer (2006) afirma que a gestão adjetivada social é aquela que objetiva realizações e expressa o interesse de indivíduos, grupos e coletividades, através da orientação para mudança e pela mudança, desde microunidades organizacionais, até organizações com alto grau de hibridização, como são as interorganizações.

Corroborando com essa perspectiva, Cançado (2011) sugere a existência de três grandes categorias articuladas entre si, em uma sequência ascendente, são elas: interesse público; esfera pública; e emancipação social, dando origem ao seguinte conceito de gestão social: “[...] é a tomada de decisão coletiva, sem coerção, baseada na inteligibilidade da linguagem, na

dialogicidade e entendimento esclarecido como processo, na transparência como pressuposto e na emancipação enquanto fim último” (Caçado, 2011, p. 221).

Apesar de teoricamente estas categorias serem aplicáveis, quando se encontram na práxis tornam-se um desafio para o gestor social. Os preceitos de participação, tomada de decisão coletiva, igualdade e interação social voltadas para o bem comum e livres de coerção, como ressaltados nos diversos conceitos apresentados na literatura (Tenório, 2005; Caçado, 2011; Fischer, 2006, Silva Júnior et al., 2008; Dowbor, 1999, entre outros) necessitam de organizações ou forma de se organizar que possibilitem a construção de espaços públicos de proximidade (Rigo & Caçado, 2014). Assim, pluralidade, hibridismo e cooperação são visões relevantes tanto aos praticantes quanto aos acadêmicos da gestão social. Entende-se, portanto, assim como afirma Espíndola, Netto e Souza (2017), que a gestão social demanda umas práxis entendidas como ‘atividade social reflexiva e transformadora’.

Análises bibliométricas acerca das abordagens teóricas da Gestão Social têm sido realizadas para verificar o estado da arte do construto. Um exemplo é o estudo de Peres Jr. e Pereira (2014), no qual foi identificado a presença de quatro abordagens principais, são elas: a) estudos derivados da teoria crítica frankfurtiana (por ex. Tenório, 2005; Zani & Tenório, 2011) b) estudos baseados na noção de gestão do desenvolvimento social conduzidos por interorganizações (ex. Fischer, 2002, 2012; Gondim, Fischer, & Melo, 2006); c) estudos baseados em administração pública societal (ex. de Paula, 2006); d) e os estudos sobre organizações não governamentais (Dowbor, 1999; Pereira et al., 2013)

O estudo de Peres Jr. e Pereira (2014) conclui que estas quatro abordagens estão contidas em duas vertentes: a primeira vinculando-se à gestão pública e societal, e a segunda que se expande a partir do momento que entende a gestão social como a ação gerencial dialógica que pode ser utilizada em diferentes sistemas sociais (públicos, privados ou organizações não-governamentais). No entanto, segue válida a afirmativa de Dowbor (1999) quando salienta que os paradigmas da gestão social ainda estão por ser definidos, ou construídos, uma vez que a área tem concentrado esforços em questões políticas, econômicas e sociais, mas carente de pontos de referência organizacionais. Portanto, o campo da Gestão Social ainda está em uma perspectiva “pré-paradigmática” (Fischer, 2002; Garcia, Pereira, Alcântara, & Cruz, 2018; Gondim et al., 2006).

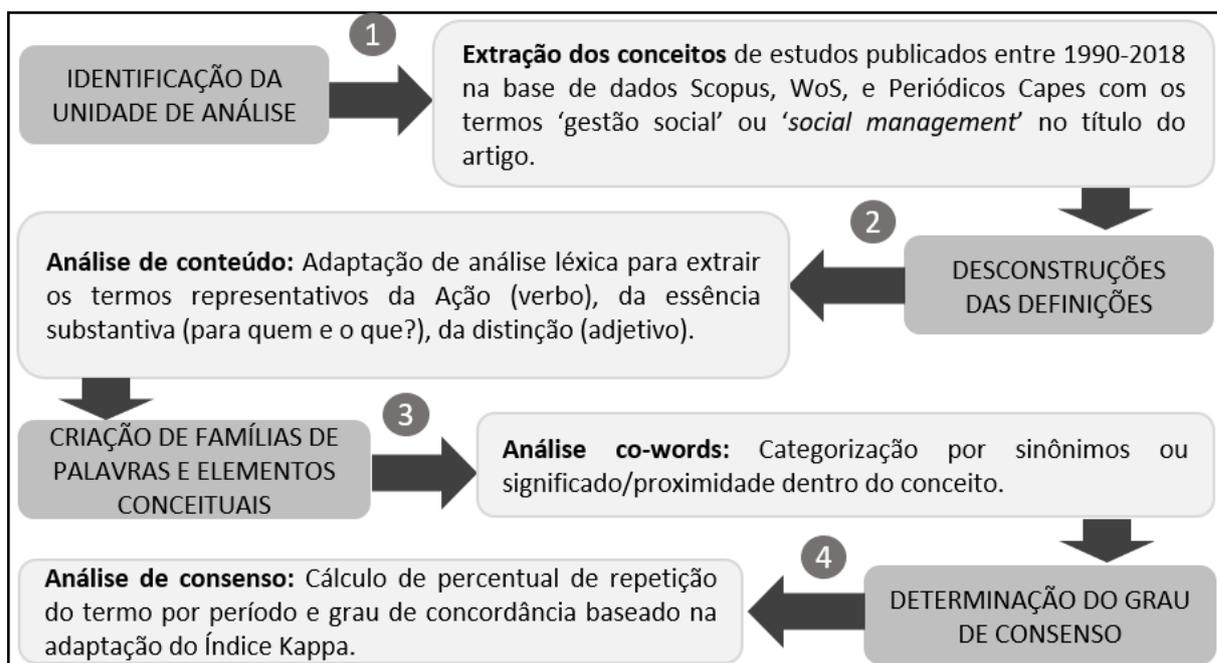
Efetivamente, observa-se que gestão social é um campo em construção, porém também se observa pela revisão dos artigos que há uma grande dispersão de enfoques, muitas críticas e dúvidas. Também, não foi identificado na literatura estudos que analisem o consenso entre as

definições de gestão social, que em última instância representa o pilar deste campo. Assim, o presente estudo busca preencher esta lacuna, e se diferencia dos anteriores pois abrange todo o período desde o surgimento do construto, analisa sua evolução por recortes temporais através de técnicas qualitativas e quantitativas, considera as diferentes correntes teórico-práticas em torno da gestão social e busca uma integração teórica.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo tem como unidade de análise a definição de gestão social. Foram analisadas definições formuladas entre 1990 e 2018, o que abrange praticamente toda história do campo, segmentadas em três períodos. É uma pesquisa qualitativa-quantitativa exploratória, a partir da combinação das seguintes técnicas: Análise de Conteúdo, Análise de Co-words e Análise de Consenso (Figura 1).

Figura 1: Etapas do desenho metodológico da pesquisa



Fonte: Elaboração pelos autores.

Trata-se de métodos de metrologia da informação que apresenta a busca do consenso entre autores através da utilização de termos similares em suas definições, mostrando a aproximação entre perspectivas teóricas (Callon, Rip, & Law, 1986). O processo metodológico através da combinação dessas técnicas (Figura 1) melhora os níveis de confiabilidade dos resultados. Esta modalidade de análise tem sido empregada nas ciências sociais aplicadas para

definir estado de arte de construtos, como por exemplo, Ronda-Pupo e Guerras-Martin (2012) aplicaram para o conceito de estratégia. A seguir detalha-se, passo-a-passo a metodologia empregada.

Etapa 1: Identificação da Unidade de Análise

Os conceitos de gestão social foram extraídos dos estudos publicados e presentes no Periódicos Capes que abarca 248 bases de dados nacionais e internacionais. O levantamento considerou os critérios: (1) Artigos publicados entre 1990-2018; (2) No título do artigo deveria conter ‘gestão social’ ou ‘*social management*’. A busca foi realizada no mês de fevereiro de 2019, resultando em 255 artigos publicados, porém excluindo os repetidos, indisponíveis e os que não apresentavam um conceito de gestão social, a amostra final foi de 94 artigos científicos considerados válidos.

O primeiro período, de 1990 a 1999, foi definido devido pelos estudos iniciais acerca do construto, suas primeiras delimitações e utilização da teoria crítica frankfurtiana para contrapor o modelo neoliberal de desenvolvimento adotado. O segundo, de 2000-2009, foi definido pela renovação e amadurecimento do conceito com a inclusão da vertente sustentabilidade. Enquanto, em 2010-2018 verificou-se um crescimento elevado nas publicações sobre gestão social, mostrando que o tema entrou na agenda dos pesquisadores e marcando a terceira fase nas pesquisas.

Etapa 2: Desconstrução das Definições

A partir de uma análise de conteúdo, realizou-se uma desconstrução das definições, que consistiu na extração de termos-chave dos conceitos de gestão social, de forma a identificar os elementos centrais de cada definição. Foram extraídos: a) Ação relacionada à gestão social (verbo): Para tanto, o texto analisado deveria responder a seguinte questão: “Que ação é realizada na gestão social?”; b) Substantivo: Qual a essência do conceito? “O que?” E “Para quem?”; c) Adjetivo: Características que o distinguem ou qualificam. Trata-se de uma análise *Co-words*, que reduz e projeta os conceitos em uma representação específica, com a manutenção das informações essenciais contidas nos dados, baseando-se na natureza das palavras (Raaijmakers & Tjebk, 1993).

Etapa 3: Criação de famílias de palavras e conceituais elementos

As palavras extraídas (etapa 2) foram agrupados em famílias de palavras de acordo com a sua classificação léxica (ação, para que/quem e qualificadores) e agrupadas em elementos conceituais, que são os agrupamentos de palavras similares, construídos com base nos seguintes critérios: a) sinônimos diretos - exemplo: gerenciar, administrar e dirigir; b) Palavras que apesar de não serem sinônimas, foram utilizadas no mesmo contexto como, por exemplo, ‘proteger’ e ‘assegurar’; c) grandes grupos de palavras com sentido conceitual ou tendência na mesma perspectiva (ex. itens relacionados ao lócus de aplicação). Os agrupamentos podem ser apreciados nas figuras 2, 3 e 4 a seguir.

Figura 2: Famílias de palavras para os verbos (ações)

Elementos Conceituais	Termos-chave
Gerenciar	Gerenciar, Administrar, Analisar, Autogerar, Controlar, Decidir, Definir, Delinear, Desempenhar, Determinar, Dirigir, Efetivar, Elaborar, Empreender, Encaminhar, Equacionar, Estabelecer, Estruturar, Executar, Fazer, Guiar, Implementar, Moldar, Negociar, Nortear, Organizar, Orientar, Planejar, Presidir, Prever, Produzir, Reger, Regular, Trabalhar, Viabilizar.
Ser	Ser, Abranger, Aparecer, Apontar, Apresentar, Atuar, Buscar, Capturar, Caracterizar, Conceber, Configurar, Constituir, Demarcar, Enquadrar, Estar, Expressar, Formar, Funcionar, Implicar, Materializar, Pautar, Pretender, Reconhecer, Referir, Residir, Tender, Ter, Traduzir, Tratar, Versar, Vincular.
Participar	Participar, Agrupar, Apoiar, Aproximar, Articular, Associar, Assumir, Auxiliar, Chamar, Coalizar, Compor, Considerar, Contribuir, Exercer, Integrar, Interagir, Interligar, Intermediar, Mobilizar, Representar, Voluntariar.
Compartilhar	Compartilhar, Argumentar, Compreender, Comunicar, Concordar, Dialogar, Discutir, Dissociar, Entender, Falar, Intervir, Prestar, Propor, Refletir, Responder, Revelar.
Emancipar	Emancipar, Adquirir, Agir, Ajustar, Alcançar, Alimentar, Ampliar, Aprender, Ascender, Assegurar, Assistir, Atender, Destinar, Elevar, Emergir, Emponderar, Envolver, Esclarecer, Estimular, Fortalecer, Garantir, Incluir, Legitimar, Manter, Perceber, Permitir, Preocupar, Proporcionar, Proteger, Reforçar, Resgatar, Responsabilizar, Valorizar.
Desenvolver	Desenvolver, Abrir, Acontecer, Compatibilizar, Construir, Criar, Fundar, Idealizar, Institucionalizar, Ocorrer, Originar, Promover, Realizar, Recompor, Reconstituir, Recuperar, Reescalonar, Reproduzir, Solucionar, Transformar, Utilizar, Visar.
Melhorar	Melhorar, Amenizar, Analisar, Aprimorar, Aprofundar, Avançar, Destacar, Evidenciar, Favorecer, Focar, Harmonizar, Impulsionar, Levantar, Otimizar, Primar, Superar, Transcender.
Contrapor	Contrapor, Abordar, Aplicar, Colocar, Combater, Complementar, Convergir, Demandar, Dever, Evitar, Influenciar, Levar, Mudar, Substituir.
Avaliar	Avaliar, Basear, Demonstrar, Depender, Encontrar, Identificar, Medir, Monitorar, Percorrer, Reduzir, Relacionar.

Fonte: Elaboração pelos autores.

Figura 3: Famílias de palavras para os substantivos (o quê/quem)

Elementos Conceituais	Termos-chave
Gestão	Gestão, Ações, Atividades, Autoridade, Caráter, Competências, Controle, Coprodução, Crescimento, Decisões, Desenvolvimento, Design, Economia, Esforços, Esquemas, Estabilidade, Estratégia, Exercício, Híbrido, Iniciativas, Instrumentos, Mecanismo, Modelos, Novas formas, Novo cenário, Objetivos, Origem, Ótica, Padrões, Paradigma, Perspectivas, Planejamento, Políticas organizacionais, Práticas, Pressupostos, Princípios, Processo decisório, Processos, Produção, Projetos, Provisão, Regulamentação, Sequência, Soluções, Tarefa, Tendência, Tomada de decisão, Transformações, Visão clara.
Espaços	Espaços, Ambiental, Ambiente, Áreas da vida, Campos, Campos de estudo, Contorno, Destino, Esfera, Estruturas, Extensão universitária, Fronteiras, Governança local, Local, Local de trabalho, Localidade, Lócus, Meio, Microunidades, Macrounidades, Momentos, Mundo da vida, Nações, Natureza, Nível municipal, Países, Raio, Realidade, Redes, Segmentos, Setor, Sistema, Sistemas locais, Territórios, Trabalho, Vida.
Relações	Relações, Acordo, Conexões, Conflitos, Conjunto, Cooperação, Cooperativismo, Debate, Diálogo, Diferentes perspectivas, Discussão, Disputa, Explicações, Identidade, Integração, Interação, Intercâmbio, Interlocutores, Interorganizações, Linguagem, Luta, Papel, Papel-chave, Participação, Poder, Políticas, Publicização, Reflexão, Relacionamentos, Resistência, Saberes, Tensões.
Atores	Atores, Administrações, Agentes, Alvos principais, Associações, Atores industriais, Atores sociais, Autoridade decisória, Cidadãos, Comunidades, Comunidades de prática, Conselhos, Consumidor, Desfavorecidos, Eleitor, Empregado, Empresas, Estado, Excluídos, Famílias, Funcionários, Fundações, Gestor, Governantes, Governos, Grupos, Homem, Indivíduos, Marginalizados, Mercados, Moradores, O outro, Organizações, Organizações não-estatais, Parcerias, Partes interessadas, Participantes, Partido governante, Pessoas, Players, Polícia, População, Praticantes, Profissionais, Representantes, Residentes, Seres humanos, Sociedade civil, Stakeholders, Sujeitos, Sujeitos sociais, Terceiro Setor, Trabalhador, Voluntariado, Voluntários.
Contexto Gerenciável	Alternativas, Aspectos, Atitudes, Benefícios, Bens, Capacidade, Capital, Comportamento, Comunicação, Conhecimentos, Crenças, Crise, Cultura, Dimensões, Estudo, Expectativas, Finalidade, Habilidades, Ideais, Ideias, Imposto de renda, Informações, Interesses, Lacunas, Lucro, Miséria, Motivação, Mudanças, Necessidades, Noção, Oportunidades, Orçamento, Particularidade, Pobreza, Possibilidades, Pressões, Previdência, Prioridades, Problemas, Problemática, Programas, Questão, Recursos, Renda, Riqueza, Serviços, Serviços sociais, Suportes teóricos, Tempo, Valores, Visões, Vulnerabilidade.
Cidadania	Cidadania, Ascensão, Assistência, Consciência, Democracia, Direitos, Inclusão, Jurisdição, Movimentos, Ordem, Responsabilidade, Segurança.

Fonte: Elaboração pelos autores.

Figura 4: Famílias de palavras para os adjetivos (qualificadores)

Elementos Conceituais	Termos-chave
Características Teóricas	Ato relacional, Bem-compreendido, Cidadania deliberativa, Compartilhada, Consultiva, Deliberativa, Democrática, Dialética, Dialógica, Dialogicidade, Epistêmica, Epistemológica Crítica, Epistemológico, Instrumental, Interesse bem-compreendido, Interesse bem-entendido, Intersubjetiva, Intersubjetividade, Negociada, Normativa, Participativa, Procedimental, Racionalidade, Racionalidade substantiva, Racional-instrumental, Razão, Trabalho-capital.
Características dos Atores	Ativa, Coletiva, Coletivamente, Comprometimento, Concordância, Confiança, Conjunto, Consciente, Consenso, Consensual, Cooperativados, Essenciais, Geral, Humana, Livre, Livre de coerção, Livrementemente, Marginalizados, Migrante, Múltiplas, Objetivo comum, Organizados, Parceria, Pessoal, Plural, Pluralismo, Pluralista, Reflexiva, Responsável, Sem coação, Sem coerção, Sem imposição.
Benefícios socioeconômicos	Benefícios socioeconômicos, Accountability, Ampliada, Aprendizagem, Auto-confiança, Autonomia, Básica, Bem comum, Bem-estar, Bem-viver, Cidadania tecnológica, Consciência crítica, Consciência pública crítica, Direito a fala, Direito a voto, Direito a voz, Ecológica, Econômica, Emancipação, Estilo de vida, Experiências, Florescimento, Ganha-ganha, Harmonia, Harmonizáveis, Igualdade, Inclusão, Interesses, Justaposição, Lucro, Mais justa, Melhor, Motivação, Natureza, Privilegiados, Proximidade, Qualidade, Satisfação, Saúde, Saúde ocupacional, Sustentabilidade, Sustentável, Tangíveis, Voz.
Inovação em Gestão	Inovação em gestão, Adaptativa, Contemporânea, Diferenciada, Diferentes, Experimental, Futuro, Hibridismo, Hibridização, Inovação, Linha de fuga, Moderna, Mudanças, Mudanças radicais, Nova fronteira, Nova modalidade, Novas formas, Novo potencial, Oportunidades de sobrevivência, Ordem Social, Paradigma, Pré-paradigmática, Preventivamente, Profundas, Realidade, Tendência, Transformadora.
Características da práxis	Administrativo, Altamente estratégica, Analítica, Argumentativa, Articulado, Autogovernança, Capacidade, Cívica, Competitiva, Complexa, Comunicativa, Conflitante, Conspicua, Crítica, De baixo para cima, Decisória, Descentralizada, Desempenho, Dicotômica, Direta, Disciplinas, Efetiva, Efetividade, Eficaz, Eficiente, Estratégica, Estrategicamente, Flexível, Fluidas, Formais, Gerencial, Habilidade, Horizontal, Importante, Intangível, Interdependência, Interdisciplinar, Múltipla, Não-hierárquica, Não-utilitarista, Necessidade, Orientada pela estratégia, Práxis, Premente, Recursiva, Relacional, Relativa, Relevante, Sem burocracia.
Legitimidade	Altruismo, Cidadania, Clareza, Comum, Constitutiva, Contexto comum, Defesa de interesses, Disponíveis, Diversidade, Educativa, Elos de integração, Ideológica, Igualitário, Inclusiva, Informação, Inteligibilidade, Intermediação, Legítima, Moral, Princípios, Publicização, Retificada, Respeito, Responsabilidade, Semi-institucionalizada, Simbólica, Sinergeticamente, Solidária, Solidariedade, Transparência, Transparência pública, Transparente, Valores, Veritista.
Social	Ascensão social, Cultural, Vertente societal, Vibração social, Vulnerabilidade social.
Características do Locus	Comunitária, Corporativa, Estado democrático, Governamentais, Governança, Heterogeneidade, Heterogêneo, Industrial, Institucionais, Institucionalização, Internacional, Interorganizações, Inter setoriais, Local, Macroescalares, Meio ambiente, Microescalares, Mundial, Nacional, Não-estatal, Não-governamental, Não-público, ONGs, Organizacionais, Político, Privada, Pública, Público-privado, Sociedade-estado, Socioambiental, Sociocultural, Técnico, Terceiro Setor.

Fonte: Elaboração pelos autores.

Etapa 4: Análise de Consenso

A quarta etapa consistiu em determinar o nível de consenso entre os termos utilizados ao longo da história do campo. Esta etapa foi dividida em dois estágios: i) Criação de uma matriz de dois eixos, a fim de comparar os elementos conceituais das famílias de palavras

(linhas) com as definições (colunas). Desta forma não comparamos definição versus definição (análise coautor), mas em vez disso, termo versus termo (análise de co-palavras); ii) Cálculo do índice Kappa, indicado para avaliar grau de concordância (Cohen, 1960). A partir dos dados de entrada da matriz de dois eixos, forma-se a tabela de contingência por período que considera se o elemento conceitual aparece em uma definição, mais de uma, e se não aparece em nenhuma definição. Os procedimentos foram semelhantes ao indicado por Ronda-Pupo e Guerras-Martin (2012). O índice Kappa é calculado usando a seguinte fórmula:

$$K = \frac{Po - Pe}{1 - Pe} \quad (1)$$

Onde P_o é o grau de concordância observado e P_e é o grau de concordância esperado aleatoriamente. Assim, $1 - P_e$ representa o possível gama de acordo não atribuído ao acaso, portanto o coeficiente de concordância de Kappa pode variar de $(-p / 1-p)$ até 1.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O primeiro período teve seis definições, o segundo período apresentou 15, e o terceiro 73 definições. A análise de conteúdo usando a técnica de desconstrução léxica gerou 689 termos, sendo que 199 representam ações da gestão social, 239 representam a quem ou a que se destinam estas ações e os 251 termos restantes são as características e qualificadores daquilo que os autores consideram como gestão social. Observa-se que a maioria dos termos (aproximadamente 60%) aparecem apenas em uma definição confirmando através desta dispersão que existe uma visão ampla acerca do construto na literatura.

Através de agrupamento dos termos foram criadas famílias de palavras (elementos conceituais), conforme a etapa 3 do processo metodológico. Verificou-se que os 199 verbos encontrados se repetiam 428 vezes, e gerou nove famílias de palavras, as quais foram submetidas ao processo de distribuição de frequência afim de avaliar a evolução do construto gestão social nos três períodos analisados (Tabela 1). Em sua essência consensual, o conceito de gestão social pode ser descrito, em termos de ações ‘gerenciar’, ‘emancipar’ e ‘ser’. Destaca-se, também, o crescimento gradativo do uso dos termos enquadrados nas famílias ‘participar’ e ‘compartilhar’ pelos autores.

Tabela 1: Distribuição de frequência dos elementos ‘ação’

Períodos	N=6 (1990-1999)	N=15 (2000-2009)	N=73 (2010-2018)	N=94 (Total)
Gerenciar	5(83,3%)	16(106,7%)	73(100,0%)	94(100,0%)
Ser	0	6(40,0%)	61(83,6%)	67(71,3%)
Participar	1(16,7%)	5(33,3%)	35(47,9%)	41(43,6%)
Compartilhar	1(16,7%)	5(33,3%)	35(47,9%)	41(43,6%)
Emancipar	5(83,3%)	8(53,3%)	56(76,7%)	69(73,4%)
Desenvolver	3(50,0%)	9(60,0%)	41(56,2%)	53(56,4%)
Melhorar	2(33,3%)	1(6,7%)	21(28,8%)	24(25,5%)
Contrapor	1(16,7%)	0	24(32,9%)	25(26,6%)
Avaliar	0	2(13,3%)	12(16,4%)	14(14,9%)
Total	18	52	358	428

Fonte: Elaboração pelos autores.

Durante a primeira fase dos estudos sobre gestão social (1990-1999), predominou a utilização dos verbos ‘gerenciar’ (83%), ‘emancipar’ (83%) e ‘desenvolver’ (50%) (Tabela 1). Foi o início do construto, através da perspectiva organizacional, relacionando a gestão de pessoas e as trocas sociais (Inzerilli, 1990; Tuininga, 1990). Começa a percepção da necessidade de se aprimorar as estruturas de tomada de decisão a fim de abarcar o interesse de todos (Irwin, Georg, & Vergragt, 1994). Conseqüentemente, um novo paradigma para a gestão (Dowbor, 1999) cujo paradigma teria como um dos seus principais objetivos empoderar para resgatar o poder político da sociedade, bem como criar capacidade de voz e defesa de uma causa (Dowbor, 1999; Pereira et al., 2013).

A segunda fase, de 2000 a 2009, marca o período em que se inicia maturação dos conceitos. Os mesmos três verbos da fase anterior foram os mais utilizados pelos autores, mas cresceu o uso do verbo ‘gerenciar’ (107%), indicando uma maior associação do conceito com ações gerenciais mais claras. O verbo ‘desenvolver’ (60%) também aumentou de frequência, enquanto ‘emancipar’ (53%) reduziu.

Outros importantes verbos deste conceito surgiram nesta fase, como o participar, compartilhar e avaliar. Fomentou-se o entendimento de que a gestão deveria ser mais participativa, com um processo decisório que inclui os diferentes sujeitos sociais (de Paula, 2006; Tenório, 2006), objetivando realizações e expressando interesses de indivíduos, grupos e coletividade (Fischer et al., 2006). A avaliação de ações e práticas comunitárias transformadoras da comunidade também foram associadas a gestão social nesta fase (Fuenmayor, Araujo, Altuve, & Castro, 2008; Villela & Pinto, 2009), promovendo o bem-estar de indivíduos e coletividades (Souza & Oliveira, 2006).

O terceiro período analisado (2010-2018) indicou maior concentração dos autores no uso do elemento conceitual ‘ser’ (84%), destacando-se também os elementos conceituais ‘gerenciar’ (100%) e ‘compartilhar’ (77%). Numa segunda linha de elementos importantes

nessa fase, observa-se que ‘compartilhar’ e ‘participar’ mantem-se na agenda dos pesquisadores, mas reforça-se um elemento pouco usado nas fases anteriores, o ‘contrapor’.

Nesta fase, entende-se a ação de gerenciar como um conjunto de processos sociais desenvolvido por meio de uma ação negociada entre seus atores (Moretto Neto, Garrido, & Justen, 2011), onde a tomada de decisão é coletiva, livre de coerção, baseada no entendimento e na argumentação (Botrel, Araújo, & Pereira, 2011). Portanto, para os autores deste período, a gestão social constitui-se em uma nova modalidade de gerenciamento das políticas sociais, um contraponto ao modelo vigente que exige modelos flexíveis e participativos, é uma forma de gestão que valoriza a concordância, em que a solidariedade é a sua motivação e a emancipação é o seu fim último (Espíndola et al., 2017; Iizuka et al., 2012; Raimundo & Cadete, 2012; Pinheiro & Cançado, 2013).

Foram encontrados 239 substantivos que aparecem 662 vezes nas definições analisadas, formando seis famílias de elementos conceituais (Tabela 2). O conceito de gestão social tem em sua essência substantivada em ‘gestão’ e em ‘contexto gerenciável’ para os ‘atores’. Destaca-se, também, o crescimento gradativo do uso dos termos enquadrados na família ‘relações’, mas um decréscimo no uso de elementos associados a cidadania. A família ‘atores’ agrupou as três perspectivas: a pública, a privada e a sociedade civil. Isto confirma o pressuposto teórico de que a gestão social entende o espaço público como a relação equilibrada entre estes três agentes sociais (Alcântara & Pereira, 2017; Villela & Pinto, 2009), porém dos 56 substantivos relacionados a ‘atores’, 82% referem-se à sociedade civil, 12% são agentes públicos e 5% são agentes privados. Portanto, apesar da previsão de uma mescla equilibrada de atores, a sociedade civil prevalece o que pode ser justificado pela proposta de modelo de gestão *botton-up* e pela aclamada inversão de Governo-sociedade, para Sociedade-Governo, assim como, Mercado-sociedade para Sociedade-Mercado (Tenório, 1998, 2005).

Tabela 2: Distribuição de frequência dos elementos ‘para quem/o quê’

Períodos	N=6 (1990-1999)	N=15 (2000-2009)	N=73 (2010-2018)	N=94 (Total)
Gestão	4(66,7%)	17(113,3%)	167(228,8%)	188(200,0%)
Atores	18(300,0%)	38(253,3%)	131(179,4%)	187(198,9%)
Contexto Gerenciável	4(66,7%)	20(133,3%)	75(102,7%)	99(105,3%)
Espaços	6(100,0%)	20(133,3%)	63(86,3%)	89(94,7%)
Relações	3(50,0%)	6(40,0%)	70(95,9%)	79(84,0%)
Cidadania	3(50,0%)	1(6,7%)	16(21,9%)	20(21,3%)
Total	38	102	522	662

Fonte: Elaboração pelos autores.

Na primeira fase do construto os atores estão na perspectiva do funcionário como o recurso mais importante de uma empresa (Tuininga, 1990) e dos grupos da sociedade não considerados dentro das abordagens ortodoxas – grupos de cidadãos (Irwin et al., 1994). Nas fases seguintes, destacam-se os elementos conceituais ‘atores’, ‘contexto gerenciável’, ‘espaços’ e ‘gestão’. Percebe-se uma ampliação na visão que se tem dos atores responsáveis pela gestão social, sendo eles: o Estado, o mercado, as organizações, a sociedade civil e as coletividades (Baranski, 2002; Fischer et al., 2006; Marsden et al., 2002; Villela & Pinto, 2009), os sujeitos sociais (de Paula, 2006), a população (Magalhães, Milani, Siqueira, & Aguiar, 2006).

Em relação ao ‘contexto gerenciável’, os autores apresentam um sistema compartilhado de crenças, explicações, e valores (Panhoca, Da Silva, Figueira, Nascimento, & Ricci, 2007), bem como a efetiva implementação de políticas e programas sociais (Romero & Diaz, 2007). Tais contextos ocorrem em diversos ‘espaços’: espaços territoriais micro ou macro escalares (Fischer et al., 2006), tanto na esfera privada quanto na esfera pública (Fleig et al., 2006) e até mesmo no local de trabalho (Baranski, 2002).

Também destacou-se o elemento conceitual ‘gestão’, que corresponde a uma variedade de atividades que intervêm em áreas da vida social (Magalhães et al., 2006), entendida como um processo gerencial dialógico onde a autoridade decisória é compartilhada (Tenório, 2006). Gestão como o ato relacional capaz de dirigir e regular processos por meio da mobilização ampla de atores na tomada de decisão (Dreher, 2012), constituindo uma nova modalidade de gerenciamento de um conjunto de instrumentos e estratégias para o encaminhamento de soluções mais eficazes e eficientes (Raimundo & Cadete, 2012) voltada especificamente para a realização de transformações sociais (Mosquera, 2012).

Por último, a análise permitiu identificar 251 qualificadores, que aparecem 614 vezes nas definições, formando um conjunto de oito famílias de elementos conceituais (Tabela 3). O conceito de gestão social se diferencia em termos de ‘características do lócus’, ‘características teóricas’ e ‘benefícios socioeconômicos’. Destaca-se, também, o crescimento gradativo do uso dos termos enquadrados na família de palavras ‘legitimidade’, e a redução dos termos caracterizados como ‘inovação em gestão’.

Tabela 3: Distribuição de frequência dos elementos ‘qualificadores’

Períodos	N=6 (1990-1999)	N=15 (2000-2009)	N=73 (2010-2018)	N=94 (Total)
Características do Lócus	7(116,7%)	14(93,3%)	93(127,4%)	114(121,3%)
Benefícios Socioeconômicos	7(116,7%)	13(86,7%)	83(113,7%)	103(109,6%)
Características Teóricas	1(16,7%)	12(80,0%)	89(121,9%)	102(108,5%)
Características da Práxis	6(100,0%)	9(60,0%)	68(93,1%)	83(88,3%)
Características dos Atores	5(83,3%)	8(53,3%)	64(87,7%)	77(81,9%)
Social	3(50,0%)	12(80,0%)	47(64,4%)	62(65,9%)
Legitimidade	1(16,7%)	6(40,0%)	41(56,2%)	48(51,1%)
Inovação em Gestão	3(50,0%)	4(26,7%)	18(24,7%)	25(26,6%)
Total	33	78	503	614

Fonte: Elaboração pelos autores.

De 1990-1999 demarca como principais diferenciais a ‘característica do lócus’, os ‘benefícios socioeconômicos’ e as ‘características da práxis’. Nesta fase, o lócus é composto de sistemas políticos que garantem a participação efetiva do cidadão na tomada de decisões (Irwin et al., 1994), de forma pluralista (Dowbor, 1999). A práxis, ainda pouco delimitada neste período, consiste em uma abordagem consultiva da participação pública (Wheale, 1999). Para os autores desta fase, essas articulações devem resultar no desenvolvimento da capacidade de voz e defesa a uma causa ou grupo social (Dowbor, 1999; Pereira et al., 2013), o aumento na consciência pública crítica (Wheale, 1999) e todo o processo deve gerar benefícios sociais e econômicos.

A segunda fase de evolução do conceito em termos de adjetivos consistiu numa maior ênfase nos aspectos relacionados a ‘características do lócus’, ‘benefícios socioeconômicos’, ‘social’ e ‘características teóricas’. Nesse período, a lócus da gestão social pode estar tanto em microunidades organizacionais, quanto em organizações com alto grau de hibridização, como são as interorganizações, bem como em espaços territoriais micro ou macro escalares (Fischer et al., 2006), de âmbito de ação local ou comunitária (Fuenmayor et al., 2008). Como benefícios da gestão social, os autores apontam a geração de experiências de aprendizagem significativa e transformadora da realidade (Fuenmayor et al., 2008), a promoção do bem-estar de indivíduos e coletividades, sob o ideal da emancipação humana (Souza & Oliveira, 2006), a garantia da satisfação das necessidades essenciais da população (Magalhães et al., 2006), e que a gestão social está no centro dos debates sobre desenvolvimento sustentável (Marsden et al., 2002).

O elemento conceitual ‘Características teóricas’ foi criado para expressar os pressupostos teóricos defendidos pelos autores, que desde os seminais trabalhos publicados vem tentando delimitá-lo como um campo científico, como uma nova modalidade de gestão, um paradigma e uma inovação. Para os autores, a gestão social consiste na substituição da

gestão tecno burocrática por um gerenciamento mais participativo (de Paula, 2006), tendo como base epistemológica a intersubjetividade, a dialogicidade, o bem comum, o interesse bem compreendido, a democracia deliberativa (Fleig et al., 2006; Tenório, 2006), viabilizadora de ações e práticas comunitárias transformadoras e dialógicas (Villela & Pinto, 2009). Por fim, o adjetivo social foi destacado, pois vem qualificando o substantivo gestão que é percebido como o processo, que compõe as formas simbólicas de ascensão social e oportunidades de sobrevivência (Cabral, 2010).

O terceiro período, foi marcado pela maior presença dos elementos constituintes das famílias ‘características do lócus’, ‘características teóricas’, e por ‘benefícios socioeconômicos’. Como lócus da gestão social, os autores deste período entendem que é o espaço denominado de esfera pública, o qual não é o mesmo que espaço público, pois vai além do governo público, sendo então, um espaço de comunhão da sociedade e engajamento social (Bauer & Carrion, 2016; Cançado et al., 2016). Teoricamente o construto é fundamentado, e se diferencia no Interesse Bem Compreendido e na Emancipação, que compõem a estrutura principal da abordagem teórica (Cançado et al., 2016; Pinheiro & Cançado, 2013), representado pelas subcategorias de Solidariedade e Sustentabilidade, Democracia Deliberativa, Comunidades de Prática, Intersubjetividade/Dialogicidade, Interorganizações e Racionalidade (Cançado, Rigo, & Pinheiro, 2016).

Dentre os benefícios desenvolvidos pela gestão social como qualificadores, os autores entendem que ela pode promover a inclusão social e educativa através da construção coletiva (Nunes & Magalhães, 2017) e melhorar a autonomia social e as capacidades de auto governança (He, 2016), tendo por finalidade a emancipação do homem (Cançado et al., 2016; Pinheiro & Cançado, 2013).

4.1 Análise de consenso

O conceito de gestão social apresentou na primeira fase de sua evolução um maior consenso em relação aos substantivos utilizados Índice Kappa=0,25, que está na faixa do consenso justo (Tabela 4). Este resultado decorre da concordância dos autores em relação ao principal argumento utilizado de um modelo de gestão que incorpore os atores sociais na tomada de decisão. No entanto, este período apresentou uma falta de consenso em relação à ação (K= -0,04). Ou seja, os autores não tinham clareza na ação necessária para colocar em prática o construto, o que indica uma falta de maturidade das definições nesta primeira fase, natural em um campo científico em fase inicial. Esta mesma justificativa aplica-se aos

elementos conceituais que diferenciam e qualificam o conceito de gestão social, os quais apresentam baixo nível de consenso ($K=0,14$).

O segundo e o terceiro período apresentam maior nível de consenso também em relação aos substantivos ($K=0,47$ e $0,56$, respectivamente), demonstrando que essa perspectiva de maior ênfase nos atores sociais permanece com o passar dos anos. Há uma elevação dos índices relacionados à ação, passando de sem consenso para consenso justo nos períodos seguintes, no qual se destaca a utilização dos verbos enquadrados na família de elementos ‘gerenciar’. De mesmo modo, os qualificadores apresentaram evolução de baixo consenso no primeiro período, para consenso moderado ($K = 0,51$) no último período.

Tabela 4: Coeficiente de consenso entre os pares de definição

Coeficiente Kappa	1990-1999	2000-2009	2010-2018
K(Ação)	-0,04	0,24	0,39
K(Que/Quem)	0,25	0,47	0,56
K(Qualificador)	0,14	0,35	0,51
Legenda			
< 0,00: Sem consenso	0,00 – 0,20: Baixo consenso		
0,21 – 0,40: Consenso justo	0,41 – 0,60 Moderado		
0,61 – 0,80 Substancial	0,81 – 1,00 Consenso quase perfeito		

Fonte: Elaboração pelos autores.

Os resultados indicam a necessidade de mais pesquisas no campo da gestão social para o amadurecimento de suas perspectivas teóricas e sua aplicação, visto que se trata de um processo de gestão, o que pressupõe aplicação do conceito à vida prática. Porém, confirmam afirmações encontradas na literatura de que ainda é uma perspectiva pré-paradigmática (Fischer, 2012; Peres Jr & Pereira, 2014). Também, reafirma os achados do estudo apresentado por Boyd, Finkelstein e Gove (2005), o qual indicou que campos menos maduros possuem níveis mais baixos de consenso entre os pesquisadores.

5. CONCLUSÕES

Desde a década de 1990, o conceito de gestão social recebe a atenção de pesquisadores nacionais e internacionais e foi alterando-se, principalmente pela inclusão de perspectivas brasileiras. Esta pesquisa objetivou verificar a evolução e o consenso em torno das definições de gestão social no período de 1990-2018 de forma a contribuir com um campo considerado em fase pré-paradigmática (Silva et al., 2016). Após a análise temporal do constructo foi confirmado que ocorreram evoluções e atualmente o campo entra em um estado de maturação,

porém ainda possui uma trajetória a ser percorrida para alcançar consenso entre os pesquisadores do tema.

Os resultados apresentaram níveis de consenso mediano entre os autores, porém crescente ao longo do tempo, com um Índice Kappa em níveis considerados entre justo e moderado ($K=0,20 - 0,60$), portanto ainda longe das faixas que indicaram uma centralidade no conceito. O maior K encontra-se no ‘o que/quem’, portanto, confirma uma tendência em centrar-se na visão de ‘para quem’ a gestão social deve trazer bons resultados. O último período de evolução do constructo (2010-2018) apresentou níveis mais altos de consenso. Se esta tendência for mantida nos próximos anos, é possível que no futuro a gestão social possa alcançar níveis de paradigma.

Atualmente, a maior concordância acerca da gestão social gira ao redor das ações de ‘Gerenciar’, ‘Ser’ e ‘Emancipar’, substantivada em ‘Gestão’, ‘Atores’ e ‘Contextos gerenciáveis’, sendo qualificada por ‘Características do lócus’, ‘Características teóricas’ e ‘Benefícios socioeconômicos’. Portanto, o conceito integrado que representa esta análise de consenso dos autores ao longo dos anos é que a **Gestão Social é o gerenciamento participativo dos espaços público-privados e suas contingências a fim de emancipar e desenvolver os atores através de benefícios socioeconômicos, sendo, portanto, um modelo de gestão com características próprias.**

Em termos gerais, pode-se afirmar que os resultados encontrados são consistentes com estudos anteriores, mostrando que o conceito de gestão social é considerado um paradigma *in progress* ou fase pré-paradigmática (Fischer, 2012; Peres Jr & Pereira, 2014; Silva et al., 2016). A pesquisa também permitiu observar um elevado aumento da produção acadêmica nos últimos anos, mostrando que a gestão social entrou na agenda de pesquisa, fato que ajudará a consolidação do campo. Porém, em termos desta pesquisa, isto tornou um fator limitador devido a dispersão de abordagens e o grande número de palavras encontradas nas definições dos autores. A metodologia tríplice adotada de análise de conteúdo, a análise co-palavras e o índice Kappa buscou por um lado minimizar os vieses que poderiam surgir de acordo com o olhar do pesquisador e por outro possibilitar triangulação metodológica, como caminho recomendado para aumentar a confiabilidade dos achados.

Os achados deste estudo contribuem com a literatura do campo ao oferecer um conceito integrador baseado nos elementos de maior nível de consenso entre os pesquisadores. Além disso, os resultados acentuam um fato preocupante com relação a operacionalização deste conceito na prática de gestão, pois o nível mais baixo de consenso é relacionado ao verbo, na

desconstrução léxica realizada para a análise de co-palavras. Isto demonstra que os autores não têm bem definido como realizar a gestão social, como transformá-la em uma ação, portanto, aplicada a realidade.

A categoria de elemento conceitual ‘Atores’ mostrou predominância da sociedade civil, enquanto a categoria ‘características do lócus’ indica a formação de uma esfera para a discussão em conjunto dos problemas da sociedade e as formas de solução. Porém, é preciso salientar que o lócus da gestão social não público, nem privado, mas sim ambos.

Com relação a ser um modelo de gestão inovador, diferenciado do modelo tradicional, fica demonstrado na frequência do uso de termos do elemento conceitual ‘características teóricas’. Isto porque termos muito próprios deste campo do conhecimento são consensuais entre os autores, como sendo forma de gerenciar baseado em democracia, cidadania deliberativa, interesse bem compreendido, dialogicidade, consulta e compartilhamento. No entanto, o baixo consenso sobre a ação nos conceitos deixa a gestão social com características associadas a uma abstração, teóricas, e pouco práticas.

Por fim, conclui-se que o verbo mais utilizado (gerenciar), bem como seu substantivo (gestão) fica qualificado pelo adjetivo social, sendo, portanto, um modelo de gestão organizacional da sociedade. Também, conclui-se salientando-se que esta metodologia pode ser usada para estudar outros conceitos em diversas áreas. Recomenda-se pesquisas adicionais para o aprofundamento das análises em cada categoria de elementos conceituais da gestão social, de forma a identificar as origens do baixo consenso. Além disso, é imperativo desenvolver pesquisas sobre modelos e monitores de gestão social que atendam ao seu conceito integrado e com dimensões que permitam não somente compreendê-la, mas também a aplicar e monitorar.

REFERÊNCIAS

Observação: A lista de referências está no final do documento.

CAPÍTULO 4

INDICADORES DE COMPETITIVIDADE DO TURISMO NA PERSPECTIVA DA SOCIEDADE: UM ESTUDO DELPHI

Indicadores de competitividade do turismo na perspectiva da sociedade: um estudo Delphi⁴

Indicators for Tourism Competitiveness from the society perspective: a Delphi study

Amanda de Paula Aguiar-Barbosa
Adriana Fumi Chim-Miki

RESUMO

A competitividade turística tem sido estudada sob diversos pontos de vista, porém recebe menos atenção a perspectiva daqueles que sentem diretamente seus efeitos: a sociedade. Este estudo objetivou desenvolver e validar um modelo conceitual, determinantes e indicadores para a Competitividade Turística com base na percepção do residente do destino turístico. Uma revisão sistemática da literatura forneceu uma lista de variáveis que permitem analisar a competitividade enquanto um meio para alcançar o progresso social, tendo como principais bases teóricas a competitividade turística e a gestão social. Posteriormente, a técnica Delphi foi utilizada para validar e otimizar o modelo proposto. Um painel de especialistas de diferentes países avaliou e reduziu a quantidade de indicadores de 65 para 42, agrupados em 6 determinantes. Duas principais contribuições derivam dos achados. A primeira é gerar um novo enfoque sobre a análise da competitividade turística, aprofundando uma vertente que é relativamente nova na literatura e que foca na sociedade de acolhida. A segunda contribuição é trazer a Gestão Social a um campo prático na gestão de destinos turísticos. O produto resultante desta pesquisa pode ser utilizado para o monitoramento da competitividade de destinos turísticos num formato que evitaria os fenômenos de overtourism e Turismofobia.

Palavras-chave: Competitividade turística; Modelo; Gestão social; Método Delphi; Perspectiva social.

ABSTRACT

Tourism Competitiveness is studied from different perspectives. However, the angle from who directly feel its effects, i.e., the society, received little attention. This study aimed to develop and validate a conceptual model, determinants, and variables to Tourism Competitiveness based on the perspective of the residents of the tourism destination. A systematic literature review provided a list of variables that allowed analyzes the competitiveness as a tool to achieve social progress. The primary theoretical backgrounds of the model are from tourism competitiveness and social management theories. Posteriorly, the Delphi method was applied to validate and optimize the proposed model. A group of experts from different countries evaluated the model and reduced the indicators numbers from 65 to 42, divided into six determinants. Two main contributions derivated from the findings: the first contribution is to generate an emphasis on the tourism competitiveness analysis focused on a branch considered new to the theoretical field of study, that is, the focus on the society's perspective. The second contribution is to bring Social Management to a functional area in tourism destination management. The result of this research is a model that provides a monitor the tourism destination competitiveness in a way to avoid tourismphobia and overtourism phenomenon.

Key words: Tourism Competitiveness; Model; Social Management; Delphi Method; Society's Perspective.

⁴ Em processo de submissão para a revista *Tourism Management Perspectives* – Qualis A1

1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre competitividade começaram fundamentados com base em perspectivas econômicas. No entanto, a partir de 1992 novas perspectivas de análise foram surgindo, dentre elas a vertente social, na qual a competitividade deve ser um meio para se atingir um fim, que em última instância, é o progresso social (Newall, 1992). O progresso social é a capacidade de uma sociedade atender às necessidades humanas básicas de seus cidadãos, estabelecer os elementos que permitem às comunidades melhorar e sustentar a qualidade de vida de seus habitantes criando condições para que todos alcancem seu pleno potencial (Porter, Stern, & Green, 2017).

Nessa perspectiva, o setor turístico é uma área de grande interesse para estudar a aplicação de modelos de competitividade como um tipo de inovação em processos de gestão estratégica, especialmente porque existe a possibilidade de verificar de que forma a atividade turística afeta o progresso social dos residentes do destino. Os estudos de Newall (1992) e Porter (1990) fundamentaram o desenvolvimento dos primeiros conceitos holísticos de competitividade para destinos turísticos, no qual Ritchie e Crouch (2003) a relacionaram como a capacidade de o destino gerar atração turística e retornos financeiros, com preservação dos recursos naturais para as gerações atuais e futuras, bem como geração de benefícios em qualidade de vida aos residentes.

A literatura sobre competitividade turística apresenta diversos aspectos que corroboram com a perspectiva de progresso social, dentre eles a melhoria do bem-estar dos residentes (Kubickova & Lee, 2018), da qualidade de vida (Andrades & Dimanche, 2017; Croes & Kubickova, 2013; Kubickova, Croes, & Rivera, 2017), da prosperidade social, econômica e ambiental (Kim Boes et al., 2016), e a gestão da inovação social (Boes, Buhalis, & Inversini, 2016).

Apesar do objetivo da competitividade turística ser alcançar o progresso social dos residentes, a utilização equivocada do seu conceito na prática tem causado problemas para a sociedade. O crescente fluxo de turistas nas cidades vem suscitando a necessidade de os destinos organizarem-se internamente, objetivando a sustentabilidade do uso dos recursos e minimização dos problemas gerados pelo *overtourism*. A Organização Mundial do Turismo (OMT) define *overtourism* como o impacto do turismo em um destino, ou em partes dele, que influencia excessivamente a qualidade de vida percebida dos cidadãos e / ou a qualidade das experiências dos visitantes de maneira negativa (Koens, Postma, & Papp, 2018). Isto pode ocasionar a saída dos residentes do seu local de origem em função dos problemas gerados pelo

excesso de fluxo turístico (Milano, 2017, 2018), e por isso estes problemas nos destinos estão na agenda dos pesquisadores, e impulsionam novos olhares sobre a competitividade turística (Kubickova et al., 2017; Kubickova & Lee, 2018).

Apesar do vínculo com o progresso social, os índices que mensuram a competitividade turística apresentam inconsistências, avaliando o desenvolvimento dos destinos sob a ótica da oferta ou da demanda, e em raros casos investigando sob a ótica dos principais afetados pela atividade turística: os residentes (Kubickova & Lee, 2018). Para atender seu próprio conceito, a competitividade turística deve ser mensurada e definida não apenas pela estrutura do setor turístico, mas pelo seu efeito no progresso social (Kubickova et al., 2017; Kubickova & Lee, 2018; Porter et al., 2017).

Buscando alcançar o conceito de progresso social na gestão de destinos turísticos, o presente estudo entende que a gestão social tem elementos que podem contribuir para o desenvolvimento da região e de seus residentes. A gestão social é caracterizada pela abordagem *bottom-up* (Monje-Reyes, 2011; Rosvadoski-da-Silva, Silveira, & Deboçã, 2018), na qual o processo decisório é realizado pela comunidade de forma participativa e deliberativa (Cançado, Pereira, & Tenório, 2015; Cançado, Tenório, & Pereira, 2011). Consiste em uma nova forma de gestão descentralizada e que tem por objetivo final a emancipação dos cidadãos (Alcântara & Pereira, 2017; Freitas, Freitas, & Ferreira, 2016; Pinheiro & Cançado, 2013).

A gestão social se aproxima da perspectiva de progresso social por tratar de questões comuns como, por exemplo, a qualidade de vida dos cidadãos (Rigo & Cançado, 2014; Souza & Oliveira, 2006), a sustentabilidade (Cançado, Pereira, & Tenório, 2015; Gohn, 2014; Justen & Moretto Neto, 2012), o desenvolvimento econômico de comunidades (Fischer, 2002, 2012; Pereira, Ferreira, Boas, Oliveira, & Cardoso, 2011), melhorias na educação e saúde (Miranda, Silva, & Souza, 2013; Moretto Neto et al., 2011; Nunes & Magalhães, 2017) e protagonismo da população enquanto agentes de mudança social (Allebrandt, Siedenberg, Sausen, & Deckert, 2011; Moretto Neto et al., 2011; Oliveira, Perafán, & Conterato, 2013).

A premissa deste estudo é que uma das formas de analisar a competitividade turística, como alavanca para impactar no progresso social, é sob a ótica dos residentes do destino, e neste sentido, reúne as perspectivas teóricas de gestão social e de competitividade turística. Esta pesquisa assume abordagem mista, que corresponde à adoção de uma análise qualitativa e quantitativa de maneira complementar (Creswell, 2007) com escopo temporal transversal.

O objetivo deste estudo é propor um modelo de competitividade turística e seus indicadores, com base na percepção do residente, ou seja, da sociedade. A proposta inicial foi

derivada a partir de uma revisão sistemática e meta-análise da literatura que analisou 130 definições para a competitividade turística e 94 definições de gestão social, extraídos de artigos da base de dados da Web of Science e do Portal de Periódicos da Capes publicados entre 1990 e 2018. Esta revisão sistemática fundamentou a proposta de renovação do conceito de competitividade aplicado ao turismo e sugere formas de monitorar seus efeitos na sociedade, permitindo analisar a competitividade como um meio para o progresso social. A proposta e seus indicadores foram posteriormente validados por um painel de especialistas através da técnica Delphi.

Este artigo se organiza em uma introdução, seguido de uma seção de referencial teórico que aborda as duas macro perspectivas teóricas que fundamentam a proposta: a competitividade turística e a gestão social. A terceira seção apresenta a proposição teórica, com um modelo para a competitividade turística na perspectiva social. Seção 4 explicita o desenho metodológico da pesquisa para a validação do modelo. Os resultados são demonstrados na Seção 5, e, finalmente a sexta e última seção apresenta as conclusões da pesquisa, limitações e sugestões de pesquisas futuras.

2. COMPETITIVIDADE TURÍSTICA: UM MEIO E UM FIM PARA O PROGRESSO SOCIAL

A competitividade turística tem sido, principalmente, analisada pela capacidade de oferta de um destino, ou pelo grau de satisfação do turista (Kubickova, Croes, & Rivera, 2017; Kubickova & Lee, 2018). No entanto, para Newall (1992) a competitividade é um meio para se alcançar o progresso social, e não deve ser um fim em si mesma. Portanto, em última instância deve ser monitorada pelos seus efeitos na sociedade de acolhida. Porter (1990) em seu conceito de competitividade expressa a relação desta com a produtividade de um país ou lugar, afirmando numa vertente econômica que o único conceito que importa é o nível de produtividade de um país. Porém, também afirma que é através desta produtividade que o país pode gerar melhores condições de vida a sua população, sendo este o sentido de buscar competitividade. Assim, na clássica visão porteriana, a competitividade é simultaneamente um meio e um fim para o progresso social (Porter, 1990).

Apesar destes pressupostos teóricos terem sido definidos na década de 90, os fatores endógenos do desenvolvimento do turismo são negligenciados pela literatura de monitoramento da competitividade do turismo especialmente os relacionados a qualidade de vida de o progresso social (Croes & Kubickova, 2013). Isto ocorre porque os monitores de

competitividade turística avaliam principalmente pela perspectiva da indústria turística ou do visitante, sendo a perspectiva do residente do destino escassa nos estudos da área (Andereck & Nyaupane, 2011; Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt, 2005).

A despeito desta deficiência nos monitores e modelos de competitividade turística, a literatura apresenta diversos aspectos que corroboram com a perspectiva da relação entre desenvolvimento turístico e progresso social, dentre elas a melhoria do bem-estar dos residentes (Kubickova & Lee, 2018), da qualidade de vida (Andrades & Dimanche, 2017; Croes & Kubickova, 2013; Kubickova et al., 2017), da prosperidade social, econômica e ambiental (Boes et al., 2016), e a gestão da inovação social (Boes et al., 2016).

Uma outra perspectiva teórica que vem crescente na atenção dos pesquisadores é a gestão social (Cançado, Pereira, & Tenório, 2015; Fischer, 2012; Tenório, 2005), a qual apresenta elementos conceituais e objetivos que também corroboram com a perspectiva do progresso social. A gestão adjetivada pelo social consiste em um ato relacional que se estabelece entre pessoas, em espaços e tempos relativamente delimitados, objetivando realizações e expressando interesses de indivíduos, grupos e coletividade (Fischer, 2002; 2012).

A gestão social prioriza a emancipação e autonomia, trazem a expectativa da atuação direta de cidadãos na idealização e implementação de ações, o que pode contribuir para a construção ou para o resgate de valores impulsionadores de mudanças no comportamento da vida do homem em sociedade (Espíndola et al., 2017). Tem como principais características a participação, cooperação, governança, capacidade de voz e defesa (Peres Jr & Pereira, 2014), 99), o coletivo, a mudança, a hibridização (Fischer, 2012), a dialogicidade, o compartilhamento, a emancipação, a valorização da cultura (Cançado et al., 2015; Pinheiro & Cançado, 2013), práticas comunitárias transformadoras (Cançado et al., 2016; Villela & Pinto, 2009), a solidariedade, o altruísmo e a confiança (Tenório, Kronemberger, & Lavinias, 2014).

Assim, a gestão social caracteriza-se como uma prática altamente estratégica, voltada especificamente para a realização de transformações sociais (Mosquera, 2012), desta forma, enquanto ferramenta de gestão pode contribuir para o fim último da competitividade turística, que consiste em desenvolver a comunidade para alcançar o progresso social.

3. COMPETITIVIDADE DO TURISMO NA PERSPECTIVA DA SOCIEDADE: UMA PROPOSTA DE MODELO

Este estudo, a partir de estudos anteriores valida a definição de competitividade turística como a capacidade criar uma oferta turística que seja compatível com as características de cada

destino oferecendo atratividade aos visitantes e benefícios sociais a população local através de uma gestão que preserve o capital do destino (Aguiar-Barbosa & Chim-Miki, 2019). A sua vez, também com base a estudos anteriores que validaram o entendimento sobre o tema, define-se gestão social como o gerenciamento participativo dos espaços público-privados e suas contingências a fim de emancipar e desenvolver os atores através de benefícios socioeconômicos, sendo, portanto, um modelo de gestão com características próprias (Aguiar-Barbosa & Chim-Miki, 2019). Ao traçar um paralelo entre as duas vertentes teóricas, competitividade turística e gestão social, observa-se que ambas buscam o desenvolvimento social, econômico e ambiental, focando em sustentabilidade e bem-estar do cidadão.

Assim, por um lado, dois elementos centrais da competitividade turística foram incluídos no modelo proposto e se referem-se à atratividade e ao capital do destino, sendo ambos adaptados a visão do residente, conforme escopo do estudo. A atratividade corresponde à propensão que o visitante apresenta em visitar uma determinada localidade e está relacionada com a percepção de diferenciação da experiência turística (Crouch & Ritchie, 1999; Das & Dirienzo, 2010; Li et al., 2013). Enquanto o capital do destino trata dos aspectos físicos, culturais, ambientais que consistem em fatores qualitativos e quantitativos que afetam a atratividade do destino (Bagarić & Žitinić, 2013; Dwyer et al., 2000; Enright & Newton, 2005; Vanhove, 2002).

Por outro lado, dois elementos centrais da gestão social também foram incluídos no modelo tendo sido adaptados ao setor turístico. Referem-se à emancipação do residente e a cocriação (participativa) da oferta turística. A emancipação do residente é o objetivo central da gestão social, sendo, neste caso, um resultado da construção da experiência social por parte dos residentes de um destino que têm por objetivo o desenvolvimento local e turístico (Cançado et al., 2016; de Paula, 2006; Tenório, 1998). Enquanto que a cocriação da oferta turística complementa a finalidade da gestão social, cujo pilar é o protagonismo da comunidade na tomada de decisão, portanto, neste caso na criação da oferta turística, fruto de um processo dialógico, que, como indica a literatura da área, a autoridade decisória é compartilhada entre os participantes da ação (Fischer, 2002; Tenório, 1998; Villela & Pinto, 2009; Zani & Tenório, 2014).

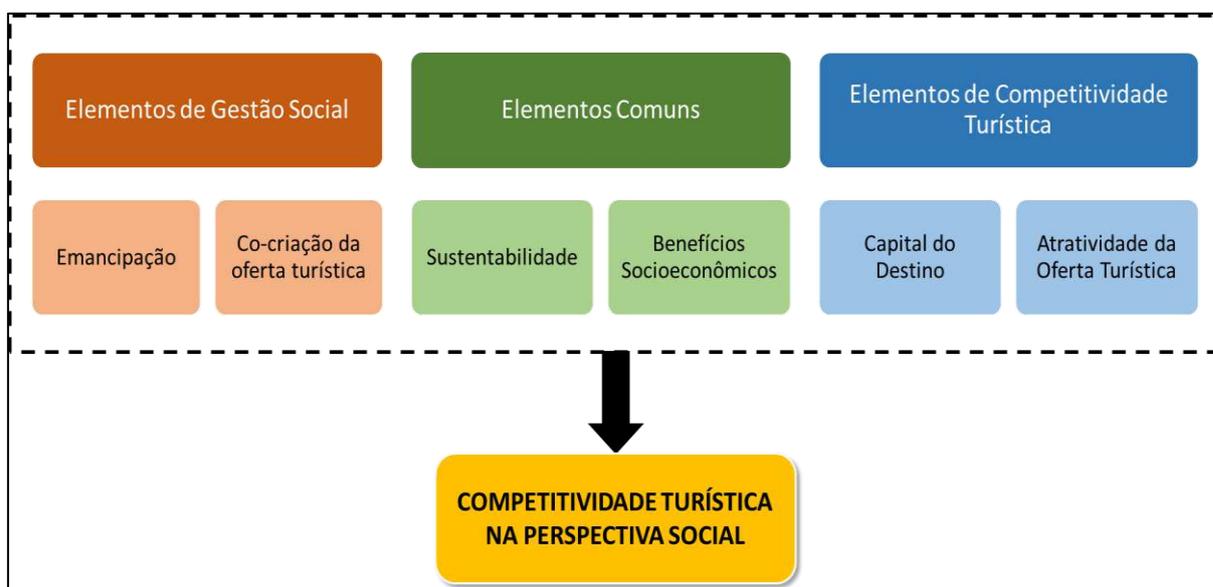
Os elementos comuns das bases teóricas utilizadas nesta proposta também são dois. O primeiro é a sustentabilidade que garante a manutenção atual e futura dos recursos locais, destacado tanto na Gestão Social (Cançado, Pereira, et al., 2015; Justen & Moretto Neto, 2012; Rigo & Cançado, 2014) como na Competitividade Turística (Crouch & Ritchie, 1999;

Gomezelj & Mihalič, 2008; Hassan, 2000; Hawkins, 2004; Cvelbar, Dwyer, Koman, & Mihalič, 2016; Mihalič, 2000; Ritchie & Crouch, 2003; Thomas & Long, 2000).

O segundo elemento comum é a geração de benefícios socioeconômicos para a comunidade, que igualmente é associada à Gestão Social (Cançado, Tenório, & Pereira, 2011; Dias & Paiva, 2015; Fischer, 2012; Pereira, Ferreira, Boas, Oliveira, & Cardoso, 2011) e à Competitividade Turística (Boes, Buhalis, & Inversini, 2016; Kubickova & Lee, 2018; Kubickova & Li, 2017; Webster & Ivanov, 2014).

A análise de 130 definições para a competitividade turística e 94 definições de gestão social, extraídos de artigos publicados da base de dados da Web of Science e do Portal de Periódicos da Capes entre 1990 e 2018 fundamentou esta proposta teórica de conceito, modelo e determinantes. Propõe-se, então, como definição que “Competitividade turística na perspectiva da sociedade é a capacidade dos atores do destino criarem e gerenciarem coletivamente uma oferta turística atrativa e sustentável, que preserve o capital do destino desenvolvendo benefícios socioeconômicos e emancipação para os residentes”. A partir desta definição, o modelo proposto foi composto de seis determinantes, agrupados em três dimensões (Figura 1).

Figura 1: Proposta de modelo para competitividade turística na perspectiva social (TCS).



Fonte: Elaborado pelos autores.

Complementarmente, a Tabela 1 indica as principais bases teóricas de cada elemento (determinante) e explicita, em termos de monitoramento, qual a verificação pretendida com o determinante proposto no modelo.

Tabela 1. Determinantes do modelo para competitividade turística na perspectiva social.

Determinantes	Base teórica
Dimensão: Gestão Social	
Emancipação (E) – Verifica o grau de percepção do residente com relação às suas potencialidades como motor do desenvolvimento turístico, bem como sua cidadania e empoderamento decorrente da atividade turística.	- Emancipação: (Alcântara & Pereira, 2017; Cançado et al., 2011; Pinheiro & Cançado, 2013; Pinho & Santos, 2015) - Cidadania e empoderamento: (Allebrandt et al., 2011; Kubickova & Lee, 2018; Oliveira et al., 2013; Schommer & Fischer, 1999; Tenório, Brulon, & Zarconi, 2015)
Cocriação da oferta turística (Co-T) - Verifica a percepção do indivíduo sobre os níveis de desenvolvimento conjunto da oferta turística do destino, considerando os elementos de participação, inclusão e dialogicidade.	- Participação: (Alcântara, Pereira, & Silva, 2015; Peres Jr & Pereira, 2014; Zani & Tenório, 2011) - Inclusão: (Nunes & Magalhães, 2017; Zani & Tenório, 2011, 2014) - Dialogicidade: (Cançado, Pereira, et al., 2015; Cançado et al., 2011; Justen & Moretto Neto, 2012)
Dimensão: Competitividade Turística	
Atratividade da oferta turística (A) - Verifica os sentimentos, crenças e opiniões que os indivíduos possuem sobre a habilidade percebida do local oferecer uma experiência turística memorável.	- Atratividade: (Chen, Chen, & Lee, 2011; Crouch & Ritchie, 1999; Das & Dirienzo, 2010; Li et al., 2013) - Experiência turística memorável: (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer, Mistilis, Forsyth, & Rao, 2001; Gomezelj & Mihalič, 2008; Kubickova & Lee, 2018)
Capital do destino (DC) - Verifica a percepção da comunidade sobre os aspectos físicos, culturais, ambientais, econômicos, políticos e humanos, bem como os atributos do destino e suas relações.	- Atributos do destino e suas relações: (Andereck & Nyaupane, 2011; Andereck et al., 2005; Boes et al., 2016; Dwyer et al., 2001; Enright & Newton, 2005; Enright & Newton, 2004; Maravić et al., 2012; Zamani-Farahani & Musa, 2008)
Dimensão: Elementos Comuns	
Sustentabilidade (S) - Verifica a assimilação do residente sobre a conciliação do desenvolvimento turístico e a preservação dos recursos atuais e futuros.	- Sustentabilidade: (Amuquandoh, 2010; Cançado, Pereira, et al., 2015; Cottrell, Vaske, Shen, & Ritter, 2007; Hassan, 2000; Justen & Moretto Neto, 2012; Kubickova et al., 2017; Kubickova & Lee, 2018; Magalhães et al., 2006; Mihalič, 2000; Miller, 2001; Rigo & Cançado, 2014; Ritchie & Crouch, 1999; 2003)
Benefícios socioeconômicos (SeB) - Verifica a percepção dos moradores acerca da prosperidade social e econômica da comunidade gerada a partir do turismo, bem como a manutenção de valores relacionados ao senso de pertencimento e ao bem-estar	- Benefícios socioeconômicos: (Armenski et al., 2018; Croes & Kubickova, 2013; Das & Dirienzo, 2010; Kubickova et al., 2017; Kubickova & Lee, 2018; Kubickova & Li, 2017; Magalhães et al., 2006; Pulido-Fernández & Rodríguez-Díaz, 2016; Rigo & Cançado, 2015; Romão & Nijkamp, 2017; Souza & Oliveira, 2006)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Cabe destacar que, para atender a proposta desta pesquisa, todas as variáveis devem ser focadas na percepção do residente do destino turístico. Assim, foram definidos um total de 65 variáveis consideradas por seu grau de expressão na literatura revisada, ou seja, as mais utilizadas pelos autores. Todo o conjunto proposto, conceito, modelo e variáveis foram submetidas a uma metodologia e processo de validação que se descreve a continuação.

4. DESENHO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Esta pesquisa tem metodologia mista, qualitativa e quantitativa. A principal técnica é o método Delphi, o qual possibilita, através de um processo estruturado, a obtenção da opinião

crítica de especialistas de uma determinada área (Hsu & Sandford, 2007). A utilização dessa técnica se justifica pela inexistência de dados históricos relacionados à adoção de elementos de Gestão Social na Competitividade Turística (Wright & Giovinazzo, 2000).

Nesta técnica, a coleta de opinião de especialistas ocorre de forma individual, mantendo o anonimato das opiniões e oferecendo um *feedback* dos resultados a cada interação até obter um nível de consenso pré-determinado entre os mesmos (Sackman, 1974). O método foi desenvolvido nos anos 60 por Dalkey e Helmer objetivando validar novas ideias (Wright & Giovinazzo, 2000), e pode ser de dois tipos: 1) Policy Delphi que se obtém consenso com um grupo homogêneo de especialistas; 2) Delphi de Decisão, que é utilizada para influenciar um grupo com interesses diversos sobre o problema, objetivando uma decisão consensual. O presente trabalho de pesquisa enquadra-se como uma Policy Delphi.

O método Delphi tem sido uma escolha metodológica frequente nas ciências sociais aplicadas (Ho & Ganesan, 2013), especialmente quando se trata de validação de propostas de modelos que possam gerar instrumentos gerenciais (Chim-Miki & Batista-Canino, 2018). No turismo as aplicações de Delphi estão relacionadas a construtos multidimensionais (Lee & King, 2009), como por exemplo, a aplicação realizada por Miller (2001) para verificar indicadores de desenvolvimento sustentável no turismo, a aplicação de Lee & King (2009) para verificar indicadores de competitividade para o turismo de águas termais, e a aplicação de Chim-Miki & Batista-Canino (2018) para validar um modelo de coopetição turística e seus indicadores.

4.1 Procedimentos de coleta de dados e análise de consenso

As dimensões e variáveis extraídas da literatura foram adaptadas a questões que respondessem a perspectiva da sociedade e levadas a validação pelo painel de especialistas usando a técnica Delphi, a qual ocorreu em duas rodadas. O instrumento de pesquisa foi um questionário enviado por e-mail em que as questões se dividiam nos seis determinantes do modelo de Competitividade Turística na perspectiva da sociedade, totalizando 65 variáveis. A escala de avaliação foi de 1-7, sendo 1 sem importância e 7 máxima importância para a competitividade turística. Ao final de cada grupo de questões, o questionário continha uma questão aberta para considerações e sugestões adicionais. Um último sétimo bloco de questões foi incluído objetivando validar o modelo, idoneidade dos fatores e conceito proposto para competitividade turística na perspectiva da sociedade. Estas questões foram em escala dicotômica, 1-sim, 2-não.

O *Face validity* foi realizado em junho de 2019 através de um pré-teste executado com uma amostra de pesquisadores, e gerou alterações relacionadas ao formato das questões para melhor compreensão do texto. A validade de face verifica o grau em que o questionário mede o que foi projetado para verificar (Creswell, 2010). O instrumento final foi reproduzido em português, inglês e espanhol a fim de possibilitar um painel de especialistas internacionais.

O número de participantes recomendado no painel Delphi é entre 10 e 30 especialistas, sendo que ao aumentar o número de participantes, se diminui o erro e aumenta a confiabilidade (Dalkey & Rourke, 1972). A amostragem na técnica Delphi é intencional e estratégica, assim, no presente estudo foi realizada com base no seguinte critério: os especialistas deveriam ter artigos publicados sobre turismo e gestão social, nos últimos 10 anos, em revistas científicas revisadas por pares. Foram enviados convites a 80 especialistas, resultando em 38 respondentes na primeira rodada, porém, se reduziu a 31 participantes que responderam a segunda rodada (Apêndice 3). A amostra final conteve pesquisadores dos seguintes países: Brasil, Espanha, Colômbia, México, Peru, Costa Rica, Inglaterra, Hungria e Irã. As etapas ocorreram respectivamente em julho e setembro de 2019.

Com relação aos níveis de consenso pré-definidos, para a primeira rodada Delphi estabeleceu-se 80% como nível de consenso, representando as variáveis com nota maior ou igual a 5, portanto, considerados importantes pelos especialistas e devendo ser incluídas no modelo. O tratamento do resultado foi através de estatística descritiva baseada em medidas de tendência central e dispersão calculadas através do software SPSS.

Na segunda rodada do método Delphi, o questionário apresentou as médias do grupo para cada questão, num primeiro bloco mostrando as que obtiveram consenso igual ou superior a 80% e solicitando a concordância final do especialista quanto a sua inclusão no modelo de forma a confirmar o posicionamento do grupo. E num segundo bloco, as questões que não alcançaram consenso na primeira rodada, solicitando que nesta fase o especialista optasse pela inclusão ou exclusão da variável proposta. A análise das respostas da segunda rodada procedeu-se utilizando-se do mesmo nível de consenso da primeira rodada (80%), tanto para inclusão como exclusão do item no modelo. A próxima seção apresenta a discussão e análise destes resultados.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base no consenso do painel de especialistas, o modelo proposto foi reduzido de 65 indicadores para 42, portanto uma concentração em 64% das variáveis mais significativas

para expressar a competitividade turística a partir da perspectiva da sociedade, ou seja, segundo o olhar do residente.

5.1 Determinante Emancipação

De acordo com a seleção dos especialistas, a emancipação gerada pela competitividade turística pode ser verificada através de oito variáveis. Das treze questões apresentadas para expressar este determinante, na primeira rodada Delphi, seis variáveis obtiveram nível de consenso superior a 80% quanto a sua importância no modelo. As variáveis sem consenso foram conduzidas a uma segunda rodada, na qual duas variáveis obtiveram consenso para incluir, e cinco que não obtiveram o consenso foram excluídos do modelo (Tabela 2).

Tabela 2: Resultado da Delphi para as variáveis do Determinante Emancipação

Variáveis	1ª rodada		2ª rodada	Resultado Final
	Média/ Desvio padrão	Consenso	Consenso	
Autopercepção do residente da localidade como protagonista do desenvolvimento turístico.	5,9 1,3909	86,84%	-	Incluído
Percepção da comunidade em relação às potencialidades locais para o desenvolvimento turístico.	6,0 1,1267	89,47%	-	Incluído
Geração de impactos positivos no empoderamento da comunidade através da atividade turística local.	6,0 1,2302	89,47%	-	Incluído
Participação ativa e cidadã da comunidade nas decisões relacionadas ao turismo local.	5,8 1,3588	84,21%	-	Incluído
Legitimação e aceitação do desenvolvimento turístico local pela comunidade.	6,0 1,2734	86,84%	-	Incluído
Conhecimento e habilidade da comunidade para conduzir o desenvolvimento turístico local.	5,6 1,5341	81,58%	-	Incluído
O desenvolvimento turístico possibilita o residente conhecer, respeitar e valorizar a própria cultura, gerando consciência da herança cultural da comunidade.	5,6 1,4245	78,95%	87,10%	Incluído
O turismo beneficia o desenvolvimento grupos de moradores como associação de artesões, cooperativas, etc.	5,8 1,1974	78,95%	80,65%	Incluído
Experiência educacional do residente resultante do maior intercâmbio cultural entre moradores e turistas.	5,1 1,4590	73,68%	54,84%	Excluído
O turismo promove o senso de identidade étnica e cultural na comunidade, bem como senso de pertencimento.	5,4 1,5669	76,32%	77,42%	Excluído
A comunidade percebe que a presença do turista indica valorização do seu modo de vida e promove efeitos positivos sobre valores morais e costumes locais.	5,2 1,5966	71,05%	48,39%	Excluído
O desenvolvimento da atividade turística promove aumento nos níveis de educação e capacitação da população local.	5,3 1,3932	78,95%	70,97%	Excluído
O turismo promove a criação espaços públicos de convivência na localidade.	5,1 1,4918	68,42%	54,84%	Excluído

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os resultados indicam que a autopercepção do residente como protagonista do desenvolvimento turístico, a participação cidadã na tomada de decisão e empoderamento dos residentes são importantes para o determinante emancipação, corroborando com a literatura que aponta que são necessários níveis altos de engajamento para a gestão social (Alcântara & Pereira, 2017; Cançado, 2011; Pinheiro & Cançado, 2013).

Da mesma forma, os especialistas confirmaram que a aceitação da comunidade em relação à atividade turística, bem como sua percepção em relação às potencialidades locais, o conhecimento e a habilidade para condução do desenvolvimento turístico local contribuem para emancipar os cidadãos. Na literatura de gestão social é possível identificar que esse processo de aceitação, percepção e conhecimento gera fluxos comunicativos através das interações sociais que têm potencial transformador e contribuem para a emancipação dos residentes (Freitas et al., 2016). Este resultado também se alinha com a literatura de overtourism e Turismofobia (Koens et al., 2018) na medida que verifica a compatibilidade da atividade turística na comunidade.

Além disso, os resultados confirmam que para existir competitividade no setor a partir da visão do cidadão a atividade turística deve possibilitar uma maior valorização e conhecimento da própria cultura e, o desenvolvimento de grupos de moradores com atuação na atividade, como associação de artesões, por exemplo. De fato, Bagarić e Žitinić (2013) consideram que a valorização da cultura e desenvolvimento de atividades empreendedoras contribuem para a emancipação do residente.

Por outro lado, variáveis que tem sido tratada na literatura de gestão social relacionadas a elementos que podem gerar emancipação na sociedade não foram considerados adequados para o modelo de competitividade turística pelos especialistas do painel Delphi. Entre as variáveis excluídas do modelo estão o Intercâmbio cultural, senso de identidade étnica e cultural, efeitos positivos nos valores morais e costumes locais, aumento do nível de educação da população e criação de espaços públicos de convivência. Importante notar que algumas dessas variáveis sem nível de consenso satisfatório entre os especialistas também são apontadas nos estudos como produtos da competitividade turística (Andrades e Dimanche, 2017), porém não foram associadas pelos especialistas consultados a uma medida da emancipação gerada pela competitividade turística. Um dos fatores que pode ter gerado estas exclusões, é que alguns dos itens são parte dos indicadores incluídos, assim os especialistas evitaram a repetição de variáveis.

5.2 Determinante Cocriação da oferta turística

Um dos pilares da Competitividade turística na perspectiva da sociedade é a criação da oferta turística de forma conjunta, dando vez e voz a população para participar do setor, bem como, validando a própria atividade (de Paula, 2006; Zani & Tenório, 2011, 2014). Com base na seleção dos especialistas o determinante cocriação da oferta turística foi concentrado em cinco variáveis, todas definidas por grau de consenso superior a 80% na primeira rodada da Delphi. As duas variáveis sem consenso foram submetidas a uma segunda rodada Delphi, porém não obtiveram consenso para inclusão, portanto foram excluídas do modelo final (Tabela 3).

Tabela 3: Resultado da Delphi para as variáveis do Determinante Cocriação da oferta turística.

Variáveis	1ª rodada		2ª rodada	
	Média/ Desvio padrão	Consenso	Consenso	Resultado Final
Planejamento turístico realizado pelos atores sociais locais, incluindo sociedade, mercado e governo.	5,9 1,4102	84,21%	-	Incluído
Os produtos turísticos do destino são desenvolvidos em conjunto e ofertados pela comunidade (incluindo atrações, serviços e produtos).	5,8 1,3661	84,21%	-	Incluído
Promoção de inclusão social dos residentes através da atividade turística.	5,9 1,2557	81,58%	-	Incluído
Governança turística efetiva no destino.	5,6 1,5861	81,58%	-	Incluído
Boa comunicação entre as partes envolvidas no planejamento e gestão do turismo com os residentes.	5,8 1,6674	84,21%	-	Incluído
Participação dos residentes na governança turística através de representação por líderes locais	5,5 1,5723	73,68%	77,42%	Excluído
As autoridades de turismo compatibilizam as necessidades da população local e dos turistas.	5,7 1,5957	78,95%	67,74%	Excluído

Fonte: Elaborado pelos autores.

Foi identificado pelos especialistas a necessidade de contemplar a participação de todos os atores sociais locais no planejamento turístico, essa perspectiva corrobora com a noção de cidadania deliberativa evidenciada na literatura de gestão social (Cançado, 2011; Dias & Paiva, 2015; Miranda et al., 2013; Tenório, 2005) e reforça que o desenvolvimento dos produtos turísticos deve ser desenvolvido em conjunto e ofertados pela própria comunidade (Kubickova & Lee, 2018).

Adicionalmente, os especialistas incluíram no modelo os indicadores de governança turística efetiva, promoção de inclusão social dos residentes e boa comunicação entre as partes envolvidas no planejamento e gestão da atividade turística. Desta forma, os indivíduos quando

engajados no planejamento do turismo da sua comunidade podem promover e/ou serem beneficiados pela inclusão social (Andereck & Nyaupane, 2011; Andereck et al., 2005; Zamani-Farahani & Musa, 2008).

Os especialistas não incluíram os indicadores relacionados à representação de líderes locais e compatibilização das necessidades dos residentes e dos turistas, provavelmente porque estas duas questões pressupõem-se que são partes de um sistema adequado de governança turística.

5.3 Determinante Atratividade da oferta turística

O determinante Atratividade da oferta turística é decorrente dos estudos de competitividade no turismo. Foi inicialmente proposto com sete variáveis relacionadas à capacidade do destino de oferecer experiências satisfatórias e memoráveis aos visitantes, conforme indica os estudiosos da área (Crouch & Ritchie, 1999; Das & Dirienzo, 2010). De acordo com os resultados, os especialistas concentraram este determinante em cinco variáveis, sendo que três foram incluídas na primeira rodada e duas na segunda rodada da Delphi. Não houve consenso superior a 80% para a inclusão dos dois últimos itens, portanto, foram excluídas do modelo final (Tabela 4).

Tabela 4: Resultados da Delphi para as variáveis do Determinante Atratividade.

Variáveis	1ª rodada		2ª rodada	Resultado Final
	Média/ Desvio padrão	Consenso	Consenso	
Capacidade local de oferecer uma experiência turística memorável, cultural, natural, etc.	6,1 1,2475	89,47%	-	Incluído
Os moradores percebem sua localidade como capaz de gerar satisfação no turista.	5,8 1,4492	81,58%	-	Incluído
A comunidade reconhece a existência de atrativos turísticos locais.	6,1 1,1480	86,84%	-	Incluído
Crença local de que a localidade possui um diferencial turístico competitivo.	5,7 1,3412	78,95%	83,87%	Incluído
Crença local de que a localidade possui uma imagem positiva e atrativa aos turistas.	5,6 1,4031	78,95%	80,65%	Incluído
A localidade oferece um ambiente político estável.	5,1 1,7269	65,79%	48,39%	Excluído
Existência de atividades recreativas e/ou opções de entretenimento.	5,4 1,7012	73,68%	70,97%	Excluído

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os especialistas elegeram como variáveis para a atratividade da oferta turística, pela visão dos residentes, a percepção acerca da capacidade do local de oferecer uma experiência turística memorável e satisfatória, corroborando com a maioria dos estudos da área, por exemplo em (Crouch & Ritchie, 1999; Kubickova & Lee, 2018). Também foram incluídos

indicadores referentes à imagem do destino como existência de atrativos turísticos, diferenciais competitivos e imagem positiva e atrativa ao turista, o que segue na linha dos estudos de Andrades-Caldito, Sánchez-Rivero, e Pulido-Fernández (2013) e Kayar e Kozak (2010), Dwyer e Kim (2003).

Porém os resultados do painel Delphi não apresentaram consenso para as questões que indicam estabilidade do ambiente político da localidade e existência de atividades recreativas, o que se justifica, pois na visão dos especialistas as atividades recreativas podem estar abarcadas no item de atrativos locais, e o ambiente político na questão da imagem positiva do destino.

5.4 Determinante Capital do Destino

O determinante Capital do destino corresponde aos recursos que podem gerar a diferenciação na operacionalização da atividade turística em um destino (Boes et al., 2016; Dwyer et al., 2000; Cvelbar et al., 2016), porém vistos a partir da perspectiva do residente. Ao todo, os especialistas incluíram sete variáveis ao modelo proposto, sendo cinco incluídas na primeira rodada da Delphi e outras duas na segunda rodada (Tabela 5).

Tabela 5: Resultado da Delphi para as variáveis do Determinante Capital do destino

Variáveis	1ª rodada		2ª rodada	Resultado Final
	Média/ Desvio padrão	Consenso	Consenso	
A localidade possui recursos diferenciados para oferta turística.	5,8 1,3260	89,47%	-	Incluído
A localidade possui identidade e/ou patrimônio cultural diferenciados para oferta turística.	6,1 1,3744	84,21%	-	Incluído
Os recursos naturais da localidade são adequados ao desenvolvimento turístico.	6,1 1,2386	89,47%	-	Incluído
Existência de capital humano na comunidade para trabalhar no setor turístico.	6,0 1,4142	84,21%	-	Incluído
A comunidade tem um ambiente de paz, tranquilidade e segurança.	5,9 1,6004	81,58%	-	Incluído
Existência de infraestrutura adequada à modalidade turística ofertada.	5,7 1,5580	78,95%	96,77%	Incluído
As instituições locais trabalham de forma interorganizacional para o desenvolvimento turístico.	5,5 1,4839	76,32%	87,10%	Incluído
A comunidade tem oferta de artes e artesanato para o turismo.	5,5 1,5201	76,32%	74,19%	Excluído
A agricultura local tem produtos diferenciados para o turismo.	5,0 1,7242	68,42%	48,39%	Excluído

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os especialistas do painel Delphi elegeram elementos como recursos diferenciados, identidade e/ou patrimônio cultural e recursos naturais como necessários ao desenvolvimento

da competitividade turística na perspectiva da sociedade, corroborando com os achados de Bagarić e Žitinić (2013) e Gomezelj e Mihalič (2008).

Da mesma forma, foram incluídos os elementos relacionados aos recursos humanos do destino, enfatizando a importância dos residentes trabalharem no setor turístico, em concordância com o que apontam Maravić, Bednarik e Lesjak (2015) e Boes, Buhalis, e Inversini (2016). Além disso, o ambiente de paz, tranquilidade e segurança para a comunidade também foi considerado um elemento fundamental para o determinante capital do destino. Este determinante da competitividade tem sido abordado em muitos modelos de desenvolvimento turístico, especialmente os *botton-up*⁵ (Greenwood & Dwyer, 2015).

A existência de uma infraestrutura adequada para a modalidade turística ofertada e a participação de instituições locais trabalhando de forma interorganizacional se mostraram relevantes para o modelo e foram incluídas no modelo pelo painel de especialistas. A formação de redes interorganizacionais para o desenvolvimento local é base tanto para a gestão social (Fischer, 2002, 2012) quanto para a literatura de turismo (Kayar et al., 2010; Stavljanin & Kresoja, 2011).

As questões relacionadas à oferta de artes e artesanato e agricultura local não obtiveram o nível de consenso maior que 80% e por essa razão não foram incluídas no modelo. Apesar da importância destes elementos para a inclusão da comunidade na cadeia turística, os especialistas podem ter considerado que estes itens já estão incluídos na variável recursos diferenciados e culturais para a oferta turística.

5.5. Determinante Sustentabilidade

O determinante sustentabilidade foi proposto com 14 variáveis que retratam a percepção do residente em relação à conciliação o desenvolvimento turístico e a preservação dos recursos naturais atuais e futuros como indica a literatura de competitividade turística (Crouch & Ritchie, 1999; Gomezelj & Mihalič, 2008; Hassan, 2000; Cvelbar et al., 2016; Kubickova & Lee, 2018) e de gestão social (Caçado, Milagres, da Silva, & Rodrigues, 2015; Magalhães et al., 2006; Moreira, Pereira, Amorim, & Neto, 2012; Caçado, 2014). Do modelo proposto, foram selecionados pelos especialistas oito variáveis, sendo quatro delas incluídas na primeira rodada da Delphi e outras quatro na rodada seguinte (Tabela 6).

⁵ São modelos de desenvolvimento turístico que têm como base a participação ativa e espontânea na sociedade como, por exemplo, o turismo de base comunitária e o turismo alternativo (Gómez et al., 2016; Muradas, Taño, & Armas, 2001; Sánchez et al., 2012).

Tabela 6: Resultado da Delphi para as variáveis do Determinante Sustentabilidade.

Variáveis	1ª rodada		2ª rodada	Resultado Final
	Média/ Desvio padrão	Consenso	Consenso	
A comunidade compreende que a atividade turística deve prezar pelo manejo sustentável dos recursos naturais.	6,0 1,3046	81,58%	-	Incluído
Na comunidade existem projetos e ações de preservação ambiental.	6,0 1,2189	84,21%	-	Incluído
O turismo promove a preservação de recursos históricos e culturais locais.	5,9 1,2723	89,47%	-	Incluído
O turismo contribui para a preservação do patrimônio arquitetônico e sítios arqueológicos do destino.	6,0 1,3850	89,47%	-	Incluído
Os planos de desenvolvimento turístico local respeitam a capacidade de carga ambiental.	5,7 1,7748	71,05%	80,65%	Incluído
Os planos de desenvolvimento turístico local respeitam a capacidade de carga social.	5,7 1,6457	73,68%	80,65%	Incluído
O turismo contribui para a preservação dos recursos naturais da comunidade.	5,6 1,5861	71,05%	83,87%	Incluído
A atividade turística consegue manter o custo de vida local em padrões aceitáveis para o residente.	5,4 1,6528	76,32%	87,10%	Incluído
O turismo contribui para melhorar a consciência ambiental dos residentes.	5,4 1,7170	71,05%	74,19	Excluído
Consciência dos turistas quanto à limpeza e manutenção da tranquilidade da comunidade.	5,2 1,7110	68,42%	67,74%	Excluído
Ritmo de crescimento turístico adequado para a comunidade.	5,4 1,7308	73,68%	67,74%	Excluído
O desenvolvimento de instalações turísticas e atrações não é uma ameaça ao ambiente local.	5,3 1,8928	68,42%	64,52%	Excluído
As mudanças geradas pelo turismo fazem com que o residente queira continuar morando na comunidade.	5,3 1,6911	65,79%	61,29%	Excluído
A atividade turística não gera precarização dos postos de trabalho na comunidade.	5,3 1,7415	71,05%	74,19%	Excluído

Fonte: Elaborado pelos autores.

A compreensão da comunidade sobre a necessidade da atividade turística prezar pelo manejo sustentável dos recursos naturais e, conseqüentemente, propor projetos e ações de preservação ambiental que, de fato, contribuam para a preservação do meio ambiente correspondem as variáveis incluídas no modelo que tratam da vertente ambiental do determinante sustentabilidade. Isto se alinha com a literatura de gestão social em Cançado et al. (2015), Gohn (2014) e Rigo e Cançado (2014), bem como de turismo em Lee e King (2009) e Mihalič (2000), Hassan (2000).

Outra vertente da sustentabilidade incluída no modelo foi a cultural com os indicadores referentes à promoção e preservação de recursos históricos e culturais locais e preservação do patrimônio arquitetônico e sítios arqueológicos do destino. A preservação da cultura local é ponto pacífico entre os pesquisadores do turismo, por exemplo em (Croes & Kubickova, 2013; Goffi & Cucculelli, 2014; Kayar et al., 2010; Kubickova, 2016), e portanto, foi um escolha alinhada com a literatura.

Uma terceira vertente também foi identificada e incluída no modelo, sendo reconhecida através da capacidade de carga do destino, seja ela social ou ambiental. Este aspecto, também é ponto pacífico entre os pesquisadores do turismo, porém raros monitores consideram a variável pela dificuldade de monitoramento e controle (Kubickova et al., 2017; Kubickova & Lee, 2018).

Por fim, a vertente econômica da sustentabilidade foi incluída no indicador referente à possibilidade da atividade turística conseguir manter o custo de vida local em padrões aceitáveis para o residente. Monitorar esta questão torna-se primordial quando a análise de competitividade segue a perspectiva da sociedade, pois é um dos elementos que tem gerado o movimento de *Turismofobia* (Milano, 2017, 2018) e representa um dos efeitos do *overtourism* (Taño, Vadell, & Armas, 2019)

Os indicadores relacionados ao aumento da consciência ambiental dos residentes, manutenção da tranquilidade e limpeza da comunidade por parte dos turistas, ritmo de crescimento turístico adequado, senso de pertencimento do residente e precarização dos postos de trabalho não foram incluídos no modelo por não apresentarem nível de consenso superior a 80%. Por um lado, a exclusão desta variáveis contraria a literatura mais recente sobre *overtourism e Turismofobia* (Milano, 2017, 2018; Taño et al., 2019), no entanto, este resultado indica que os especialistas consideraram suficiente a variável relacionada a carga social e ambiental, a qual já deve abarcar pontos de atendimento as questões que podem gerar estes fenômenos.

5.6 Determinante Benefícios Socioeconômicos

O determinante benefícios socioeconômicos corresponde ao resultado que deve ser gerado pela competitividade turística para os residentes do destino. O resultado da Delphi incluiu no modelo nove variáveis, das quais sete foram incluídas na primeira rodada da Delphi e duas foram incluídas na segunda rodada (Tabela 7).

Tabela 7: Resultado da Delphi para as variáveis do Determinante Benefícios socioeconômicos

Variáveis	1ª rodada		2ª rodada	Resultado
	Média/ Desvio padrão	Consenso	Consenso	
A comunidade obtém receitas da atividade turística.	6,0 1,4235	84,21%	-	Incluído
A atividade turística gera empregos para os residentes.	6,1 1,4132	81,58%	-	Incluído
Percepção dos residentes de que a atividade turística contribui para a melhoria da qualidade de vida na comunidade.	5,9 1,3591	84,21%	-	Incluído
Percepção da comunidade de que a atividade turística é um caminho para o progresso social.	5,8 1,4034	81,58%	-	Incluído
O turismo promove a melhoria da infraestrutura física da comunidade.	5,5 1,3899	81,58%	-	Incluído
O turismo atrai mais investimentos para a comunidade.	6,0 1,2625	89,47%	-	Incluído
O turismo cria receita fiscal para os governos locais.	6,0 1,2625	92,11%	-	Incluído
O desenvolvimento turístico promove melhorias no acesso à comunidade.	5,4 1,4054	73,68%	80,65%	Incluído
O turismo promove a diversidade da economia local, com possibilidade para pequenos empreendimentos.	5,7 1,6621	78,95%	87,10%	Incluído
O turismo aumenta as opções de festivais, feiras e as opções de atividades culturais e recreativas na comunidade para o morador.	5,6 1,4832	73,68%	77,42%	Excluído
O turismo promove a melhoria do transporte público na comunidade.	5,4 1,6993	76,32%	70,97%	Excluído
O turismo promove reforço nos serviços de segurança pública e prevenção de crime e vandalismo.	5,4 1,4832	76,32%	70,97%	Excluído
A atividade turística promove a prevenção de aglomeração e congestionamento.	4,8 1,8074	55,26%	38,71%	Excluído
Os benefícios do turismo são distribuídos amplamente pela comunidade.	5,3 1,7128	71,05%	77,42%	Excluído
A qualidade dos serviços prestados à comunidade é melhor devido ao turismo	5,2 1,5450	71,05%	67,74%	Excluído

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para os especialistas consultados, é importante que a competitividade turística gere para os residentes: receitas, emprego, melhorias na qualidade de vida, na infraestrutura física e no acesso à comunidade. Um grupo destas variáveis relacionadas a produtividade turística (Croes & Kubickova, 2013; Enright & Newton, 2005), ou seja, a produção turística, e o outro grupo, a aplicação do resultado desta produção na localidade (Cvelbar et al., 2016; Romão & Nijkamp, 2017), completando o ciclo previsto na abordagem de Porter (1990) e de Crouch e Ritchie (1999).

Adicionalmente, os especialistas incluíram maior atração de investimentos para a comunidade, criação de receita fiscal para os governos locais e diversificação da economia local, com possibilidades para pequenos empreendimentos. São variáveis interessantes na medida que fomentam a economia, aumentam a inclusão social na cadeia produtiva do turismo

e fortalece o ecossistema de negócios locais. Estas variáveis são pouco abordadas na literatura de competitividade turística que apresenta mais monitores de competitividade potencial do que real (Kubickova & Lee, 2018), porém, ao mesmo tempo são variáveis básicas nos modelos de turismo de base comunitária (Burgos & Mertens, 2015; Gómez, Falcão, Cherem, & Silva, 2016; Mano, Mayer, & Fratucci, 2017) e outros *botton-up* (Andereck et al., 2005; Frauman & Banks, 2011; Johnson, Snepenger, & Akis, 1994; Sánchez, Romo, Dagostino, & Picón, 2012).

Os itens relativos à criação de atividade culturais e recreativas para os moradores, melhoria dos serviços de transporte público e segurança, prevenção de congestionamentos e distribuição ampla dos benefícios do turismo não obtiveram consenso maior que 80% e não foram incluídos no modelo. Igualmente ocorreu nos determinantes anteriores, os especialistas excluem variáveis muito específicas cuja temática é abarcada por variáveis mais generalistas.

6. SÍNTESE DAS QUESTÕES DICOTÔMICAS E ABERTAS

Adicionalmente, a pesquisa Delphi incluiu seis questões em escala dicotômicas (sim ou não) relacionadas à adequação do modelo proposto (Tabela 8). O painel de especialistas concordou, em sua maioria (acima de 92%), que as variáveis propostas estão adequadas para serem aplicadas a um destino turístico e têm poder de expressar o fundamento teórico da Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade (TCS). Porém, se reduz o grau de consenso referente a facilidade de compreensão dos determinantes, ainda que 84,21% considera que eles contribuem para gerar um instrumento que seja uma medida da competitividade turística na perspectiva da sociedade. Em acordo com esta visão, 92% dos especialistas acredita que a competitividade turística de uma localidade é diretamente relacionada com a boa avaliação da atividade pelos residentes e atrelada a capacidade de carga social.

Tabela 8: Questões dicotômicas relacionadas ao modelo proposto.

Questões	Sim	Não
Todos os determinantes citados são aplicáveis a um destino turístico?	92,11%	7,89%
Acredita que todos os determinantes conjuntamente expressam os fundamentos do conceito de Competitividade Turística Social anteriormente apresentado?	94,74%	5,26%
São todos os determinantes de fácil compreensão?	60,53%	39,47%
Considera que todos estes determinantes contribuem para futuramente gerar uma medida da Competitividade Turística Social?	84,21%	15,79%
Considera que para uma localidade possuir competitividade turística a atividade deve ser bem avaliada pelos residentes?	92,11%	7,89%
Geralmente, a competitividade turística esteve relacionada à maior produtividade, portanto ao crescente número de visitantes. Porém, você concorda que a competitividade turística deve estar mais relacionada à um fluxo turístico adequado à capacidade de carga da comunidade e à geração de prosperidade social para os residentes?	92,11%	7,89%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os itens sugeridos pelos especialistas nas questões abertas foram avaliados de acordo com a relevância para o modelo proposto e suas bases teóricas. A Tabela 9 resume essas contribuições. A maioria dos indicadores sugeridos já estava coberta pelos indicadores propostos, ou seja, eram diferentes, mas tinham o mesmo foco.

Tabela 9: Síntese dos indicadores sugeridos pelos especialistas (perguntas abertas)

Variável	Análise
Turismo gera fundos que podem ser usados para financiar projetos de resgate cultural.	Esta sugestão tem pertinência a perspectiva teórica adotada, porém foi sugerida apenas por um dos especialistas, por isso, não foi incluída. Por outro lado, a proposta abordou variáveis relacionadas a geração de receitas fiscais para o setor público derivados do turismo, e a aplicação destes recursos de forma adequada as necessidades da coletividade. Estes itens foram mantidos pelo painel de especialistas.
Criação de imagem interna positiva. Sentimentos aprimorados de bem-estar ou qualidade de vida.	As questões relacionadas à qualidade de vida estão no determinante de Benefícios Socioeconômicos e as questões relacionadas à imagem interna positiva, incluímos no determinante denominado Atratividade da oferta turística, bem como, no sentimento de pertencimento a comunidade e ao setor turístico estão abordados no determinante Emancipação.
Os residentes podem se envolver em um nível mais detalhado de cocriação em locais históricos, museus ou em visitas guiadas, por exemplo através da interpretação do patrimônio, escolha de narrativas históricas e representação através das artes.	O modelo já inclui o determinante cocriação da oferta turística em que se avalia se os produtos turísticos do destino são desenvolvidos em conjunto e ofertados pela própria comunidade.
Incluir mais variáveis de participação, sobretudo da comunidade	O modelo possui 10 variáveis relacionadas a participação efetiva da comunidade no desenvolvimento turístico, cobrindo questões da oferta turística, participação nas decisões e planejamento do setor e inclusão na cadeia produtiva. Para que o número de variáveis no modelo não ficasse muito alto e inviabilizasse sua operatividade foi necessário restringir.
Incluir algo sobre segurança pública.	O modelo proposto já inclui a variável segurança no determinante capital do destino e foi mantida pelos especialistas.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Em termos de comentários gerais, os especialistas acrescentam que as variáveis são de fácil compreensão, no entanto, acreditam serem complexas de mensurar de maneira geral, uma vez que existem diferentes realidades dentro de um destino turístico. No entanto, também foi sugerido que a proposta é pertinente e que pode contribuir para legitimar a capacidade de carga de um destino como ferramenta de planejamento social e governamental, isto é, que as pessoas primeiro saibam e estejam convencidas de que essa capacidade de carga será respeitada na implementação do desenvolvimento do turismo.

7. CONCLUSÕES

Este artigo se desenvolve sobre uma lacuna da literatura referente à competitividade turística e à gestão social. Em relação à competitividade turística, buscou-se propor um modelo para analisá-la a partir da perspectiva de quem sente diretamente seus efeitos, ou seja, o próprio residente do destino. Quanto à gestão social, buscou-se minimizar a abstração em termos de conceito e sua operacionalização.

Considera-se que o objetivo deste estudo de propor e validar um modelo de competitividade turística e seus indicadores, com base na percepção do residente, ou seja, da sociedade, foi alcançado. Duas macro correntes teóricas fundamentaram a proposta, e devido a originalidade da proposição foi utilizada a técnica Delphi com especialistas de competitividade turística e gestão social, nacionais e internacionais, para obter o consenso acerca dos determinantes e indicadores para o modelo. Desta forma, a principal contribuição do estudo está na intersecção de perspectivas resultando em uma nova forma de avaliar a competitividade de um destino turístico.

A técnica Delphi possibilitou concentrar a síntese da literatura nas variáveis mais importantes para o que se pretende monitorar, uma vez que os resultados geraram uma redução de 65 para 42 indicadores. Em síntese, dois grupos de achados foram gerados neste estudo. O primeiro foi a validação da proposta teórica, que possibilitou confirmar a aceitação da comunidade acadêmica quanto a redefinição da Competitividade turística na perspectiva da sociedade como sendo a capacidade dos atores do destino criarem e gerenciarem coletivamente uma oferta turística atrativa e sustentável, que preserve o capital do destino desenvolvendo benefícios socioeconômicos e emancipação para os residentes.

O segundo grupo de achados gerou o redesenho do modelo inicialmente proposto (Figura 1) com uma seleção de melhores variáveis que atendam a seus determinantes (Figura 2), e assim, possibilitando o monitoramento de indicadores de medida para operacionalizar o modelo na prática dos destinos turísticos. Este redesenho possibilitou a renomeação do modelo para **Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade (TCS)**, uma vez que o nome proposto para o modelo, segundo os especialistas, poderia ser confundido com a modalidade de Turismo Social.

Figura 2: Redesenho do modelo de Competitividade Turística na perspectiva da Sociedade (TCS).



Fonte: Elaborado pelos autores.

As variáveis incluídas no modelo pelo painel de especialistas correspondem aos indicadores identificados na literatura de competitividade como essenciais para analisar a capacidade competitiva de um destino, com base na percepção dos residentes. As questões excluídas do modelo mostram que há variações em termos de teoria e prática, e que a transposição do conhecimento por meio de especialistas pode ajustar o modelo ao verdadeiro fim da competitividade turística que é impactos positivos na sociedade.

Este artigo tem duas principais contribuições. A primeira é gerar um novo enfoque sobre a análise da competitividade turística, aprofundando uma vertente que é relativamente nova na literatura e que foca na sociedade de acolhida. Apesar de ainda ser escasso na literatura esta perspectiva de análise começa a ter atenção dos pesquisadores (Kubickova & Lee, 2018), devido a uma necessidade de minimizar os problemas gerados pelo turismo excessivo (Milano, 2017, 2018), compatibilizar desenvolvimento econômico e inclusão social (Rigo & Cancado, 2015), e, resgatar as primeiras vertentes teóricas do conceito de competitividade (M Kubickova & Lee, 2018; Ritchie & Crouch, 2010). Assim, a proposta neste artigo atua nas três vertentes, e oferece indicadores que podem ampliar a multidimensionalidade do conceito de competitividade turística transitando-o transversalmente pelo econômico, social e ambiental. O

artigo detalha as bases teóricas dos indicadores selecionados que podem ser utilizados como medidas na prática da gestão de destinos.

A segunda contribuição deste artigo é trazer a Gestão Social a um campo prático na gestão de destinos turísticos. Com relação aos pressupostos teóricos da gestão social, a base fundamental está na participação, na democracia-deliberativa e no empoderamento do cidadão, fatores que foram incluídos no modelo com suas adaptações ao setor de turismo. O conceito de gestão social tem um grau de abstração que dificulta sua operacionalização (Pinho & Santos, 2015, 2016), assim a proposta de Competitividade Turística na perspectiva Social alia teoria à prática, indicando formas de se atingir a emancipação e o progresso social sem desvincular-se dos setores econômicos, ao contrário, permitindo o desenvolvimento do tripé da sustentabilidade (Cvelbar et al., 2016). Além disso, mostra os pontos de sobreposição entre os dois conceitos e suas finalidades frente a sociedade.

A pesquisa teve como principal limitação o alto número de variáveis usadas em pesquisas anteriores de competitividade turística, pois para incluir todas o questionário aplicado aos especialistas ficaria muito extenso, desta forma, foram selecionadas as variáveis mais frequentemente utilizadas e alinhadas com a proposta de um desenvolvimento *botton-up*. Esta limitação foi minimizada ao permitir que o especialista incluísse variáveis (questão aberta), no caso de que considerassem faltando alguma abordagem. Porém, o resultado da técnica Delphi não indicou inclusão de novas variáveis no modelo.

Por fim, salienta-se que os resultados do estudo fornecem uma base para criação de um monitor de competitividade turística na perspectiva social, portanto, como sugestão para pesquisas futuras está a aplicação empírica deste modelo em um destino turístico a fim de realizar uma segunda validação mediante estatística multivariada confirmatória, gerando também os pesos de cada componente no modelo.

CAPÍTULO 5

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação objetivou propor uma evolução dos modelos de competitividade turística a partir da validação de um conceito e determinantes para a Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade, como um constructo que considere a perspectiva dos residentes do destino turístico e sua finalidade, proporcionando a união do econômico, ambiental e social. Para tanto, seguiu-se a modalidade de artigos, prevista no regulamento do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/UFCG), onde cada objetivo específico corresponde a um estudo publicado separadamente, mas, que para fins do documento final da dissertação de mestrado mostram-se interdependentes entre si.

Assim, foram gerados quatro artigos os quais representam os capítulos principais desta dissertação (ver Tabela 1 na introdução). Ao longo da produção da dissertação, estes artigos foram submetidos a revistas científicas avaliadas em estrato superior do Qualis da área de Administração, um deles apresentando o aceite para publicação em 2020, e outro tendo sido submetido mediante convite do editor após apresentação do trabalho no evento ENANPAD 2019. Salienta-se também que como forma de obter ampla avaliação por pares científicos, bem como, promover o PPGA/UFCG, os artigos produzidos nesta dissertação foram apresentados em congressos e palestras nacionais e internacionais, a saber: em Portugal no ICOT 2019 (International Conference on Tourism), ENANPAD 2019 e Palestra na Universidad de San Buenaventura de Cali, Colômbia.

Para caminhar na direção do objetivo proposto, primeiramente foi necessário determinar a dinâmica do conceito de Competitividade Turística ao longo dos anos, verificando o grau de consenso dos pesquisadores sobre seus elementos, determinar o status do conhecimento desde os estudos primordiais do tema e identificar um conceito integrador. Para esta análise foram desenvolvidos dois artigos que apresentaram o avanço no campo com o surgimento da perspectiva social e a proposição do conceito de Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade (TCS).

A partir desta nova vertente de análise da competitividade turística, foi analisada a aproximação com os preceitos da corrente teórica da Gestão Social, que tem objetivos que corroboram com a perspectiva de progresso social. Desta forma, também foi analisada a evolução do conceito de gestão social e seus elementos centrais de acordo com o grau de consenso dos autores do tema em um terceiro artigo.

Estes três artigos apresentaram como propostas de estudos futuros a necessidade de criação de um modelo ou monitor que analisasse a competitividade turística a partir da percepção daqueles que recebem diretamente os resultados da sua atividade, bem como que minimizasse a abstração da gestão social, contribuindo para operacionalização do seu conceito na prática. E por essa razão os referidos artigos fundamentaram a proposta de Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade (TCS) e forneceram os determinantes para o modelo de acordo com as categorias de maior consenso entre os autores das duas perspectivas teóricas.

No quarto estudo, é realizada a proposta de modelos e variáveis para a Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade (TCS). O conceito, modelo e variáveis foram validados através de um estudo Delphi com especialistas de diversos países. Apresentou-se, então, um novo enfoque para a competitividade turística e se aplicou a gestão social para um campo prático, fornecendo a base para a futura criação de um monitor de competitividade turística na perspectiva social e aplicação empírica do modelo validado em destinos turísticos.

Vale ressaltar que uma das contribuições do grupo de especialistas foi a sugestão de mudança do nome do modelo de Competitividade Turística Social para Competitividade Turística sob a perspectiva da Sociedade. Essa sugestão dos especialistas se deu pelo fato da tradução para outros idiomas causar confusão com a modalidade de turismo social. Nesta modalidade, o governo apoia financeiramente as férias dos residentes de baixa renda, que não é o foco deste estudo. Esta mesma constatação e orientação foi obtida na apresentação do modelo no congresso internacional ICOT 2019 na Europa. Por fim, o modelo proposto foi redesenhado, incluindo as considerações dos especialistas e a alteração do nome e se apresenta ao final do quarto artigo, capítulo 4. A tabela 1 a seguir apresenta a trajetória de execução da dissertação.

Tabela 1: Trajetória de execução da dissertação

ARTIGOS	PRINCIPAL RESULTADOS	CONTRIBUIÇÕES	LIMITAÇÕES	ESTUDOS FUTUROS
1: <i>Two decades of evolution on the tourism competitiveness concept: a co-word analysis</i>	Apresenta a evolução do conceito de Competitividade Turística ao longo de 3 importantes períodos, seus elementos centrais de acordo com o grau de consenso dos autores do tema.	A proposição de um conceito integrador para a competitividade turística e de um conceito novo para a Competitividade Turística sob a perspectiva da sociedade.	O elevado número de palavras/elementos tornou necessária a criação de famílias de palavras e centralização dos elementos conceituais, que pode causar vieses de interpretação.	Desenvolvimento de novos modelos e monitores da competitividade do turismo que atendam a seu conceito renovado para considerar a perspectiva da oferta, da demanda, do turista e do residente.
2: <i>El surgimiento de la perspectiva de la Competitividad Turística Social: Mapeo y clusterización de redes bibliométricas</i>	Apresenta a análise das redes sociais e clusterização do conhecimento em competitividade turística. Mostra o status atual do conhecimento nesta área.	Propõe um avanço na área com o surgimento da perspectiva social. Identifica os três principais clusters de conhecimento no tema e suas abordagens e autores.	Ter utilizado apenas uma base de dados: <i>Web of Science (WoS)</i> .	Desenvolvimento de modelos de medida da competitividade turística baseados na perspectiva da sociedade-
3: Evolução do conceito de gestão social (1990-2018): uma análise de co-palavras.	Apresenta a evolução do conceito de gestão social, seus elementos centrais de acordo com o grau de consenso dos autores do tema. Possibilita a compreensão das três fases evolucionárias do conceito de Gestão social.	Identifica os elementos mais frequentes nas diferentes fases do constructo. Propõe um conceito integrador para a gestão social com vistas à sua aplicação prática.	Não realizar análise de clusters, pois não houve número suficiente de artigos na WoS. Conceito sofre de endogenia, publicações na sua maioria nacionais. A dispersão de abordagens e o grande número de palavras encontradas nas definições dos autores	Aprofundamento das análises em cada categoria de elementos conceituais da gestão social, de forma a identificar as origens do baixo consenso entre os autores. Desenvolver pesquisas sobre modelos e monitores de gestão social.
4: <i>Indicators for Tourism Competitiveness from the society perspective: a Delphi study</i>	Propõe e valida o conceito, modelo, determinantes e variáveis para a competitividade turística sob a perspectiva da sociedade (TCS).	Apresenta um novo enfoque teórico e gerencial para a competitividade turística e traz a gestão social para um campo prático aplicado ao um setor específico.	O elevado número de variáveis encontradas na literatura de competitividade turística e o alto grau de abstração teórica da gestão social.	Criação de um monitor de competitividade turística na perspectiva social e aplicação empírica do modelo validado em destinos turísticos.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Finalmente, após analisar o resultado e as considerações dos artigos que compõe essa dissertação, conclui-se que foi possível alcançar o objetivo proposto inicialmente. A utilização de múltiplos estudos no formato de artigos possibilitou que a dissertação seguisse um caminho linear com rigor metodológico, desde a sua fundamentação teórica à aplicação empírica. Essa modalidade permitiu que houvesse um aprofundamento das discussões a partir da contribuição da banca de qualificação, dos revisores das revistas para quais foram encaminhados os artigos, e das pessoas que participaram dos eventos nos quais eles foram apresentados, validando a proposta desde a sua concepção.

Em termos gerais, a principal limitação para o desenvolvimento deste estudo foi a multiplicidade de enfoques sobre os construtos base da proposta, que apesar de serem da década de 90 ainda apresentam baixo grau de consenso entre os autores. Esta profusão de abordagens obrigou a selecionar os elementos mais destacados na literatura para que a ferramenta final não ficasse inaplicável devido exigir muito tempo e recursos para usá-la na prática da gestão dos destinos turísticos.

Por fim, entende-se que a Competitividade Turística na perspectiva da Sociedade pode contribuir para adequação dos monitores de competitividade a fim de alcançar seu verdadeiro significado, que em última instância é analisar a evolução do progresso social das comunidades de acolhida, levando os estudos de competitividade à sua essência e redimensionamento o conceito.

AGRADECIMENTOS:

Agradecemos a Fundação CAPES e ao Ministério de Educação do Brasil pelo apoio à pesquisa realizada através da bolsa de nº 8888.7221017 / 2018-00.

REFERÊNCIAS

- Abreu Novais, M., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64, 324–334.
- Alberti, F. G., Giusti, J. D., Alberti, F. G., & Giusti, J. D. (2014). Cultural heritage, tourism and regional competitiveness : The Motor Valley cluster. *Culture and Society*, 3(4), 261–273.
- Aguiar-Barbosa, A. P.; Chim-Miki, A. F. (2019, outubro). Nível de consenso sobre o conceito de Gestão Social: Uma análise de co-palavras. *Anais do XLIII Encontro Internacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*. São Paulo, SP, Brasil, 43.
- Aguiar-Barbosa, A. P.; Chim-Miki, A. F. (2019, junho). Towards Social Tourist Competitiveness: A co-word analysis 1999-2018. *Anais do 9th International Conference on Tourism – ICOT*. Braga, Portugal, 9.
- Albuquerque, H., Martins, F., & Costa, C. (2009). Achieving forms of sustainable and competitive tourism in coastal areas . The case of Baixo Vouga. *Journal of Coastal Research*, 2009(56), 1110–1114.
- Alcântara, V. D. C., Pereira, J. R., & Silva, É. A. F. (2015). Gestão Social e Governança Pública: aproximações e (de)limitações teórico-conceituais. *Revista de Ciências Da Administração*, 1(3), 11-29. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2015v17nespp11>
- Alcântara, V. de C., & Pereira, J. R. (2017). O locus da gestão social no contexto das inter-relações e tensões entre mundo-da-vida (lebenswelt) e sistema (system). *Organizações & Sociedade*, 24(82), 412–431. <https://doi.org/10.1590/1984-9240823>
- Allebrandt, S. L., Benso, A., & De Oliveira, V. G. (2015). Interfaces entre a Comunicação e a Gestão Social no Contexto do Desenvolvimento Territorial: um estudo do território da cidadania noroeste colonial do Rio Grande do Sul. *Revista de Ciências Da Administração*, 1(3), 120-133. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2015v17nespp120>
- Allebrandt, S. L., Siedenberg, D. R., Sausen, J. O., & Deckert, C. T. (2011). Gestão social e cidadania deliberativa: uma análise da experiência dos Coredes no Rio Grande do Sul, 1990-2010. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(3), 914–945. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300012>
- Amuquandoh, F. E. (2010). Residents’ perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin, Ghana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 223–238. <https://doi.org/10.1080/09669580903298531>
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents’ perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2013). Differentiating Competitiveness through Tourism Image Assessment: An Application to Andalusia (Spain). *Journal of Travel Research*, 52(1), 68–81. <https://doi.org/10.1177/0047287512451135>
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360–376. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Armenski, T., Dwyer, L., & Pavluković, V. (2018). Destination Competitiveness: Public and Private Sector Tourism Management in Serbia. *Journal of Travel Research*, 57(3), 384–398. <https://doi.org/10.1177/0047287517692445>
- Attila, A. T. (2016). The Impact of the Hotel Industry on the Competitiveness of Tourism

- Destinations in Hungary. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 85–104.
- Augustin, J.-L. P. M., & Liaw, S.-Y. (2017). Tourism competitiveness index of the Asia-Pacific region through consistency analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(12), 1295–1307.
- Ayikoru, M. (2015). Destination competitiveness challenges: A Ugandan perspective. *Tourism Management*, 50, 142–158.
- Azzopardi, E., & Nash, R. (2013). Tourism destination competitiveness: Internal and external comparisons of Malta and Cyprus. *Tourism Analysis*, 18(5), 503–517. <https://doi.org/10.3727/108354213X13782245307678>
- Bagarić, L., & Žitinić, D. (2013). Competitiveness of Kvarner Region: Challenges for Destination Management and Branding. *Tourism and Hospitality Management*, 19(2), 217–231.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Advancing destination competitiveness research: Comparison between tourists and service providers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(2), 61–71.
- Baranski, B. (2002). Policy requirements and performance indicators for good practice in health, environment and social management in the enterprises. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 75(0), 1–6. <https://doi.org/10.1007/s00420-002-0341-5>
- Barbosa, L. G. M., de Oliveira, C. T. F., & Rezende, C. (2010). Competitividade de destinos turísticos: estudo de 65 destinos-chave para o desenvolvimento do turismo regional. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1067–1095.
- Berbeniciuc-Mititiuc, A. (2013). Comparative Study on the Competitiveness of Romanian and Bulgarian Tourism Industry. *Æconomica*, 9(4), 163–176.
- Bauer, M. A. L., & Carrion, R. da S. M. (2016). Conflitos na gestão social do território: uma análise a partir da organização dos ilhéus em Porto Alegre. *Cadernos EBAPE.BR*, 14(3), 821–835. <https://doi.org/10.1590/1679-395131559>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Botrel, M. de O., Araújo, P. G. de, & Pereira, J. R. (2011). Gestão social de bens culturais no Brasil: desafios e perspectivas. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(4), 647–659. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.061>
- Boyd, B. K., Finkelstein, S., & Gove, S. (2005). How advanced is the strategy paradigm? The role of particularism and universalism in shaping research outcomes. *Strategic Management Journal*, 26(9), 841–854.
- Booyens, I. (2016). Global--local trajectories for regional competitiveness: Tourism innovation in the Western Cape. *Local Economy*, 31(1–2), 142–157.
- Bosnić, I., Tubić, D., & Stanišić, J. (2014). Role of destination management in strengthening the competitiveness of Croatian tourism. *Econviews*, XXVII(1), 153–170.
- Bozóti, A. (2015). Health tourism competitiveness: a complex approach. *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 7(2), 157–174.
- Buhalis, D. (1999). Tourism on the Greek Islands: Issues of peripherality, competitiveness and development. *International Journal of Tourism Research*, 1(5), 341–358.
- Burgos, A., & Mertens, F. (2015). A perspectiva relacional na gestão do turismo de base comunitária: o caso da Prainha do Canto Verde. *Caderno Virtual de Turismo*, 15(1), 81–98.
- Cabral, E. H. D. S. (2010). A gestão social do terceiro setor e suas dualidades. *Revista Administração Em Diálogo*, 11(2), 21–34.
- Callon, M., Rip, A., & Law, J. (1986). Mapping the dynamics of science and technology:

- Sociology of science in the real world. *Springer*, 241 pages.
- Camisón, C., & Forés, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, 477–499.
- Cançado, A. C., Rigo, A. S., & Pinheiro, L. S. (2016). For a research agenda for social management: social control, paradigm, scale and analytical framework. *Praxis Sociológica*, (21), 65–94.
- Cançado, A.C., Villela, L. E., & Sausen, J. O. (2016). Gestão Social e Gestão Estratégica: Reflexões sobre as diferenças e aproximações de conceitos. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 10(3), 69–84.
- Cançado, Airton Cardoso, Milagres, C. S. F., da Silva, A. P., & Rodrigues, W. (2015). Planning and social management in the rural territory of mid-Araguaia, Tocantins: The challenges and the possibilities. *Revista Brasileira de Gestao e Desenvolvimento Regional*, 11(4), 149–178.
- Cançado, Airton Cardoso, Pereira, J. R., & Tenório, F. G. (2015). Fundamentos Teóricos da Gestão Social. *Desenvolvimento Regional Em Debate: DRd*, 5(1), 4–19.
- Cançado, Airton Cardoso, Tenório, F. G., & Pereira, J. R. (2011). Gestão social: reflexões teóricas e conceituais. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(3), 681–703. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300002>
- Carley, K. (1993). Coding choices for textual analysis: A comparison of content analysis and map analysis. *Sociological Methodology*, 1(23), 75–126.
- Chen, C. M., Chen, S. H., & Lee, H. T. (2011). The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: Exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 247-264. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.517315>
- Chen, X. (2015). Key Assessment Index Mining Model of Urban Tourism Competitiveness Based on the BP Neural Network. *International Journal of Simulation--Systems, Science & Technology*, 16(3), 13.1-13.7.
- Chim-Miki, Adriana F., & Batista-Canino, R. M. (2018). Development of a tourism coepetition model: A preliminary Delphi study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37(1), 78–88. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.004>
- Chim-Miki, Adriana Fumi, & Domareski-Ruiz, T. C. (2018). El Ambiente De Negocios Y La Competitividad Turística. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad de Georgetown/Universia*, 12(2), 79-96.
- Chrisman, J. J., Hofer, C. W., & Boulton, W. R. (1988). Toward a System for Classifying Business Strategies. *The Academy of Management Review*, 13(3), 413-428. <https://doi.org/10.2307/258089>
- Claver, E., Molina, J. F., & Pereira, J. (2007). Competitiveness in mass tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 727–745.
- Cohen, J. (1960). A Coefficient of Agreement for Nominal Scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37–46. <https://doi.org/10.1177/001316446002000104>
- Connelly, G. (2007). Testing governance—A research agenda for exploring urban tourism competitiveness policy: The case of Liverpool 1980–2000. *Tourism Geographies*, 9(1), 84-114.
- Costea, M., Hapenciuc, C. V., & Bejinaru, R. (2016). Analysis of global competitiveness pillar's influence upon the Romanian tourism industry. *Revista de Turism-Studii Si Cercetari in Turism*, 22(1), 1-17.
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., Shen, F., & Ritter, P. (2007). Resident Perceptions of Sustainable Tourism in Chongdugou, China. *Society & Natural Resources*, 20(6), 511–525. <https://doi.org/10.1080/08941920701337986>

- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336–344. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>
- Cracolici, M. F., Nijkamp, P., & Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14(2), 325–342. <https://doi.org/10.5367/000000008784460427>
- Creswell, J. W. (2010). Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto* (2nd ed., p. 248). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Croes, R., & Kubickova, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(3), 146–154. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.07.002>
- Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27–45.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Cucculelli, M., & Goffi, G. (2016). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 111(1), 370–382. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>
- Cunha, S. K., & Cunha, J. C. (2005). Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. *Revista de Administração Contemporânea*, V. 9(spe2), 1–17.
- Cvelbar, L.K., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalič, T. (2016). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041–1050. <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>
- d'Hauterres, A. M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21(1), 23–32.
- Dalkey, N. C., & Rourke, D. L. (1972). Experimental assessment of Delphi procedures with group value judgments. *Rand Corporation*, 1(1), 55–83.
- Das, J., & Dirienzo, C. (2010). Tourism Competitiveness and Corruption: A Cross-Country Analysis. *Tourism Economics*, 16(3), 477–492. <https://doi.org/10.5367/000000010792278392>
- Das, J., & Dirienzo, C. E. (2012). Tourism Competitiveness and the Role of Fractionalization. *International Journal of Tourism Research*, 14(3), 285–297. <https://doi.org/10.1002/jtr.866>
- Das, J., & DiRienzo, C. E. (2009). Global Tourism Competitiveness and Freedom of the Press. *Journal of Travel Research*, 47(4), 470–479. <https://doi.org/10.1177/0047287508326535>
- Daskalopoulou, I., & Petrou, A. (2009). Urban Tourism Competitiveness: Networks and the Regional Asset Base. *Urban Studies*, 46(4), 779–801. <https://doi.org/10.1177/0042098009102129>
- de-Arriba, R. (2011). Global tourism, competitiveness and economic policy in Spain. *Актуал. Пробл. Економіки*, (12), 347–356.
- de la Puente, M. A. (2018). Analysis of the Colombian medical tourism industry from a systemic competitiveness approach. *Dimensión Empresarial*, 16(2), 111–122.
- de Paula, A. P. P. (2006). Entre o gerencialismo e a gestão social: em busca de um novo modelo para a administração pública brasileira. *Bibliotecadigital.Fgv.Br*, 45(1), 36–49.
- de Pinho, Jose Antonio Gomes, & Santos, M. E. P. dos. (2015). Gestão social: uma análise crítica de experiências brasileiras. *Revista Do Serviço Público*, 66(2), 257–279.
- Dias, T. F., & Paiva, J. A. de. (2015). Gestão Social e Desenvolvimento Territorial: um olhar a

- partir processo de governança dos Colegiados Territoriais Brasileiros. *Revista de Ciências Da Administração*, 1(3), 91-105. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2015v17nespp91>
- Dodescu, A. O., & Cohut, I. C. P. (2014). Competitive In The Tourism Sector. The Case Of Romania. *Annals of Faculty of Economics*, 182–194.
- Domínguez Vila, T., Darcy, S., & Alén González, E. (2015). Competing for the disability tourism market - A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management*, 47(2), 261–272. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.008>
- Dorta-Afonso, D., & Hernández-Martín, R. (2015). Subnational tourism competitiveness performance. The Canary Islands vs. the German Länder. *European Journal of Tourism Research*, 10(2), 51–63.
- Dragicevic, V., Jovicic, D., Blesic, I., Stankov, U., & Boskovic, D. (2012). Business tourism destination competitiveness: a case of vojvodina province (serbia). *Economic Research - Ekonomska Istrazivanja*, 25(2), 311–332.
- Drakulić Kovačević, N., Kovačević, L., Stankov, U., Dragičević, V., & Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 114–124.
- Dowbor, L. (1999). Tendências da gestão social. *Saúde e Sociedade*, 8(1), 3–16.
- Dreher, M. T. (2012). Social management and local NGos performance in local development of Blumenau (SC) region. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 8(2), 229–243.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21(1), 9–22.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.
- Dwyer, L., Mistilis, N., Forsyth, P., & Rao, P. (2001). International price competitiveness of Australia's MICE industry. *International Journal of Tourism Research*, 3(2), 123–139. <https://doi.org/10.1002/jtr.292>
- Enright, M J, & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777–788. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- Enright, Michael J., & Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339–350. <https://doi.org/10.1177/0047287505274647>
- Espíndola, A. R. C., Moretto Neto, L., & Souza, V. B. (2017). A gestão social no contexto da gestão ambiental: análise da criação e operacionalização do projeto 3R ARQ-UFSC. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 11(1), 56. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v11i1.1189>
- Estevão, C., & Nunes, S. (2015). Fatores de Competitividade Turística: A Área Regional de Turismo do Algarve. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 897-912.
- Estevão, C., Nunes, S., Ferreira, J., & Fernandes, C. (2018). Tourism sector competitiveness in Portugal: applying Porter's Diamond. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 30–44.
- Fischer, T. (2002). A gestão do desenvolvimento social: agenda em aberto e propostas de qualificação. *VII Congreso Internacional Del CLAD Sobre La Reforma Del Estado y La Administración Pública*, 8–11.
- Fischer, T. (2012). Gestão Social do Desenvolvimento. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 12(1), 113–120.
- Fischer, T. T., Melo, V. P., Carvalho, M. R. de, Jesus, A. de A. de, Andrade, R. A., & Waiandt, C. (2006). Perfis visíveis na gestão social do desenvolvimento. *Revista de Administração Pública*, 40(5), 789–808.

- Fischer, T., Teixeira, E., & Heber, F. (1998). Estratégias de gestão e reconfiguração organizacional: os setores de energia elétrica e telecomunicações. *Revista de Administração Pública*, 32(3), 9–27.
- Fleig, D. G., Oliveira, L. C. F. de S., & Brito, M. J. de. (2006). Democracia, participação e gestão social: desafios da construção dos programas de ação temática de uma organização não governamental. *Organizações & Sociedade*, 13(38), 119–138. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302006000300008>
- Fortes, V. M. M., Ratten, V., Barcellos, P. F. P., & Estevão, C. (2018). The study of competitiveness of tourism in Cape Verde: The case of clusters of St. Anthony/São Vicente and Sal/Boavista. *International Journal of Business and Globalisation*, 20(3), 292–315. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2018.091506>
- Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework. *Tourism Management*, 32(1), 128–140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.013>
- Freitas, A. F. de, Freitas, A. F. de, & Dias, M. M. (2012). O colegiado de desenvolvimento territorial e a gestão social de políticas públicas: o caso do Território Serra do Brigadeiro, Minas Gerais. *Revista de Administração Pública*, 46(5), 1201–1223. <https://doi.org/10.1590/s0034-76122012000500002>
- Freitas, A. F. de, Freitas, A. F. de, & Ferreira, M. A. M. (2016). Gestão social como projeto político e prática discursiva. *Cadernos EBAPE.BR*, 14(2), 278–292. <https://doi.org/10.1590/1679-395136904>
- Fuenmayor, R., Araujo, R., Altuve, E., & Castro, E. (2008). Academic management and central processes of the Undergraduate Training Program in Social Management for Local Development at the Bolivarian University of Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 110–120.
- Furrer, O., Thomas, H., & Goussevskaia, A. (2008). The structure and evolution of the strategic management field: A content analysis of 26 years of strategic management research. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 1–23. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00217.x>
- Ganguli, S., & Ebrahim, A. H. (2017). A qualitative analysis of Singapore's medical tourism competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 21, 74–84.
- García-Almeida, D. J., & Hormiga, E. (2017). Immigration and the competitiveness of an island tourism destination: A knowledge-based reputation analysis of Lanzarote, Canary Islands. *Island Studies Journal*, 12(1), 207–222.
- García-Almeida, D. J., & Klassen, N. (2017). The influence of knowledge-based factors on taxi competitiveness at island destinations: An analysis on tips. *Tourism Management*, 59, 110–112.
- Garcia, A. S., Pereira, J. R., Alcântara, V. de C., & Cruz, E. S. T. (2018). Aprofundamento das esferas públicas para a gestão social: caminhos para uma reconstrução empírico-descritiva e normativa. *Cadernos EBAPE. BR*, 16(2), 163–185
- Goffi, G. (2013). A Model of Tourism Destination Competitiveness: The Case of the Italian Destinations of Excellence. *Anuario Turismo y Sociedad*, XIV, 121-147
- Goffi, G., & Cucculelli, M. (2014). Components of destination competitiveness. The case of small tourism destinations in Italy. *International Journal of Tourism Policy*, 5(4), 296–326. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2014.068035>
- Gohn, M. D. G. M. (2014). Gestão social e compromisso social solidário. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*, 4(2), 82–95.
- Gómez, C. P., Falcão, M. C., Cherem, L., & Silva, T. do N. (2016). A participação da comunidade no turismo de base comunitária: um estudo de múltiplos casos. *Caderno*

- Virtual de Turismo*, 16(2), 263-279. <https://doi.org/10.18472/cvt.16n2.2016.1190>
- Gomezelj, D. O., & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29(2), 294–307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.009>
- Gondim, S., Fischer, T., & Melo, V. P. (2006). Formação em gestão social: um olhar crítico sobre uma experiência de pós-graduação. *Gestão Do Desenvolvimento Territorial e Residência Social: Casos Para Ensino*. Salvador: *EDUFBA, CIAGS/UFBA*, 43–61.
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25–43. <https://doi.org/10.5367/0000000053297130>
- Greenwood, V. A., & Dwyer, L. (2015). Consumer protection legislation: A neglected determinant of destination competitiveness? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 24(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.04.001>
- Gryszel, P., & Walesiak, M. (2018). The application of selected multivariate statistical methods for the evaluation of tourism competitiveness of the sudety communes. *Argumenta Oeconomica*, 40(2), 147–166. <https://doi.org/10.15611/aoe.2018.1.06>
- Guerra, J. F. C., & Teodósio, A. de S. D. S. (2013). A produção de conhecimento sobre Gestão Social a partir da relação entre acadêmicos e praticantes. *Sinergia: Revista Do Instituto de Ciências Econômicas*, 17(2), 9–20.
- Hallmann, K., Müller, S., Feiler, S., Breuer, C., & Roth, R. (2012). Suppliers' perception of destination competitiveness in a winter sport resort. *Tourism Review*, 67(2), 13–21.
- Hanafiah, M. H., Hemdi, M. A., & Ahmad, I. (2015). Reflections on tourism destination competitiveness (TDC) determinants. *Advanced Science Letters*, 21(5), 1571–1574. <https://doi.org/10.1166/asl.2015.6104>
- Hassan, S S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hawkins, D. E. (2004). Sustainable tourism competitiveness clusters: application to World Heritage sites network development in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(3), 293–307. <https://doi.org/10.1080/1094166042000290682>
- He, Q. (1999). Knowledge discovery through co-word analysis. *Illinois: Library Trends*, 48 (1), 133-159
- He, Z. (2016). From social management to social governance: discourse change and policy adjustment. *JOURNAL OF CHINESE GOVERNANCE*, 1(1), 99–118. <https://doi.org/10.1080/23812346.2016.1138696>
- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124–141. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/2263/6058>
- Ho, H. D., & Ganesan, S. (2013). Does Knowledge Base Compatibility Help or Hurt Knowledge Sharing between Suppliers in Coopetition? the Role of Customer Participation. *Journal of Marketing*, 77(6), 91–107. <https://doi.org/10.1509/jm.11.0570>
- Hong, W.-C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105–132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>
- Hong, Y. (2017). Evaluation Index System of Tourism Competitiveness Based on Tourism Electronic Commerce Platform. *Boletín Técnico*, 55(4), 463–473.
- Huybers, T., & Bennett, J. (2003). Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations. *Environmental and Resource Economics*, 24(3), 213-233.
- Hsu, C., & Sandford, B. (2007). The Delphi technique: Making Sense of Consensus. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 12(10), 1–8.
- Iizuka, E. S., Goncalves-Dias, S. L. F., & Aguerre, P. (2012). Reflexões sobre o

- desenvolvimento territorial sustentável, gestão social e cidadania deliberativa: o caso da bacia do rio Almada (BA). *Revista de Administração Pública*, 46(6), 1599–1623. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122012000600009>
- Inojosa, R. M., & Junqueira, L. A. P. (2008). Práticas e saberes: desafios e inovações em gestão social. *Organizações & Sociedade*, 15(45), 171–180. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302008000200013>
- Inzerilli, G. (1990). The Italian Alternative: Flexible Organization and Social Management. *International Studies of Management & Organization*, 20(4), 6–21. <https://doi.org/10.1080/00208825.1990.11656539>
- Irwin, A., Georg, S., & Vergragt, P. (1994). The social management of environmental change. *Futures*, 26(3), 323–334. [https://doi.org/10.1016/0016-3287\(94\)90018-3](https://doi.org/10.1016/0016-3287(94)90018-3)
- Iunius, R. F., Cismaru, L., & Foris, D. (2015). Raising competitiveness for tourist destinations through information technologies within the newest tourism action framework proposed by the European Commission. *Sustainability (Switzerland)*, 7(9), 12891–12909.
- Ji, M., Li, M., & King, B. (2016). Incremental Effects of the Shanghai Free-trade Zone—An Internet Informed Assessment of Hong Kong’s Tourism Competitiveness. *Journal of China Tourism Research*, 12(1), 24–41.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., & Akis, S. (1994). Residents’ perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629–642. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90124-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90124-4)
- Justen, C. E., & Moretto Neto, L. (2012). Do economicismo à dialogicidade: as contribuições do paradigma da ecologia profunda e da noção de gestão social para a temática da sustentabilidade empresarial. *Cadernos EBAPE.BR*, 10(3), 736–750. <https://doi.org/10.1590/s1679-39512012000300015>
- Justen, C. E., Moretto Neto, L., & Garrido, P. O. (2014). Para além da dupla consciência: Gestão Social e as antessalas epistemológicas. *Cadernos EBAPE.BR*, 12(2), 237–251. <https://doi.org/10.1590/1679-39519081>
- Kayar, C. H., & Kozak, N. (2010). Measuring destination competitiveness: An application of the Travel and Tourism competitiveness index (2007). *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(3), 203–216. <https://doi.org/10.1080/19368621003591319>
- Khan, S. A. R., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, K., & Zhang, Y. (2017). Travel and tourism competitiveness index: The impact of air transportation, railways transportation, travel and transport services on international inbound and outbound tourism. *Journal of Air Transport Management*, 58, 125–134.
- Kim, S.-S., Crompton, J. L., & Botha, C. (2000). Responding to competition: a strategy for sun/lost city, South Africa. *Tourism Management*, 21(1), 33–41.
- Knežević Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M., & Mihalič, T. (2016). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041–1050.
- Koc, E. (2009). A review of country tourism competitiveness, research performance and overall country competitiveness. *Competitiveness Review*, 19(2), 119–133. <https://doi.org/10.1108/10595420910942298>
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10(12), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination—A case study. *Tourism Management*, 40(1), 361–371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>
- Koroteeva, N. N., Hasanov, E. L., Mushrub, V. A., Klochko, E. N., Bakharev, V. V., & Shichiyakh, R. A. (2016). The conditions of economic efficiency and competitiveness of

- tourism enterprises. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(8Special Issue), 71–77.
- Kovačević, N. D., Kovačević, L., Stankov, U., Dragičević, V., & Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8(1), 114–124. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.01.002>
- Krstić, B., Jovanovic, S., & Stanisic, T. (2014). Central and east european countries tourism competitiveness as a factor of their national competitiveness level. *Revista de Turism-Studii Si Cercetari in Turism*, 18(1), 61–68.
- Krstic, B., Jovanovic, S., Jankovic-Milic, V., & Stanisic, T. (2016). Examination of travel and tourism competitiveness contribution to national economy competitiveness of sub-Saharan Africa countries. *Development Southern Africa*, 33(4), 470–485.
- Krstić, B., Radivojević, V., & Stanišić, T. (2017). Determinants of CEE countries' tourism competitiveness: A benchmarking study. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 21(80), 11–22.
- Krukowska, R., & Swieca, A. (2018). Tourism Function as an Element of Regional Competitiveness. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 25(2), 32–43.
- Kubickova, M., & Lee, S. H. (2018). Cuba Today: An Overview of Tourism Competitiveness. *Tourism Planning and Development*, 15(3), 239–259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1410496>
- Kubickova, M., Croes, R., & Rivera, M. (2017). Human agency shaping tourism competitiveness and quality of life in developing economies. *Tourism Management Perspectives*, 22(1), 120–131. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.002>
- Kubickova, M., & Li, H. (2017). Tourism Competitiveness, Government and Tourism Area Life Cycle (TALC) Model: The Evaluation of Costa Rica, Guatemala and Honduras. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 223–234. <https://doi.org/10.1002/jtr.2105>
- Kubickova, Marketa. (2016). The Role of Government in Tourism: Linking Competitiveness, Freedom, and Developing Economies. *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 73–92.
- Lee, C. F., & King, B. (2009). A determination of destination competitiveness for taiwan's hot springs tourism sector using the delphi technique. *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 243–257. <https://doi.org/10.1177/1356766709104270>
- Lee, J. (Stephen), Choi, Y., & Breiter, D. (2016). An Exploratory Study of Convention Destination Competitiveness from the Attendees' Perspective: Importance-Performance Analysis and Repeated Measures of Manova. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 40(5), 589–610.
- Leung, X. Y., & Baloglu, S. (2013). Tourism Competitiveness of Asia Pacific Destinations. *Tourism Analysis*, 18(4), 371–384.
- Li, G., Song, H., Cao, Z., & Wu, D. C. (2013). How competitive is Hong Kong against its competitors? An econometric study. *Tourism Management*, 36(2), 247–256.
- Lin, C.-T., & Huang, Y.-L. (2009). Tourism competitiveness evaluation in Asian countries applying grey relational analysis and sensitivity analysis. *Journal of Grey System*, 21(3), 269–278.
- Lin, C. T., & Goay, Y. H. (2015). Measuring national tourism organization abroad office competitiveness. *International Journal of Tourism Research*, 17(2), 118–129. <https://doi.org/10.1002/jtr.1970>
- Lo, M.-C., Chin, C.-H., & Law, F.-Y. (2017). Tourists' perspectives on hard and soft services toward rural tourism destination competitiveness: Community support as a moderator. *Tourism and Hospitality Research*, 146735841771567.
- Mahika, C., Bran, F., & ȚIGU, G. (2014). Travel & tourism competitiveness index--regional

- empirical analysis for Romania. *Quality-Access to Success*, 15, 74-85.
- Magalhães, Ó. A. V., Milani, C., Siqueira, T., & Aguiar, V. M. de. (2006). (Re)Definindo a sustentabilidade no complexo contexto da gestão social: reflexões a partir de duas práticas sociais. *Cadernos EBAPE.BR*, 4(2), 01–17. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512006000200007>
- Mangion, M.-L., Durbarry, R., & Sinclair, M. T. (2005). Tourism Competitiveness: Price and Quality. *Tourism Economics*, 11(1), 45–68.
- Mano, A. D., Mayer, V. F., & Fratucci, A. C. (2017). Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 11(3), 413-421. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1314>
- Maráková, V., Dyr, T., & Wolak-Tuzimek, A. (2016). Factors of tourism's competitiveness in the European union countries. *E a M: Ekonomie a Management*, 19(3), 92–109. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2016-3-007>
- Maravić, M. U., Bednarik, J., & Lesjak, M. (2015). Slovenian sport tourism destinations and their competitiveness. *Annales Kinesiologiae*, 6(1), 59–67.
- Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2002). The Social Management of Rural Nature: Understanding Agrarian-Based Rural Development. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 34(5), 809–825. <https://doi.org/10.1068/a3427>
- Margarida Custódio, S., Ana Maria, F., & Carlos, C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations / Os fatores que influenciam a competitividade dos destinos turísticos maduros. *Tourism & Management Studies VO - 10*, (1), 73.
- Martín, J. C., Mendoza, C., & Román, C. (2017). Regional spanish tourism competitiveness. *Region*, 4(3), 153–173.
- Martín, J. C., Mendoza, C., & Román, C. (2017). A DEA Travel–Tourism Competitiveness Index. *Social Indicators Research*, 130(3), 937–957. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1211-3>
- Mazanec, J A, Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86–95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- Medina-Muñoz, D.R., Medina-Muñoz, R. R., & Chim-Miki, A. F. (2013). Tourism competitiveness assessment: The current status of research in Spain and China. *Tourism Economics*, 19(2), 297–318. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0197>
- Meho, L. I., & Yang, K. (2007). Impact of data sources on citation counts and rankings of LIS faculty: Web of science versus scopus and google scholar. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2105–2125. <https://doi.org/10.1002/asi.20677>
- Mendieta-Peñalver, L. F., Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., & Such-Devesa, M. J. (2018). Is hotel efficiency necessary for tourism destination competitiveness? An integrated approach. *Tourism Economics*, 24(1), 3–26.
- Mendola, D., & Volo, S. (2017). Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tourism Management*, 59, 541–553.
- Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination. *Tourism Management*, 21(1), 65–78. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00096-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00096-5)
- Milano, C. (2017). Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. *Marea Urbana*, 1(1), 5–8.
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(3), 551–564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>

- Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: Results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management*, 22(2), 351–362.
- Miller, M. M., Henthorne, T. L., & George, B. P. (2008). The competitiveness of the Cuban tourism industry in the twenty-first century: A strategic re-evaluation. *Journal of Travel Research*, 46(3), 268–278.
- Minghetti, V., & Montaguti, F. (2010). Assessing Istanbul competitiveness: a multidimensional approach. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 228–240. <https://doi.org/10.1108/17506181011067619>
- Miranda, S. R. M. de, Silva, R. do S. B. da, & Souza, K. C. N. de. (2013). Gestão social no contexto das políticas públicas de saúde: uma reflexão por meio do sistema único de saúde. *Desenvolvimento Regional Em Debate: DRd*, 3(2), 135–153.
- Monje-Reyes, P. (2011). Economía solidaria, cooperativismo y descentralización: la gestión social puesta en práctica. *Cadernos EBAPÉ.BR*, 9(3), 704–723. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300003>
- Monteiro, M., & Fernandes, P. O. (2015). Competitividade de destinos turísticos: o caso das ilhas de Cabo Verde. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 875–896.
- Moraes, A. G. de. (2006). Competitividade e sustentabilidade: é possível as cidades turísticas serem sustentáveis e competitivas ao mesmo tempo? *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(3), 443–446. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.031>
- Moreira, K. D., Pereira, M., Amorim, S. S. de, & Neto, L. M. (2012). Políticas de inclusão aplicadas na Universidade Federal de Santa Catarina: gestão social ou gestão estratégica? *Revista Gestão Universitária Na América Latina - GUAL*, 4(4), 580–595. <https://doi.org/10.5007/1983-4535.2011v4nespp251>
- Moretto Neto, L., Garrido, P. O., & Justen, C. E. (2011). Desenvolvendo o aprendizado em gestão social: proposta pedagógica de fomento às incubadoras sociais. *Cadernos EBAPÉ.BR*, 9(3), 828–845. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300008>
- Mosquera, M. E. M. (2012). Los estudios organizacionales: un complemento para el estudio de la gestión social. *AD-Minister*, 21(3), 117–133.
- Muradas, I. M., Taño, D. G., & Armas, R. D. (2001). La cultura como componente de la oferta de los destinos turísticos maduros. *Estudios Turísticos*, 150(1), 41–55.
- Nair, V., & Songan, P. (2016). Examining the Effects of Environmental Components on Tourism Destination Competitiveness : the Moderating. *Search.Ebscohost.Com*, 21, 75–104.
- Nasser, W. (2012). Regional Tourism Competitiveness. In Fayos Solà, E. (Ed). *Knowledge Management in Tourism: Policy and Governance Applications (Bridging Tourism Theory and Practice, V.4) Emerald Group*, 77–94.
- Nag, R., Hambrick, D. C., & Chen, M.-J. (2007). What is strategic management, really? Inductive derivation of a consensus definition of the field. *Strategic Management Journal*, 28(9), 935–955.
- Newall, J. E. (1992). The challenge of competitiveness. *Business Quarterly*, 56(4), 94–100.
- Novais, M. A., Ruhanen, L., & Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64(2), 324–334.
- Noyons, E. C. M., & Van Raan, A. F. J. (1998). Monitoring scientific developments from a dynamic perspective: Self-organized structuring to map neural network research. *Journal of the American Society for Information Science*, Vol. 49(1), 68–81. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(1998\)49](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(1998)49)
- Nunes, V. L. M., & Magalhães, C. M. (2017). Gestão Social Na Educação Para Pessoas Com Deficiência. *HOLOS*, 8(2), 355. <https://doi.org/10.15628/holos.2016.3370>
- Oliveira, C., Perafán, M. E., & Conterato, M. A. (2013). Percepção de atores sociais sobre gestão estratégica e gestão social no âmbito da política de desenvolvimento territorial no

- Brasil. *Desenvolvimento Regional Em Debate: DRd*, 3(2), 154–175.
- Oliveira, K. D. S., Kubo, E. K. M., & Oliva, E. C. (2018). Enfoque Meta-analítico da Liderança: Uma revisão sistemática. In USP (Ed.), *XXI SEMEAD -Seminários em Administração* (pp. 1–17). São Paulo.
- Palatková, M., & Hrubcová, G. (2014). Monitoring regional competitiveness using the BSC method : A case of the Czech national tourism organisation. *Czech Journal of Tourism*, 3(2), 107–126. <https://doi.org/10.1515/cjot-2014-0006>
- Panhoca, L., Da Silva, O. M. P., Figueira, F., Nascimento, M. C., & Ricci, F. (2007). Estratégia e Gestão Social e Ambiental: As metas de desenvolvimento do milênio no município de Pindamonhangaba (Parte 2). *Revista Brasileira de Gestao e Desenvolvimento Regional*, 3(3), 165–192.
- Papp, Z., & Raffay, Á. (2011). Factors influencing the tourism competitiveness of former socialist countries. *Human Geographies*, 5(2), 21-29.
- Pappas, N. (2015). Achieving Competitiveness in Greek Accommodation Establishments during Recession. *International Journal of Tourism Research*, 17(4), 375–387.
- Pavlović, S., & Čavlin, G. (2014). Competitiveness of destinations within the rural tourism cluster: Zlatar, Zlatibor. *Економика Пољопривреде / Economics of Agriculture*, 61(3), 603–614.
- Peng, K. H., & Tzeng, G. H. (2012). Strategies for promoting tourism competitiveness using a hybrid MCDM model. In *Intelligent decision technologies* (pp. 107-115). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Pereira, J. R., Ferreira, P. A., Boas, A. A. V., Oliveira, E. R. de, & Cardoso, R. F. (2011). Gestão social dos territórios da cidadania: o zoneamento ecológico-econômico como instrumento de gestão do território noroeste de Minas Gerais. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(3), 724–747. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300004>
- Pereira, R. S., Moraes, F. C. C., Mattos Júnior, A. B., & Palmisano, A. (2013). Especificidades da Gestão no Terceiro Setor. *Revista Organizações Em Contexto*, 9(18), 167–195. <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v9n18p167-195>
- Peres Jr, M. R., & Pereira, J. R. (2014). Abordagens teóricas da Gestão Social: uma análise de citações exploratória. *Cadernos EBAPE.BR*, 12(2), 221–236. <https://doi.org/10.1590/1679-39519079>
- Peres Jr, M. R., Pereira, J. R., & Oliveira, L. C. (2013). Gestão Social sob a lente estruturacionista. *Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)*, 14(6), 18-49.
- Perez, R. M. I. (2015). Competitiveness in tourism economies of the APEC. *Portes-Revista Mexicana De Estudios Sobre La Cuenca Del Pacífico*, 9(17), 33–73.
- Perna, F., Custódio, M. J., & Oliveira, V. (2018). Tourism destination competitiveness: an application model for the south of Portugal versus the Mediterranean region of Spain: COMPETITIVTOUR. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 19–29. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14102>
- Pinheiro, L. S., & Cançado, A. C. (2013). Gestão Social e emancipação: avançando na discussão. *Cadernos Gestão Social*, 4(1), 71–84.
- Plessis, E. du, & Saayman, M. (2018). Aspects contributing to tourism price competitiveness of South Africa. *Tourism Economics*, 24(2), 146–156.
- Pollice, F., & Iulio, R. de. (2011). Avaliação da competitividade turística do território. *Finisterra: Revista Portuguesa de Geografia*, 46(91), 121–138.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73–93.
- Porter, M. E., Stern, S., & Green, M. (2017). Social Progress Index 2017. *Social Progress Imperative*, 1-95.

- Pulido-Fernandez, J. I., Cardenas-Garcia, P. J., & Sanchez-Rivero, M. (2014). Tourism competitiveness in Mediterranean countries: Identification of determining attributes. *Actual Problems of Economics*, 156(6), 132–142.
- Pulido-Fernández, J. I., & Rodríguez-Díaz, B. (2016). Reinterpreting the World Economic Forum's global tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 20(2), 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.08.001>
- Raimundo, J. S., & Cadete, M. M. M. (2012). Qualified listening and social management among health professionals. *Acta Paulista de Enfermagem*, 25(spe2), 61–67. <https://doi.org/10.1590/S0103-21002012000900010>
- Rigo, Ariádne Scalfoni, & Caçado, A. C. (2014). Gestão Social e Construção de Espaços Públicos: Reflexões a Partir da Rede Brasileira de Bancos Comunitários do Brasil. *Administração Pública e Gestão Social*, 7(1), 37-44. <https://doi.org/10.21118/apgs.v7i1.660>
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. *Cabi*.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1049–1066.
- Robu, P. D. V., Student, P. D., & Balan, A. (n.d.). the Analysis of Competitiveness in the Tourism Sector in the Actual Context of Economic Crisis. *Revistadeturism.Ro*, (7), 84–89.
- Rokaya, M., Atlam, E., Fuketa, M., Dorji, T. C., & Aoe, J. ichi. (2008). Ranking of field association terms using Co-word analysis. *Information Processing and Management*, 44(2), 738–755. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2007.06.001>
- Romão, J., & Nijkamp, P. (2017). Impacts of innovation, productivity and specialization on tourism competitiveness--a spatial econometric analysis on European regions. *Current Issues in Tourism*, 22(10), 1150-1169.
- Romero, R. M. E., & Diaz, C. I. (2007). Social Management in the Implementation of Social Programas. Children and Adolescents in Especially Difficult Circumstances: From And in The Street. *Espacio Abierto*, 16(2), 331–361.
- Ronda-Pupo, G. A., & Guerras-Martin, L. A. (2012). Dynamics of the evolution of the strategy concept 1962-2008: A co-word analysis. *Strategic Management Journal*, 33(2), 162–188. <https://doi.org/10.1002/smj.948>
- Rossoni, L., Silva, A. J. H., & Ferreira Júnior, I. (2008). Aspectos estruturais da cooperação entre pesquisadores no campo de administração pública e gestão social: análise das redes entre instituições no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 42(6), 1041–1067. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000600002>
- Rosvadoski-da-Silva, P., Silveira, S. de F. R., & Deboçã, L. P. (2018). Descentralização, gestão e desenvolvimento local: Uma apreciação a partir do Plano Nacional de Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(18), 963–978.
- Sackman, H. (1974). Delphi Assessment: Expert Opinion, Forecasting, and Group Process (1st ed.). Santa Monica: *The Rand Corporation*.
- Sánchez, R., Romo, E., Dagostino, R., & Picón, U. (2012). Comunidades De Práctica Y Desarrollo Local Endógeno De La Región Costa Norte De Jalisco Y Sur Del Estado De Nayarit, México. *Turismo y Desarrollo Local*, 5(13), 1-14.
- Santos, M. C., Ferreira, A. M., & Costa, C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 73–81.
- Schommer, P. C., & Fischer, T. (1999). Cidadania empresarial no Brasil: os dilemas conceituais e a ação de três organizações baianas. *Organizações & Sociedade*, 6(15), 99–118. <https://doi.org/10.1590/S1984-92301999000200009>
- Shi, C., Zhang, J., Yang, Y., & Zhou, Z. (2007). Shift-share analysis on international tourism

- competitiveness—A case of Jiangsu Province. *Chinese Geographical Science*, 17(2), 173–178.
- Shousheng, C., Chunfeng, L., & Teng, G. (2012). Research on Tourism Competitiveness of Chinese Island Counties: Based on Factor and Cluster Analysis. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 10(4), 30–34.
- Silva, J. A., & de Jesus Santos, C. A. (2015). Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 3(2), 188-210.
- Silva, F. R. M. da, Silva, C. V. F. da C. A. da, Maciel, S. S., Aires, L. F. B., & Silva, C. V. F. da C. A. da. (2016). A produção científica em Gestão Social no Brasil: Uma análise a partir da plataforma Spell.Org. *I Encontro Nacional de Ensino e Pesquisa Do Campo de Públicas*, 1(1), 1–16.
- Silva Júnior, J. T., Mâsih, R. T., Cançado, A. C., & Schommer, P. C. (2008). Gestão Social: Práticas em debate, teorias em construção. Fortaleza: *Imprensa Universitária/UFC*, 1(1), 1-22.
- Souza, W. J. de, & Oliveira, M. D. de. (2006). Fundamentos da gestão social na revolução industrial: leitura e crítica aos ideais de Robert Owen. *Organizações & Sociedade*, 13(39), 59–76. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302006000400004>
- Stavljanin, B., & Kresoja, M. (2011). Enhancing the competitiveness of tourism in the Republic of Serbia using the cluster model. *Perspectives of Innovations, Economics and Business*, 7(1), 40–43
- Şuşu, Ş., & Public, M. B. (2009). Competitiveness of Romanian tourism in the age of globalization. *The USV Annals of Economics*, 30-48.
- Taño, D. G., Vadell, J. G., & Armas, R. D. (2019). The Influence of Knowledge on Residents' Perceptions of the Impacts of Overtourism in P2P Accommodation Rental. *Sustainability*, 11(4), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su11041043>
- Teixeira, S. J., & Ferreira, J. J. M. (2018). Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2018-0023>
- Tenório, F. G. (1998). Gestão social: uma perspectiva conceitual. *Revista de Administração Pública - RAP*. Rio de Janeiro., 32(5), 7–23.
- Tenório, F. G. (2005). (Re) visitando o conceito de gestão social. *Desenvolvimento Em Questão*, 3(5), 101–124.
- Tenório, F. G. (2006). A trajetória do Programa de Estudos em Gestão Social (Pegs). *Revista de Administração Pública*, 40(6), 1145–1162. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122006000600011>
- Tenório, F. G., Brulon, V., & Zarconi, L. (2015). Por uma Superação da Relação Falaciosa entre Turismo e Desenvolvimento Local: Uma Análise do Turismo em Comunidades à Luz da Gestão Social. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 18(62), 100-122. <https://doi.org/10.12660/cgpc.v18n62.5822>
- Tenório, F. G., Kronemberger, T. S., & Lavinias, L. V. (2014). Gestão Social, Extensão e Teologia da Libertação: uma análise a partir de um projeto junto a comunidades. *Revista de Ciências Da Administração*, 1(1), 224–235.
- Thomas, R., & Long, J. (2000). Improving Competitiveness: Critical success factors for tourism development. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 14(4), 313–328. <https://doi.org/10.1080/02690940008726507>
- Topolansky Barbe, F., Gonzalez Triay, M., & Häufe, C. (2016). The competitiveness of the Uruguayan rural tourism sector and its potential to attract German tourists. *Competitiveness Review*, 26(2), 166–187. <https://doi.org/10.1108/CR-06-2015-0050>
- Tuininga, E. J. (1990). Social management in professional organizations: searching for new impulses. *R&D Management*, 20(2), 139–153. <https://doi.org/10.1111/j.1467->

9310.1990.tb00692.x

- Turtureanu, A. G. (2012). Competitiveness on the International Tourism Market. *Economica*, 8(4), 160–167.
- Utami, R. C., Hartono, D., & Awirya, A. A. (2016). Analysis Of The Competitiveness Of Indonesia Tourism Price Compared To The Competitors (Demand Elasticity Approach). *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 17(1), 1411–6081.
- Valeri, M. (2015). Sustainability development and competitiveness of Rome as a tourist destination. *Tourism and Hospitality Management*, 21(2), 203–217.
- Vanhove, N. (2002). Tourism policy — between competitiveness and sustainability: The case of Bruges. *Tourism Review*, 57(3), 34–40. <https://doi.org/10.1108/eb058385>
- Vasile, R., & Balan, A. (2009). The analysis of competitiveness in the tourism sector in the actual context of economic crisis. *Revista de Turism-Studii Si Cercetari in Turism*, 1(7), 84–89.
- Vaso, J. (2010). Intersectoral partnerships constitution, framework for Serbian tourism competitiveness growth. *Marketing (Beograd. 1991)*, 41(1), 43–52.
- Villela, L. E., & Pinto, M. C. S. (2009). Governança e gestão social em redes empresariais: análise de três arranjos produtivos locais (APLs) de confecções no estado do Rio de Janeiro. *Revista de Administração Pública*, 43(5), 1067–1089.
- Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40(1), 137–140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003>
- Wheale, P. (1999). The social management of modern biotechnology and the new industrial divide. *New Genetics and Society*, 18(1), 23–46. <https://doi.org/10.1080/14636779908656888>
- Wright, J. T. C., & Giovinazzo, R. A. (2000). Delphi: uma ferramenta de apoio ao planejamento prospectivo. *Caderno de Pesquisas Em Administração*, 1(12), 54–65.
- Xu, Z., Shen, J., Liu, B., Tang, L., & others. (2014). Study on TOPSIS-based evaluation of urban tourism competitiveness. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Research*, 6(7), 1843–1846.
- Xue, L., Suocheng, D., Xianfeng, J., & Guanghai, Z. (2009). Dynamic evaluation on regional tourism competitiveness: Urban agglomeration of Shandong Peninsula, eastern China. *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 7(3), 30–41. <https://doi.org/10.1080/10042857.2009.10684935>
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2008). Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29(6), 1233–1236. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.008>
- Zani, F. B., & Tenório, F. G. (2011). Gestão social do desenvolvimento: a exclusão dos representantes dos empresários? O caso do Programa Territórios da Cidadania Norte-RJ. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(3), 780–802. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000300006>
- Zani, F. B., & Tenório, F. G. (2014). Gestão social do desenvolvimento: o desafio da articulação de atores sociais no Programa Territórios da Cidadania Norte-RJ. *Organizações & Sociedade*, 21(68), 853–874. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302014000100006>
- Zehrer, A., Smeral, E., & Hallmann, K. (2017). Destination Competitiveness—A Comparison of Subjective and Objective Indicators for Winter Sports Areas. *Journal of Travel Research*, 56(1), 55–66

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO DELPHI
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA

QUESTIONÁRIO PESQUISA MÉTODO DELPHI
(Consulta a Especialistas - Primeira rodada)

No âmbito do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, está sendo desenvolvida uma Dissertação de Mestrado intitulada: **“Competitividade Turística Social: Uma nova fronteira”**.

Considerando sua expertise, solicitamos sua participação neste estudo DELPHI com o propósito de validar o construto de Competitividade Turística Social e seus determinantes/indicadores.

Para esta primeira fase, pedimos que responda este questionário em **um prazo máximo de 15 dias**, reenviando por e-mail. A seguir lhe enviaremos os resultados do grupo de especialistas para que reflexione e ratifique ou retifique seu ponto de vista.

PESQUISADORA: Amanda de Paula Aguiar Barbosa, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Adriana Fumi Chim Miki.

e-mail: amandaaguiarbarbosa@gmail.com

TEL: (+55) 83 982024726. Endereço: Rua Manoel Joaquim Pacheco de Albuquerque, 7 Ligeiro, Queimadas – Paraíba – Brasil - CEP 58475-000

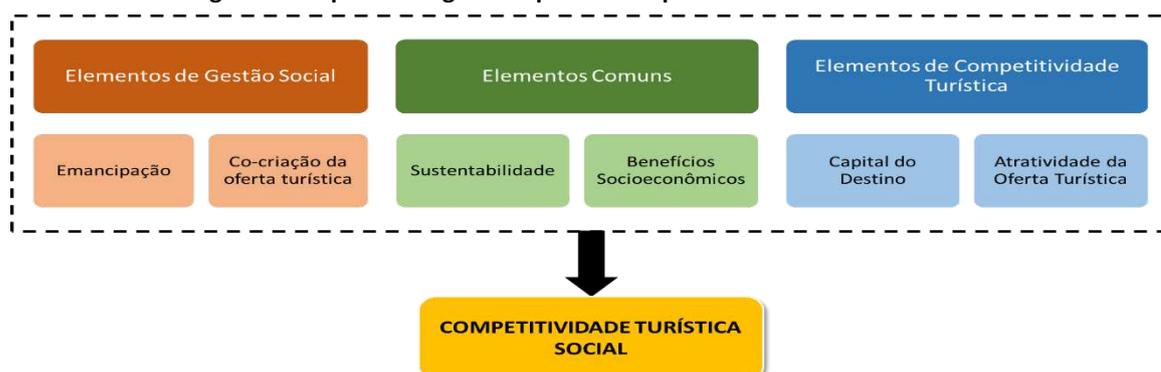
RECEBA DE ANEMÃO MEU AGRADECIMENTO POR SUA INESTIMÁVEL COLABORAÇÃO

CONCEITO PROPOSTO DE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA SOCIAL
(SOCIAL TOURISM COMPETITIVENESS - STC)

Competitividade Turística Social é a capacidade dos atores do destino criarem e gerenciarem coletivamente uma oferta turística atrativa e sustentável, que preserve o capital do destino desenvolvendo benefícios socioeconômicos e emancipação para os residentes.

Em virtude do conceito proposto, solicitamos sua opinião sobre a proposta da STC (Figura 1). Este modelo reúne duas perspectivas teóricas: gestão social e a competitividade turística, focalizando no objetivo final de ambas: gerar benefícios socioeconômicos e sustentabilidade para a população local. **Portanto, o modelo se propõe a analisar a competitividade de um destino turístico através do olhar do residente.**

Figura 1: Proposta integradora para a Competitividade Turística Social.



A continuação se solicita sua análise para definir os indicadores que melhor representam cada determinante do modelo. Por favor, valere o grau de importância dos indicadores para a Competitividade Turística Social considerando a perspectiva teórica apresentada com foco no morador, em uma escala de 1 a 7, sendo 1 a menor importância para o modelo e 7 maior importância para o modelo. Se considerar oportuno, sugira outros indicadores pertinentes ao determinante.

Determinante: <i>Emancipação (E)</i> – Verifica o grau de percepção do residente com relação às suas potencialidades como motor do desenvolvimento turístico, bem como sua cidadania e empoderamento decorrente da atividade turística.								
Cód.	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7
1_E	Autopercepção do residente da localidade como protagonista do desenvolvimento turístico.							
2_E	Percepção da comunidade em relação às potencialidades locais para o desenvolvimento turístico.							
3_E	Geração de impactos positivos no empoderamento da comunidade através da atividade turística local.							
4_E	Participação ativa e cidadã da comunidade nas decisões relacionadas ao turismo local.							
5_E	Legitimação e aceitação do desenvolvimento turístico local pela comunidade.							
6_E	Conhecimento e habilidade da comunidade para conduzir o desenvolvimento turístico local.							
7_E	Experiência educacional do residente resultante do maior intercâmbio cultural entre moradores e turistas.							
8_E	O desenvolvimento turístico possibilita o residente conhecer, respeitar e valorizar a própria cultura, gerando consciência da herança cultural da comunidade.							
9_E	O turismo promove o senso de identidade étnica e cultural na comunidade, bem como senso de pertencimento.							
10_E	A comunidade percebe que a presença do turista indica valorização do seu modo de vida e promove efeitos positivos sobre valores morais e costumes locais.							
11_E	O turismo beneficia o desenvolvimento grupos de moradores como associação de artesões, cooperativas, etc.							
12_E	O desenvolvimento da atividade turística promove aumento nos níveis de educação e capacitação da população local.							
13_E	O turismo promove a criação espaços públicos de convivência na localidade.							
Inclua e avalie outros indicadores, se preferir:								

Determinante: <i>Co-criação da oferta turística (Co-T)</i> - Verifica a percepção do indivíduo sobre os níveis de desenvolvimento conjunto da oferta turística do destino, considerando os elementos de participação, inclusão e dialogicidade.								
Cód.	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7
1_COT	Planejamento turístico realizado pelos atores sociais locais, incluindo sociedade, mercado e governo.							
2_COT	Os produtos turísticos do destino são desenvolvidos em conjunto e ofertados pela comunidade (incluindo atrações, serviços e produtos).							
3_COT	Promoção de inclusão social dos residentes através da atividade turística.							
4_COT	Governança turística efetiva no destino.							
5_COT	Participação dos residentes na governança turística através de representação por líderes locais							

6_COT	Boa comunicação entre as partes envolvidas no planejamento e gestão do turismo com os residentes.								
7_COT	As autoridades de turismo compatibilizam as necessidades da população local e dos turistas.								
Inclua e avalie outros indicadores, se preferir:									
Determinante: Atratividade da oferta turística (A) - Verifica os sentimentos, crenças e opiniões que os indivíduos possuem sobre a habilidade percebida do local oferecer uma experiência turística memorável.									
Cód.	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7	
1_A	Capacidade local de oferecer uma experiência turística memorável, cultural, natural, etc.								
2_A	Crença local de que a localidade possui um diferencial turístico competitivo.								
3_A	Crença local de que a localidade possui uma imagem positiva e atrativa aos turistas.								
4_A	Os moradores percebem sua localidade como capaz de gerar satisfação no turista.								
5_A	A comunidade reconhece a existência de atrativos turísticos locais.								
6_A	A localidade oferece um ambiente político estável.								
7_A	Existência de atividades recreativas e/ou opções de entretenimento.								
Inclua e avalie outros indicadores, se preferir:									

Determinante: Capital do destino (DC) - Verifica a percepção da comunidade sobre os aspectos físicos, culturais, ambientais, econômicos, políticos e humanos, bem como os atributos do destino e suas relações.									
Cód.	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7	
1_DC	A localidade possui recursos diferenciados para oferta turística.								
2_DC	A localidade possui identidade e/ou patrimônio cultural diferenciados para oferta turística.								
3_DC	Os recursos naturais da localidade são adequados ao desenvolvimento turístico.								
4_DC	Existência de infraestrutura adequada à modalidade turística ofertada.								
5_DC	As instituições locais trabalham de forma interorganizacional para o desenvolvimento turístico.								
6_DC	Existência de capital humano na comunidade para trabalhar no setor turístico.								
7_DC	A comunidade tem oferta de artes e artesanato para o turismo.								
8_DC	A agricultura local tem produtos diferenciados para o turismo.								
9_DC	A comunidade tem um ambiente de paz, tranquilidade e segurança.								
Inclua e avalie outros indicadores, se preferir:									

Determinante: Sustentabilidade (S) - Verifica a assimilação do residente sobre a conciliação do desenvolvimento turístico e a preservação dos recursos atuais e futuros.									
Cód.	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7	
1_S	A comunidade compreende que a atividade turística deve prezar pelo manejo sustentável dos recursos naturais.								
2_S	Na comunidade existem projetos e ações de preservação ambiental.								

3_S	Os planos de desenvolvimento turístico local respeitam a capacidade de carga ambiental.								
4_S	Os planos de desenvolvimento turístico local respeitam a capacidade de carga social.								
5_S	O turismo contribui para a preservação dos recursos naturais da comunidade.								
6_S	O turismo contribui para melhorar a consciência ambiental dos residentes.								
7_S	O turismo promove a preservação de recursos históricos e culturais locais.								
8_S	Consciência dos turistas quanto à limpeza e manutenção da tranquilidade da comunidade.								
9_S	O turismo contribui para a preservação do patrimônio arquitetônico e sítios arqueológicos do destino.								
10_S	A atividade turística consegue manter o custo de vida local em padrões aceitáveis para o residente.								
11_S	Ritmo de crescimento turístico adequado para a comunidade.								
12_S	O desenvolvimento de instalações turísticas e atrações não é uma ameaça ao ambiente local.								
13_S	As mudanças geradas pelo turismo fazem com que o residente queira continuar morando na comunidade.								
14_S	A atividade turística não gera precarização dos postos de trabalho na comunidade.								
Inclua e avalie outros indicadores, se preferir:									

Determinante: Benefícios socioeconômicos (SeB) - Verifica a percepção dos moradores acerca da prosperidade social e econômica da comunidade gerada a partir do turismo, bem como a manutenção de valores relacionados ao senso de pertencimento e ao bem-estar

Cód.	Indicadores	1	2	3	4	5	6	7
1_SeB	A comunidade obtém receitas da atividade turística.							
2_SeB	A atividade turística gera empregos para os residentes.							
3_SeB	Percepção dos residentes de que a atividade turística contribui para a melhoria da qualidade de vida na comunidade.							
4_SeB	Percepção da comunidade de que a atividade turística é um caminho para o progresso social.							
5_SeB	O turismo aumenta as opções de festivais, feiras e as opções de atividades culturais e recreativas na comunidade para o morador.							
6_SeB	O turismo promove a melhoria do transporte público na comunidade.							
7_SeB	O turismo promove reforço nos serviços de segurança pública e prevenção de crime e vandalismo.							
8_SeB	A atividade turística promove a prevenção de aglomeração e congestionamento.							
9_SeB	O desenvolvimento turístico promove melhorias no acesso à comunidade.							
10_SeB	Turismo promove a melhoria da infraestrutura física da comunidade.							
11_SeB	O turismo promove a diversidade da economia local, com possibilidade para pequenos empreendimentos.							
12_SeB	O turismo atrai mais investimentos para a comunidade.							
13_SeB	O turismo cria receita fiscal para os governos locais.							
14_SeB	Os benefícios do turismo são distribuídos amplamente pela comunidade.							
15_SeB	A qualidade dos serviços prestados à comunidade é melhor devido ao turismo							
Inclua e avalie outros indicadores, se preferir:								

Por último, solicitamos que dê sua opinião sobre a idoneidade dos fatores (determinantes) que compõem o modelo de Competitividade Turística Social (STC) (figura 1):

Ref.		Sim	Não
1F	Todos os determinantes citados são aplicáveis a um destino turístico?		
2F	Acredita que todos os determinantes conjuntamente expressam os fundamentos do conceito de Competitividade Turística Social anteriormente apresentado?		
3F	São todos os determinantes de fácil compreensão?		
4F	Considera que todos estes determinantes contribuem para futuramente gerar uma medida da Competitividade Turística Social?		
5F	Considera que para uma localidade possuir competitividade turística a atividade deve ser bem avaliada pelos residentes?		
6F	Geralmente, a competitividade turística esteve relacionada à maior produtividade, portanto ao crescente número de visitantes. Porém, você concorda que a competitividade turística deve estar mais relacionada à um fluxo turístico adequado à capacidade de carga da comunidade e à geração de prosperidade social para os residentes?		

Neste espaço, se considerar oportuno, registre as observações e/ou sugestões sobre o modelo e seus indicadores. Seu aporte será de muito valor.

Click here to enter text.

DADOS DE CLASSIFICAÇÃO: Para efeitos de cadastramento dos participantes da DELPHI, solicitamos:

Nome completo:
Cargo /atividade atual:
Empresa/Organização/Instituição:
Estado/ País:

(*) Será garantido o anonimato das respostas.

Os resultados finais da pesquisa lhe serão enviados oportunamente.

Muito obrigada!

APÊNDICE 2: LISTA DE ESPECIALISTAS CONSULTADOS

Nome:	Instituição	País:
Alvaro Velasco Blanco	Universidad de San Buenaventura Cali	Colômbia
Adriana Santamari Mendoza	Universidad Politécnica del Valle de Toluca	México
Airton Cardoso Caçado	Universidade Federal do Tocantins	Brasil
Alexander Zúñiga Collazos	Universidad de San Buenaventura Cali	Colômbia
Alfonso Raya Alvarez	Universidad Tecnológica de Nayarit	México
Ana Cecília Feitosa De Vasconcelos	Universidade Federal de Campina Grande	Brasil
Antonia Balbuena-Vazquez	Universidad Nacional Autónoma de México	México
Antonio Romualdo Márquez González	Universidad Autónoma de Nayarit	México
Carla Pasa Gómez	Universidade Federal de Pernambuco	Brasil
Carlos Salvador Peña Casillas	Universidad de Guadalajara	México
Christina De Oliveira Matos	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Espanha
Desiderio Gutiérrez Taño	Universidad de La Laguna	Espanha
Eduar Guerra Alvarez	Universidad de San Buenaventura Cali	Colômbia
Eliana Carolina Burbano Vallejos	Corporación Universitaria Autónoma de Nariño	Colômbia
Elizabeth Kyoko Wada	Universidade Anhembi Morumbi	Brasil
Emerson Montaña Narvaez	Universidad San Buenaventura de Cali	Colômbia
Erendida Del R. Alvarez López	Universidad Tecnológica de Nayarit	Mexico
Félix Zumbado Morales	Universidad de Costa Rica	Costa Rica
Gabriela Muratalla Bautista	Tecnológico Nacional de México Campus Valle de Morelia	México
Gesinaldo Ataíde Cândido	Universidade Federal de Campina Grande	Brasil
Hamira Zamani-Farahani	Astiaj Tourism Consultancy & Research Centre	Iran
Hugues Seraphin	University of Winchester	Inglaterra
Iván Andrés Ordóñez-Castaño	Universidad de San Buenaventura Cali	Colombia
Jeová Torres Silva Júnior	Universidade Federal do Cariri	Brasil
Kettrin Farias Bem Maracajá	Universidade Federal de Campina Grande	Brasil
Magdalena Murgueitio	Universidad de San Buenaventura Cali	Colombia
María Del Carmen Enciso Peña	Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas	México
Marysol Castillo Palacio	Universidad de San Buenaventura Cali	Colombia
Melanie Kay Smith	Budapest Metropolitan University	Hungria
Néstor Rolando Alvidrez García	Universidad Tecnológica de Nayarit	México
Rodrigo Espinoza Sánchez	Universidad de Guadalajara	México
Sidnei Raimundo	Universidade de São Paulo	Brasil
Silvio Luiz Gonçalves Vianna	Universidade de Caxias Do Sul	Brasil
Sonia Ruth Obando Castro	Universidad de San Buenaventura Cali	Colombia
Teresa Rios Delgado	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	Perú
Thays Cristina Domareski Ruiz	Universidade Federal do Paraná	Brasil
Viviane Santos Salazar	Universidade Federal de Pernambuco	Brasil
Wilson Eduardo Romero Palacios	Universitaria Centro Superior	Colombia

APÊNDICE 3 – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO DO ARTIGO 1

10/12/2019

Gmail - International Journal of Hospitality & Tourism Administration - Co-Author Account Created in Manuscript Central



Amanda Aguiar <amandaaguiarbarbosa@gmail.com>

International Journal of Hospitality & Tourism Administration - Co-Author Account Created in Manuscript Central

International Journal of Hospitality & Tourism Administration
<onbehalf@manuscriptcentral.com>
Responder a: Clayton.Barrows@unh.edu
Para: amandaaguiarbarbosa@gmail.com

10 de novembro de 2019
14:02

10-Nov-2019

Dear Miss Amanda Aguiar-Barbosa:

A manuscript titled TWO DECADES OF EVOLUTION ON THE TOURISM COMPETITIVENESS CONCEPT: A CO-WORD ANALYSIS (WJHT-2019-1211) has been submitted by Miss Amanda Aguiar-Barbosa to the International Journal of Hospitality & Tourism Administration.

You are listed as a co-author for this manuscript. The online peer-review system, Manuscript Central, has automatically created a user account for you.

The site URL and your USER ID for your account is as follows:

SITE URL: <https://mc.manuscriptcentral.com/wjht>

USER ID: amandaaguiarbarbosa@gmail.com

https://mc.manuscriptcentral.com/wjht?URL_MASK=56477043e95542d48e57d0ac1712833f

Please note that your password is case-sensitive.

When logged into the site you will be able to check the status of papers you have authored/co-authored. Please do log in to <https://mc.manuscriptcentral.com/wjht> to update your account information, and to change your password to one of your choice.

Thank you for your participation.

Sincerely,

International Journal of Hospitality & Tourism Administration Editorial Office

Log in to Remove This Account - https://mc.manuscriptcentral.com/wjht?URL_MASK=88795033b07848ad9cc7c353f2a0345a

APÊNDICE 4 – COMPROVANTE DE ACEITE DO ARTIGO 2



Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Buenos Aires, 19 de abril de 2019

Amanda de Paula Aguiar Barbosa
Adriana Fumi Chim Miki
Universidad Federal de Campina Grande
Paraíba, Brasil

De mi consideración:

Me complace informarles que vuestro artículo, *O SURGIMENTO DA PERSPECTIVA DE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA SOCIAL: Apeamento e Agrupamento de Redes Bibliométricas*, ha sido evaluado anónimamente y se ha recomendado su publicación en *Estudios y Perspectivas en Turismo*. El mismo aparecerá en el Volumen Especial 30 aniversario, Volumen 29 – Número 2 correspondiente a abril de 2020.

Agradeciendo la deferencia por compartir los resultados de sus investigaciones con nosotros las saluda cordialmente

Dra. Regina G. Schlüter
Directora – Editora
Estudios y Perspectivas en Turismo
www.cieturisticos.com.ar
www.estudiosenturismo.com.ar

Av. Libertador 774 - 6° "A" - C1001ABU Buenos Aires - Argentina - Tel: (54-11) 4815-3222 - Fax: (54-11) 4798-9639
www.estudiosenturismo.com.ar E-mail: info@estudiosenturismo.com.ar

APÊNDICE 5 – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO DO ARTIGO 3



Amanda Aguiar <amandaaguiarbarbosa@gmail.com>

Fwd: [CGPC] Agradecimento pela Submissão

ADRIANA FUMI CHIM MIKI <adriana.chimmiki@gmail.com>
Para: Amanda Aguiar <amandaaguiarbarbosa@gmail.com>

30 de outubro de 2019 15:47

Adriana Fumi Chim Miki, Ph.D.
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade - UAAC
Universidade Federal de Campina Grande - UFCG
Fone: +55 53 981300106

ORCID : <http://orcid.org/0000-0001-7685-2718>

----- Forwarded message -----

De: **Andréa Leite Rodrigues** <cademosgpc-edicao@fgv.br>
Date: qua, 30 de out de 2019 às 15:46
Subject: [CGPC] Agradecimento pela Submissão
To: Dra. Adriana Fumi Chim-Miki <adriana.chimmiki@gmail.com>

Dra. Adriana Fumi Chim-Miki,

Agradecemos a submissão do seu manuscrito "EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE GESTÃO SOCIAL (1990-2018): UMA ANÁLISE DE CO-PALAVRAS" para Cadernos Gestão Pública e Cidadania. Por meio da interface de administração do sistema, utilizado para a submissão, será possível acompanhar o progresso do documento dentro do processo editorial, bastando logar no sistema localizado em:

URL do Manuscrito:
<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cgpc/author/submission/80448>
Login: adrianamiki

Em caso de dúvidas, envie suas questões para este email. Agradecemos mais uma vez considerar nossa revista como meio de transmitir ao público seu trabalho.

Andréa Leite Rodrigues
Cadernos Gestão Pública e Cidadania

Cadernos Gestão Pública e Cidadania
www.fgv.br/cgpc
