

Escola Superior de Gestão  
Hotelaria e Turismo

# Book of Abstracts

7 a 9 maio 2026



**INTELIGÊNCIA  
ARTIFICIAL NA NOVA  
ERA ORGANIZACIONAL**

---

Iniciativa:



---

Co-organização:



---

Apoios:



---

Revistas associadas:

- > EJTHR
  - > RAC
  - > Cadernos de Gestão
  - > BAR
  - > TMS
-

# IFM - X International Forum on Management Artificial Intelligence in the New Organizational Era

7 - 9 May 2026

---

---

## Book of Abstracts

---

---

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo  
Campus da Penha, Estrada da Penha  
8005-139 Faro  
Portugal

**Book of abstracts:** Filipa Perdigão Ribeiro & Marisol B. Correia

**Conference website:** <https://algarvewintermeeting.ualg.pt>

**Web design:** Pedro Cascada | Carlos Sousa

**Image:** Gabinete de Comunicação e Protocolo, Universidade do Algarve

**ISBN:** 978-989-9244-56-6

**DOI:** <https://doi.org/10.34623/qrsq-vr02>

## Welcome

The **IFM - International Forum on Management** is an annual technical and scientific event, organised jointly by five Portuguese higher education institutions (HEIs): the School of Hospitality and Tourism of Estoril, the Polytechnic Institute of Setúbal, the Open University, the University of Algarve and the University of Évora.

Now in its 10th year, the event has firmly established itself as an international reference point, bringing together researchers and professionals who have advanced research and practice in various fields of management and related areas. The forum provides a valuable platform for reflection and knowledge sharing, promoting the dissemination of scientific knowledge and the development of effective organisational practices.

The 10<sup>th</sup> edition will take place in Faro from 7 to 9 May 2026 and will be organised by the School of Management, Hospitality and Tourism at the University of Algarve.

We hope you enjoy the conference!

The organising committee

## Honorary committee

**Ângela Maria Gomes Teles de Matos Cremon de Lemos**, Presidente do Politécnico de Setúbal  
**Carla Padrel de Oliveira**, Reitora da Universidade Aberta  
**Carlos Santiago Brandão**, Presidente da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril  
**Hermínia Vasconcelos Vilar**, Reitora da Universidade de Évora  
**Maria Alexandra Anica Teodósio**, Reitora da Universidade do Algarve  
**Soumodip Sarkar**, Presidente Executivo do PACT – Évora e Professor Catedrático da Universidade de Évora

## Scientific committee

### President

**Maria de Lurdes Calisto**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE)

### Members

**Ana Isabel Martins**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Carlos Nunes**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Carlos Sousa**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Elisabete G. S. Félix**, Universidade de Évora  
**Filipa Perdigão Ribeiro**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Georgette Andraz**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Joaquim Contreiras**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**José Biléu Ventura**, Universidade de Évora  
**José Rodrigo Guerreiro**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Juan Antonio Torrecilla García**, Universidad de Malaga, Espanha  
**Juan Francisco Prados**, Universidad de Granada, Espanha  
**Luísa Cagica Carvalho**, Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal  
**Manuel Dioniso Serra**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Márcia André**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Maria de Lurdes Varela**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Maria de Lurdes Calisto**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril  
**Maria do Rosário Matos Bernardo**, Universidade Aberta  
**Mário Negas**, Universidade Aberta  
**Marisol Correia**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Pedro Cascada**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Pedro Isaías**, Universidade Aberta  
**Pedro Pardal**, Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal  
**Rita Baleiro**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Rosária Pereira**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Rui Quaresma**, Universidade de Évora  
**Sandra Rebelo**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)  
**Soumodip Sarkar**, Universidade de Évora  
**Victor Alves Afonso**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

## Executive committee

**Elisabete G. S. Félix**, Universidade de Évora

**Georgette Andraz**, Universidade do Algarve- Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**José Biléu Ventura**, Universidade de Évora

**José Rodrigo Guerreiro**, Universidade do Algarve- Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Luísa Cagica Carvalho**, Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal

**Maria de Lurdes Calisto**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

**Maria do Rosário Matos Bernardo**, Universidade Aberta

**Mário Negas**, Universidade Aberta

**Pedro Isaías**, Universidade Aberta

**Pedro Pardal**, Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal

**Rui Quaresma**, Universidade de Évora

**Soumodip Sarkar**, Universidade de Évora

**Victor Alves Afonso**, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

## Organizing committee

**Ana Isabel Martins**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Carlos Nunes**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Carlos Sousa**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Filipa Perdigão**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Georgette Andraz**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**José Rodrigo Guerreiro**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Manuel Dioniso Serra**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Márcia André**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Maria de Lurdes Varela**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Marisol Correia**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Pedro Cascada**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Rita Baleiro**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Rosária Pereira**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

**Sandra Rebelo**, Universidade do Algarve -Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT)

## TABLE OF CONTENTS

<i>Keynote speakers</i> .....	6
<b>DESAFIOS ÀS EMPRESAS NO CONTEXTO DA ECONOMIA PORTUGUESA</b>	
Helder Carrasqueira .....	6
<b>AI BEYOND TOURISM: LESSONS FROM CROSS-DOMAIN DATA SCIENCE FOR THE NEW ORGANIZATIONAL ERA</b>	
Nuno António.....	7
<i>Panel discussions</i> .....	8
<b>ALGARVE EMPREENDE</b>	
Hugo Barros, Jéssica Costa, Joana Guerreiro, Rita Gonçalves, M. <sup>a</sup> Lurdes Serpa Carvalho, Sérgio Inácio Viegas.....	9
<b>O IMPACTO DA IA NA EDUCAÇÃO, NA GESTÃO E NO TURISMO</b>	
Marta Aragão, Rui Manuel Gidro, Alexandra Gonçalves, Gustavo Guerreiro, Joaquim Nascimento.....	10
<i>Abstracts</i> .....	11

*\*\*Abstracts are organised in alphabetical order according to the surname of the first author\*\**

## Keynote speaker

### DESAFIOS ÀS EMPRESAS NO CONTEXTO DA ECONOMIA PORTUGUESA (PT)

Helder **CARRASQUEIRA**

hcarrasq@ualg.pt

A palestra começa por contextualizar a evolução económico/social e o seu impacto nas empresas, seguida do ponto de situação da economia portuguesa. Acrescem os principais fatores considerados como entraves ao desenvolvimento das empresas. Posteriormente, a análise centra-se nas PME, comparando o desempenho na U.E., em Portugal (e por vezes no Algarve). São aprofundadas as análises relativas à disponibilidade de capital e à baixa produtividade. Ilustra-se a exposição com exemplos aplicados e identificam-se situações consideradas como limitações ao crescimento das empresas e da atividade económica.

#### Bionote

Coordinator Professor at the School of Management, Hospitality and Tourism (ESGHT) of the University of the Algarve (UAlg). Holds a PhD in Economics from FEUAlg and a Master's degree in International Economics from ISEG/University of Lisbon. Positions and Professional Experience: Served as Director of ESGHT (3 years); President of the Scientific and Technical Council (5 years); Head of the Office for Evaluation and Quality (GAQ) at UAlg (2 years); Institutional Coordinator for Polytechnic Education Evaluation at UAlg (6 years); Director of the Management Degree (3 years); and Director of the Economics Department (6 years). Teaching: As a faculty member, he has taught several course units in the field of Economics, as well as International Marketing and Internationalisation of Tourism Enterprises. Scientific Activity: Studies and Projects: Coordinated 3 and participated in 4 research projects. Books: Author, co-author and/or contributor to twelve books (twenty-five, including conference proceedings). Peer-reviewed Articles: Author or co-author of 18 articles published in indexed scientific journals. Supervisions: More than thirty supervisions of master's theses and final degree projects. He received an Honourable Mention in the National Research Prize in the field of Environment in 1987. Currently, he is an integrated researcher at CiTUR (Centre for Research, Development and Innovation in Tourism).



## Keynote speaker

### AI BEYOND TOURISM: LESSONS FROM CROSS-DOMAIN DATA SCIENCE FOR THE NEW ORGANIZATIONAL ERA (EN)

Nuno ANTÓNIO

[nantonio@novaims.unl.pt](mailto:nantonio@novaims.unl.pt)

This talk takes a broader perspective, exploring what organisations across sectors can learn from one another as they adopt AI. I will present applied cases from my work in hospitality, healthcare, media, insurance, and the legal domain, showing that the core challenges of AI adoption (data quality, model trust, human - AI collaboration, and ethical deployment) are remarkably similar regardless of the industry.

#### Bionote

Nuno António holds a Ph.D. in Science and Information Technology, a Master's degree in Hotel Administration and Management, and a degree in Software Engineering. Nuno António also holds certifications in Business Analytics, Scrum Master, and Project Management. His research interests are related to the application of Data Science in Business, namely Machine Learning, Text Mining, Data Mining, Social Media Analytics, and Big Data. Nuno Antonio is an Assistant Professor at Nova IMS. He is also the CTO of Itbase, a company specialising in the development of decision-support systems, and has published over 40 articles and book chapters.



# Panel discussions

---

## ALGARVE EMPREENDE (PT)

### Panel convenors: Sérgio INÁCIO e Hugo BARROS

The project **Algarve Empreende** is based on the premise that innovation and entrepreneurship are key drivers of economic growth and of the diversification of the region's productive profile. The framework uses the Smart Specialisation Strategy (EREI Algarve 2030) as a basis for the development of intensive sectors such as technology and creativity. It draws on an analysis of the region's structural weaknesses, such as early school leaving and job insecurity, utilising the concept of a coordinated innovation ecosystem to reverse these trends through the enhancement of knowledge.

#### Hugo Barros (ALG)

Coordinator of the Entrepreneurship and Technology Transfer Division (aka CRIA) since 2011, holds a degree in Economics, a Postgraduate degree in Innovation and Entrepreneurship Economics, and is a PhD candidate in Economics at UAlg. Cooperates with CRIA since 2005 in the area of Entrepreneurship, supporting the creation and development of business projects, and assisting entrepreneurs and companies wishing to establish themselves in UAlg's incubation spaces. He also works in the areas of Technology Transfer and University-Economy.

#### Jessica Costa (ALGARVE STP)

Jessica Costa is the Executive Director of AlgarveSTP, where she plays a key role in the development and positioning of the regional innovation ecosystem, working at the intersection of strategy, stakeholder management and organisational growth. AlgarveSTP acts as an interface between the University, Municipalities and Companies, fostering collaboration and driving innovation across sectors. Jessica works closely with the organisation's board to develop strategic partnerships, coordinate multi-stakeholder initiatives and strengthen connections between public, private and academic entities. With a background in Marketing and International Business, she focuses on translating ideas into impactful actions that drive sustainable growth.

#### Joana Germano (NERA)

EU Project Manager at NERA – Business Association of the Algarve Region, where she works on national and transnational initiatives supporting business development and regional competitiveness. Her work focuses on entrepreneurship, business qualification, internationalisation and territorial promotion, with particular engagement in the tourism, blue economy, agri-food and agricultural sectors. She holds a degree in Communication and is currently completing a Master's degree in Tourism at the University of the Algarve.

#### Rita Gonçalves (ANJE)

As an Executive Director at ANJE Algarve, I bring over 21 years of experience shaping entrepreneurship and regional innovation systems. Since 2004, I have led the design and execution of high-impact incubation, acceleration, and EU-funded initiatives that translate strategy into measurable growth for startups and SMEs. I specialise in building cross-sector partnerships across government, academia, and industry at both regional and international levels. A frequent speaker and facilitator, I engage diverse stakeholders to drive collaboration and systemic impact. My leadership is focused on scaling innovation ecosystems, unlocking entrepreneurial potential, and delivering sustainable economic development in an increasingly global context.

#### Maria de Lurdes Martins de Serpa Carvalho (CCDR Algarve)

Maria de Lurdes Martins de Serpa Carvalho has a degree in Biology, from the Faculty of Sciences of Lisbon, a postgraduate degree in Environmental Policy and Law (1991) and completed the curricular component of the PhD in Interdisciplinary Landscape Management with a special focus on the Valuation of Ecosystem Services (ISA/UE/UA). In Maria de Lurdes Martins de Serpa Carvalho since December 2017, started by promoting the elaboration of the Regional Agenda for Circular Economy and in February 2020, was appointed as Director of Regional Development Services, following the different components associated with the development of the region, with a special focus on innovation in the context of the Smart Specialization Strategy (EREI), Algarve Smart Region and Cross-Border Cooperation.

#### Sérgio Inácio Viegas (AMAL)

Holds a degree in Financial Management from the University of Algarve. Director of the Department of Community Funds, Spatial Planning and Sustainability at the Intermunicipal Community of Algarve. Guest lecturer at the University of Algarve (School of Hospitality and Tourism Management).

## O IMPACTO DA IA NA EDUCAÇÃO, NA GESTÃO E NO TURISMO (PT)

### Panel convenor: Alexandra GONÇALVES

#### Marta Aragão (empresária empreendedora algarvia)

Marta Aragão é empresária e formadora com mais de 28 anos de experiência nas áreas de tradução, marketing, comunicação estratégica e mais recentemente desenvolvimento de produto. Autodidata e *early adopter* no uso de inteligência artificial aplicada à gestão empresarial, integrou ferramentas de IA no quotidiano da sua empresa e passou a levar esse conhecimento prático para a sala de formação, ajudando empresários e equipas a perceber como a IA pode transformar processos, decisões e resultados reais. Na educação e formação, defende uma abordagem clara: a IA não substitui o pensamento estratégico, potencia-o. É a partir desta convicção que trabalha com empresas e forma profissionais na adoção consciente e eficaz destas ferramentas. Fundadora da DESCOMUNAL, agência de design e comunicação estratégica, e da SOU Creative, ambas sediadas no Algarve, traz para esta mesa-redonda a perspetiva de quem não estuda a IA - usa-a, ensina-a e vive-a todos os dias.

#### Rui Manuel Gidro (sócio da Deloitte)

rgidro@deloitte.pt

Rui Gidro, Sócio da Deloitte, responsável de consultoria no setor público e setor do turismo em Portugal. Licenciado em Economia, o Rui é especialista no setor público e no setor do turismo, tendo colaborado em diversas iniciativas de planeamento estratégico, transformação digital, AI e gestão sustentável dos territórios. Tem colaborado com a Administração Central e Local, Entidades Regionais do Turismo, Associações Empresariais do Setor, Ensino Superior e alguns dos principais grupos Hoteleiros, em diversas iniciativas de transformação digital, melhoria do serviço e eficiência.

#### Alexandra Rodrigues Gonçalves (Vice-presidente para a Educação da CCDRALg)

alexandra.goncalves@ccdr-alg.pt

Alexandra Rodrigues Gonçalves é atualmente Vice-presidente para a Educação da CCDR Algarve. Foi Diretora da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo/UALG (2019-2025). Investigadora integrada no CinTurs – Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-Estar da Univ. do Algarve, especializada em Turismo, Território, Património, Gestão Cultural, Museus e Indústrias Criativas. Doutorada em Turismo pela Universidade de Évora (2013), Mestre em Gestão Cultural – Património Cultural pela Universidade do Algarve e pela Universidade Paris-8 (2002), pós-graduada em Direito do Património Cultural (2016) e licenciada em Marketing (1997). Foi Diretora Regional de Cultura do Algarve (2013–2018) e Vereadora da Câmara Municipal de Faro (2009–2013), para a cultura, o turismo, a ação social, a economia e a saúde. Tem coordenado projetos de investigação, como o CREATOUR, iHeritage e HostLab, tendo publicado várias obras internacionais sobre património, museus, turismo cultural e turismo criativo. É membro da rede ATLAS Cultural Tourism e do conselho executivo da RIPTUR. Faz parte da Plataforma Nacional do Turismo. Recebeu 7 prémios de investigação e é revisora de revistas científicas internacionais nas áreas do turismo, hotelaria e património cultural. Em 2024 obteve o Prémio de Inovação Regional da DM pela CCDRALg com o HostLab.

#### Gustavo Lopes Guerreiro (advogado, empresário, formador da AG International Law Firm)

Gustavo Lopes Guerreiro é um advogado e empresário com uma carreira multidisciplinar iniciada em 2001. Atualmente, desempenha funções como sócio, administrador e formador na AG International Law Firm, acumulando vasta experiência na gestão de operações comerciais e investimentos nos setores de imobiliário, náutica de luxo e turismo. A sua base académica inclui uma Licenciatura em Direito e uma Pós-Graduação em Ciências Jurídico-Políticas, complementadas por formação contínua em Marketing Digital e Gestão, destaca-se também pelo seu envolvimento institucional como Vice-Presidente da Associação de Empresários por Quarteira, evidenciando uma visão estratégica e versátil no mundo dos negócios.

#### Joaquim Nascimento (empreendedor e presidente da Algarve Evolution)

nascimento.quim@gmail.com

Joaquim Nascimento is a strategist, educator, and AI entrepreneur with 20+ years advising multinational organisations across healthcare, education and technology industries. His international career includes managerial roles at AstraZeneca and leading the global healthcare practice of Vanguard Strategy in London. Currently, he is the co-founder of two AI start-ups ('Kapisci' in the US and 'PhorecastAI' in Portugal) and an Assistant Professor of Digital Economy at the University of Algarve. He is also President of Algarve Evolution, the leading innovation ecosystem in Southern Portugal, and founder of the Algarve AI Community.

# Abstracts

---

## RYANAIR – 20 ANOS DE OPERAÇÃO NO AEROPORTO DO PORTO: O QUE MUDOU?

Jorge ABRANTES | Rui Quadros

jorge.abrantes@eshte.pt | ESHTe, Universidade Aberta  
rquadros@uatlantica.pt | Universidade Atlântica, ESHTe

O principal objetivo da investigação é perceber o que mudou nos modelos de negócio da aviação comercial em 20 anos, desde a entrada das companhias aéreas de baixo custo (CABC) neste mercado. Pretende-se igualmente verificar se existiram grandes diferenças nas principais origens de tráfego turístico para esse aeroporto.

Para a International Civil Aviation Organization (ICAO, 2018), tal como para muitos outros investigadores (Almeida et al., 2020; Magdalina & Bouzaima, 2021; Majerová & Jirásek, 2023; Vatankhah et al., 2025) existem diferentes modelos de negócio em aviação comercial: as companhias aéreas tradicionais (*full service carriers*), as companhias aéreas de baixo custo (*low cost carriers*), as companhias aéreas regionais (*regional carriers*), as companhias aéreas não regulares (*charter airlines*), os denominados modelos híbridos (*hybrid models*) e as companhias especialistas (*specialists*). A entrada das CABC veio revolucionar o mercado da aviação comercial, em que Portugal não foi exceção.

Em termos metodológicos, a análise comparativa será exploratória, descritiva e maioritariamente qualitativa, partindo da recolha de informação quantitativa sobre os voos operados de/para este aeroporto para os anos de 2005 e 2025, independentemente do modelo de avião e do número de voos efetuados para os diferentes mercados/destinos.

A informação trabalhada permite concluir uma total transformação no mercado aéreo no Porto, com o domínio das CABC em 2025, em detrimento dos modelos tradicionais. Constata-se igualmente uma maior abertura do mercado, com mais voos e mais destinos operados, com especial relevância no mercado europeu.

A análise comparativa temporal permite verificar as principais diferenças na evolução do mercado nos anos em análise, permitindo um enquadramento evolutivo dos modelos de negócio neste aeroporto, ao mesmo tempo que permitirá ao mercado um melhor planeamento e preparação para a captação e promoção de novos voos e novos mercados.

Apesar das muitas investigações sobre modelos de negócio em aviação comercial, não existe qualquer trabalho desta natureza, pelo que a mesma é original, atendendo ao horizonte temporal e ao aeroporto em causa.

**Palavras-chave:** Aeroporto do Porto; Companhias aéreas de baixo custo; *Low Cost Carriers*; Modelos de negócio em aviação comercial; Ryanair.

### Referências:

- Almeida, C., Costa, V., & Abrantes, J. (2020). Airline Business Models and Tourism Sector. In L. Carvalho, L. Calisto, & N. Gustavo (Eds.), *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry* (pp. 216-239). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9936-4.ch012>
- ICAO. (2018). *Manual on the regulation of International Air Transport* (3<sup>rd</sup> edition). Montreal, Canada: International Civil Aviation Organization.
- Magdalina, A., & Bouzaima, M. (2021). An empirical investigation of European airline business models: Classification and hybridization. *Journal of Air Transport Management*, 93, 102059. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102059>
- Majerová, V., & Jirásek, M. (2023). Flying high on low cost: Success in the low-cost airline industry. *PLoS ONE*, 18(12): e0294638. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294638>
- Vatankhah, S., Bamshad, V., Lohmann, G., & Shneikat, B. (2025). Airline business models as complex systems: assessing component interdependencies through interpretive structural modelling. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(2), 694–714. doi: <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2024-0060>

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS IN HOSPITALITY: ANALYSIS OF CURRENT USE IN HOTELS

Victor Alves **AFONSO** | Maria de Lurdes **Calisto**

Victor.Afonso@eshte.pt | Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, CiTUR – Centre for Tourism Research, Development and Innovation

Lurdes.calisto@eshte.pt | Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, CiTUR – Centre for Tourism Research, Development and Innovation

To analyse the implementation of Artificial Intelligence (AI) solutions in hotel units through case studies, identifying the technologies adopted, implementation processes, and results obtained in real operational contexts.

The study is grounded in the theory of technological innovation in services and the Technology Acceptance Model (TAM). It articulates them with the literature on digital transformation in hospitality. The concepts of automated personalisation, predictive analytics, and service automation are mobilised.

A multiple case study approach is employed, examining hotels that have implemented AI solutions through secondary data analysis. Data collection encompasses industry reports, corporate documentation, press releases, and academic publications. Cases are selected based on information richness and typological diversity, encompassing different hotel categories and geographical contexts. The analysis follows a systematic protocol, categorising AI applications by functional area and evaluating reported outcomes documented in the sources consulted.

The analysed cases reveal diversified use of AI. It includes chatbots in customer service, revenue management systems with machine learning, in-room virtual assistants, sentiment analysis for reputation management, among others. Results indicate improvements in guest satisfaction and operational efficiency. However, these are conditioned by factors such as investment size, team training, and organisational culture.

Practical contributions include empirical evidence on AI implementation practices in hospitality, offering managers practical guidance. Theoretically, the understanding of contextual factors influencing successful technology adoption in the sector is enriched.

Originality comes from the study's empirical approach based on real cases, surpassing predominantly conceptual studies, and from its integrated analysis of the organisational context, implementation process, and achieved results.

**Palavras-chave:** Artificial Intelligence; Hospitality; Case studies; Digital transformation; Technological innovation.

### Referências:

Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>

Lukanova, G., & Ilieva, G. (2019). Robots, artificial intelligence, and service automation in hotels. *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality*, 157-183. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191009>

Pillai, R., & Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199-3226. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0259>

Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>

## ATIVOS INTANGÍVEIS E CRESCIMENTO EMPRESARIAL: EVIDÊNCIA DE EMPRESAS DO SUL DA EUROPA

Georgette ANDRAZ | J. Rodrigo Guerreiro | Juan Antonio Torrecilla-García |  
Juan F. Prados-Castillo

gandraz@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

jrodrigo@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

juantorrecilla@uma.es | Universidad de Málaga

jfprados@ugr.es | Universidad de Granada

O presente estudo analisa o impacto dos ativos intangíveis no crescimento das empresas em economias do sul da Europa, distinguindo entre intangíveis (excluindo *goodwill*), *goodwill* e despesas em investigação e desenvolvimento, e avaliando os seus efeitos na variação das vendas, enquanto medida de crescimento empresarial.

A investigação baseia-se na Resource-Based View (Penrose, 1959; Barney, 1991), que destaca o papel dos recursos internos na vantagem competitiva. Os ativos intangíveis são considerados determinantes do desempenho empresarial, nomeadamente pelo seu contributo para a inovação.

Utiliza-se uma abordagem quantitativa com dados em painel de 470 empresas de Portugal, Espanha, Itália e Grécia, no período 2020–2024. A estimação é realizada através de modelos GLS com autocorrelação AR(1), controlando para heteroscedasticidade e efeitos entre painéis.

Os resultados mostram que os intangíveis apresentam um efeito positivo e significativo no crescimento empresarial. O *goodwill* evidencia uma relação não linear (em U invertido). As despesas em I&D apresentam um efeito negativo no curto prazo, refletindo o seu carácter de investimento associado à inovação. Verifica-se heterogeneidade entre países, sugerindo que o impacto dos ativos intangíveis depende do contexto económico, sendo os efeitos não significativos em Portugal e Grécia. Os resultados evidenciam a importância da gestão eficiente dos ativos intangíveis e da inovação, sublinhando a necessidade de adequar estratégias ao contexto económico.

O estudo contribui para a literatura sobre crescimento empresarial e ativos intangíveis ao analisar separadamente os seus componentes e ao evidenciar relações não lineares no crescimento empresarial em economias do sul da Europa, com implicações relevantes para gestores e decisores institucionais.

**Palavras-chave:** Ativos intangíveis; crescimento empresarial; *goodwill*; inovação; dados em painel

### Referências:

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.

Bianchini, S., Pellegrino, G., & Tamagni, F. (2018). Innovation strategies and firm growth: New longitudinal evidence from Spanish firms. *Industrial and Corporate Change*, 27(2), 387–412.

Falk, M. (2010). The impact of new goods and services on firm performance: Evidence from innovation activities. *Industrial and Corporate Change*, 19(2), 563–587.

Kostevc, Č., & Redek, T. (2022). Intangible assets and firm performance: Evidence from micro and SME firms. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 1–19.

Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.

## BUREAUCRACY IN THE AGE OF ALGORITHMS: REDEFINING ROLES, SKILLS, AND ACCOUNTABILITY

Ana-Maria BERCU

bercu@uaic.ro | Alexandru Ioan Cuza University of Iasi, Romania

This paper aims to reinterpret the impact of artificial intelligence (AI) on public organizations through the lens of traditional and contemporary public administration theories. Drawing on Weberian bureaucracy, New Public Management (NPM), Digital-Era Governance (DEG), and Public Value Theory, the study examines how AI reshapes bureaucratic roles, required competencies, and accountability arrangements, and assesses whether these transformations represent continuity or rupture with established theoretical models.

This study draws on Weberian bureaucracy, New Public Management (NPM), Digital-Era Governance (DEG), and Public Value Theory (PVT) to analyze AI's impact on public organizations. Weberian bureaucracy helps interpret how AI reshapes hierarchical roles and procedural rationality. NPM highlights efficiency and performance pressures driving AI adoption. DEG frames AI as a tool for integrated, digitally enabled service delivery. PVT provides a normative lens to evaluate whether AI creates public value, balancing efficiency with legitimacy, transparency, and trust. Together, these theories offer a conceptual basis for understanding hybrid bureaucracies, changing skill requirements, and distributed accountability in EU public administrations.

The paper adopts a conceptual-analytical approach based on a structured review and comparative synthesis of classical and contemporary literature. Core assumptions of Weberian bureaucracy, as hierarchy, rule-based authority, and professional expertise, NPM with managerial autonomy, performance orientation, and efficiency, DEG with integration, user-centeredness, and digital transformation, and Public Value Theory referring to the collective outcomes, legitimacy, and public interest, are systematically contrasted with emerging scholarship on algorithmic governance and AI-enabled administration.

The analysis indicates that AI simultaneously reinforces and reconfigures elements across all four theoretical traditions. AI strengthens Weberian logics of standardisation and procedural consistency, amplifies NPM's emphasis on efficiency and performance measurement, and supports DEG's focus on integrated and digitally enabled service delivery. From a Public Value perspective, AI introduces both opportunities to enhance service quality, accessibility, and responsiveness, and risks related to equity, bias, and erosion of trust. Bureaucratic roles increasingly shift from direct decision-making toward supervision, interpretation, and ethical oversight of algorithmic systems. Skills requirements expand beyond legal and administrative expertise to include data literacy, algorithmic awareness, and value-based judgment. Accountability becomes more multi-layered, extending from hierarchical control to shared responsibility across human and technical actors.

This framework indicates the relevance of the study and highlights both the theoretical implications for public administration scholarship and the empirical implications for analyzing AI-driven organizational change in public institutions. and empirical implications.

The originality of the research derives from combining traditional administrative theories with a novel focus on algorithmic actors and hybrid bureaucratic arrangements.

**Keywords:** Artificial Intelligence; Public administration; Bureaucratic transformation; Algorithmic governance; EU public policy.

### References:

- Alon-Barkat, S., & Busuioc, M. (2023). Human–AI interactions in public sector decision making: “Automation bias” and “Selective Adherence” to algorithmic advice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 33(1), 153–169. <https://doi.org/10.1093/jopart/muac007>
- Białyty, W. (2017). Digital Era Governance – a new chapter of public management theory and practice. *Mazowsze Studia Regionalne*. DOI: <https://doi.org/10.21858/msr.22.08>
- de Almeida, P. G. R., & dos Santos Júnior, C. D. (2025). Artificial intelligence governance: Understanding how public organizations implement it. *Government Information Quarterly*, 42(1), 102003. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2024.102003>
- Hjaltalin, I. T., & Sigurdarson, H. T. (2024). The strategic use of AI in the public sector: A public values analysis of national AI strategies. *Government Information Quarterly*, 41, 101914. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2024.101914>
- Jørgensen, T. B., & Bozeman, B. (2007). Public values. *American Review of Public Administration*. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0095399707300703>

## CAFÉ COM IDENTIDADE: COMO A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PODE PROMOVER O TURISMO DE EXPERIÊNCIA NA CHAPADA DIAMANTINA

Ilka Maria Escaliente **BIANCHINI** | Heitor Ferrari **Marback** | Breno Nunes Carvalho **Ferreira** | Yasmin dos Santos **Martins**

ilka.bianchini@ifs.edu.br | Instituto Federal de Sergipe – IFS - Brasil  
hfmarback@gmail.com | Centro Universitário Jorge Amado - Unijorje  
brenonunescarvalho@hotmail.com | Centro Universitário Jorge Amado - Unijorje  
yasminsoniks24@gmail.com | Centro Universitário Jorge Amado - Unijorje

Este estudo identificou iniciativas da agricultura familiar passíveis de serem negócios inovadores para o turismo na Chapada Diamantina – BA. O início das atividades turísticas na Chapada Diamantina ocorreu após o tombamento de Lençóis em 1973, mas somente a partir da década de 1990 que o local vivencia um crescimento relevante do turismo, passando a ser conhecido, recebendo visitantes (Marback, 2018). Segundo Bianchini, Russo e Santos “a indicação Geográfica – IG informa e certifica ao consumidor que uma mercadoria é produzida em um certo lugar e tem certas características que são ligadas ao local de produção...” (Bianchini, Russo & Santos, 2023). O café produzido na Chapada Diamantina ganhou destaque nacional e internacional pelas suas qualidades sensoriais, clima, altitude, luminosidade, qualidade da água e do solo da região, associadas às práticas produtivas dos agricultores locais, viabilizaram a Indicação Geográfica. Com esse reconhecimento é possível desenvolver o turismo de experiência nas propriedades rurais, gerando renda e possibilitando a experiência ao turista. A pesquisa bibliográfica descritiva e documental foi realizada nas bases de periódicos da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – CAPES, em teses, dissertações, artigos científicos, livros e artigos de periódicos científicos, seguida da pesquisa de campo. O instrumento de coleta de dados foi através do Google Forms, aplicado no mês de novembro de 2025, em propriedades de abrangência da IG. Foram obtidas 8 respostas de produtores dos municípios de Ibicoara, Mucugê e Piatã, na Chapada Diamantina (BA). Observou-se que os participantes possuem forte tradição na atividade cafeeira, com produtores de 3ª a 5ª geração, atuando desde 1983. Os resultados revelam grandes desafios para os produtores, associações e gestores públicos (i) Avaliar o papel da Aliança do Café da Chapada Diamantina e de outras partes interessadas no fomento e na governança entre cafeeira e turismo. (ii) Discutir o potencial de roteiros turísticos integrados, conectando propriedades e outros atrativos da região. (iii) Investigar os gargalos e desafios enfrentados pelos produtores que desejam ou já implementam o turismo de experiência. (iv) Analisar a percepção dos turistas que visitam essas propriedades, identificar suas motivações, satisfação e o impacto da experiência no consumo do café.

**Palavras-chaves:** Indicação geográfica; Turismo de experiência; Café da Chapada Diamantina; Desenvolvimento territorial.

### Referências:

- Bianchini, I. M., Russo, S. L., & Santos, N. Capítulo 5 Indicação Geográfica e a relação de satisfação das artesãs de rendas e bordados no nordeste do Brasil com suas associações.
- Garcia, D. S., Fittipaldi, D., & Jesus, D. L. N. D. (2022). Turismo de Experiência: relações entre territorialidade e desenvolvimento local em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, 23(4), 1125-1140.
- Maiorki, G. J., & Dallabrida, V. R. (2015). A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. *Interações (Campo Grande)*, 16(1), 13-25.
- Marback, H. F. (2018). Uma viagem exploratória pelo Vale do Pati: estudo sobre o acolhimento nos meios de hospedagem.

## O PERFIL DAS ARTESÃS DAS ASSOCIAÇÕES DE ARTESANATO COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE RENDAS E BORDADOS NO NORDESTE DO BRASIL: SATISFAÇÃO E DESAFIOS

Ilka Maria Escalante **BIANCHINI** | Norberto Nuno Pinto dos **Santos** |  
Suzana Leitão **Russo**

ilka.bianchini@ifs.edu.br | Instituto Federal de Sergipe – IFS - Brasil  
norgeo@ci.uc.pt | Universidade de Coimbra - Coimbra - Portugal  
suzana.ufs@hotmail.com | Instituto Federal do Piauí – PI - Brasil

Este estudo caracterizou o perfil das associadas das associações com o selo de Indicação Geográfica de Renda Irlandesa de Divina Pastora, Renascença do Cariri Paraibano e do Bordado Filé de Alagoas, no Nordeste do Brasil e verificou a satisfação delas com as Associações. A Propriedade Intelectual - PI é um ramo do direito que cuida das produções do intelecto humano (WIPO, 2016). No Brasil, a lei que regula direitos e obrigações da Propriedade Industrial – PI, é a Lei nº 9.279. (BRASIL, 1996; PINTO e PAIXÃO, 2018). Como esclarece Russo et al. (2011), a Indicação de Procedência - IP está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou prestação de dado serviço. A Denominação de Origem - DO que está relacionada com produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devem exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. A pesquisa bibliográfica descritiva e documental foi realizada nas bases de periódicos da Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior – CAPES, em teses, dissertações, artigos científicos, livros e artigos de periódicos científicos, seguida da pesquisa de campo. O Instrumento de coleta de dados foi através de entrevistas com questionários semiestruturados. Foram entrevistadas cento e vinte e cinco mulheres nas Associações de Rendas e Bordados com IG no Nordeste. Verificou-se um maior número de mulheres entre 36 e 55 anos, mas a faixa etária variou entre 19 a 78 anos, a maior escolaridade foi o ensino fundamental incompleto, e ensino médio completo. Observa-se que a renda familiar flutua entre meio salário-mínimo e um e meio salário-mínimo. As pesquisadas gostam das associações e de serem associadas. Os resultados revelam grandes desafios para as associações e gestores públicos (i) investir em treinamento sobre a Indicação Geográfica - IG, sobre os pontos e acabamentos das rendas e bordados, qualificação em gestão. (ii) abrir novos pontos e canais de vendas dos produtos. (iii) promover a valorização das artesãs no meio em que se encontram. (iv) divulgar e promover a Indicação Geográfica no país. Este estudo oferece contributos relevantes para a comunidade científica, gestores públicos e das associações.

**Palavras-chaves:** Indicação geográfica; Artesanato; Geração de renda; Associativismo; Pesquisa de satisfação.

### Referências:

- BRASIL, L. (1996). 9.279, de 14 de maio de 1996 (Código de Propriedade Industrial). *Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial*.
- INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. *Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016*.
- Pinto, J. C., & Paixão, A. E. A. (2018). Indicação Geográfica: um estudo sobre seus aspectos legais no Brasil. *Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação*, 2 (2), 71-79.
- Russo, S. L., Silva, G. F. D., & Nunes, M. A. S. N. (2012). Capacitação em inovação tecnológica para empresários.
- Birkbeck, C. D. (2016). The world intellectual property organization (WIPO): A reference guide. In *The World Intellectual Property Organization (WIPO)*. Edward Elgar Publishing.

## ADVANCES IN TECHNOLOGICAL INNOVATION FOR CLIMATE SUSTAINABILITY IN TOURISM: FICTION OR REALITY?

Josep **BOYRA** | Maria Belén **Goméz** | Xosé **Armesto** | Martí **Cors**

josepboyra@formaticbarcelona.com | Escola Universitària Formatic Barcelona - Universitat de Girona  
bgomez@ub.edu | Universitat de Barcelona  
armesto@ub.edu | Universitat de Barcelona  
marti.cors@ub.edu | Universitat de Barcelona

This study examines the challenges associated with climate change in the tourism sector and analyses the role of technological innovation, particularly artificial intelligence (AI), in supporting climate sustainability. The research also discusses whether current technological developments are sufficient to meet the sustainability goals established in the international Agenda 2030 within the prevailing global model of economic development.

The study draws on the literature on sustainable tourism and technological innovation. The rapid expansion of tourism, combined with advances in artificial intelligence, has increased competitiveness and tourism flows worldwide. While these technologies create opportunities for destination management and environmental monitoring, mass tourism continues to generate significant environmental pressures. Therefore, identifying strategies and management practices that support climate sustainability is essential to achieving the Sustainable Development Goals established in Agenda 2030.

This research adopts a qualitative literature review based on secondary data sources. Academic publications, policy reports and international institutional documents related to artificial intelligence, climate change and sustainable tourism are analysed in order to identify key research trends, theoretical approaches and existing knowledge gaps. This approach allows for a comprehensive understanding of the relationship between technological innovation and climate sustainability within the tourism sector.

The findings suggest that artificial intelligence can contribute to climate sustainability in tourism through improved data analysis, predictive modelling, optimisation of tourism flows and the development of smarter destination management systems. However, the study also highlights that technological innovation alone is insufficient to address the environmental challenges associated with the continued expansion of global tourism. Effective sustainability strategies require stronger integration between technological innovation, governance frameworks and sustainable tourism policies.

The research contributes to the ongoing debate on the role of digital transformation in sustainable tourism development. It highlights the importance of integrating technological innovation with environmental policy and tourism management strategies, while also identifying priority research areas related to the application of artificial intelligence in climate adaptation and sustainable destination management.

This research contributes to the literature by integrating artificial intelligence, tourism development and climate sustainability within the broader framework of the Agenda 2030 sustainability goals. It provides a conceptual perspective on the opportunities and limitations of technological innovation in addressing environmental challenges in the tourism sector

**Keywords:** Climate change; Digital era; Sustainable tourism management.

### References:

- Council of the European Union (2022). *European Agenda for Tourism 2030: Council conclusions*. ST-15441-2022-INIT. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/12/01/new-european-agenda-for-tourism/>
- European Commission (2025). Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Transition pathway for tourism – Taking stock of progress by 2024, Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/1096076>
- Gössling, S. & Scott, D. (2025). Tourist demand and destination development under climate change: complexities and perspectives, *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2543953>
- Such-Devesa, M. J., Aranda Cuéllar, P., Mas Pérez, V., & Ramón Rodríguez, A. B. (2025). Sustainability as a transversal dimension in tourism competitiveness: A critical review of the TTDI evolution. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*, 6(1), 063. <https://doi.org/10.24215/27186717e063>

## HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AND AI ADOPTION IN SEASONAL HOSPITALITY RECRUITMENT: A LEGITIMACY-BASED PERSPECTIVE

Maria BRÁS | Paulo Carrasco | Hugo Palácios da Silva

mbras@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
pcarrasq@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
hmsilva@ualg.pt | Universidade do Algarve

This study examines how Human Resource (HR) professionals in the hospitality sector perceive the adoption of Artificial Intelligence (AI), with a particular focus on chatbots used in seasonal recruitment and selection. Although technology adoption models such as the Technology Acceptance Model (TAM) and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) have been widely applied to explain AI adoption, their adequacy in high-contact service industries and seasonal labour markets remains unclear.

Drawing on a qualitative research design, the study is based on twelve semi-structured interviews with HR directors, recruitment managers and operations supervisors from hotels, resorts and leisure organisations operating in the Algarve, a highly seasonal tourism destination. Data were analysed using reflexive thematic analysis (RTA), combining TAM/UTAUT constructs with inductive insights related to trust, fairness and candidate experience.

The findings show that perceived usefulness and performance expectancy strongly support interest in AI-enabled recruitment under seasonal time pressure. However, adoption intentions are constrained by concerns regarding transparency, fairness and accountability. Human oversight emerges as a central condition for delegating recruitment tasks to AI systems, while candidate experience plays a key role in maintaining employer credibility in hospitality contexts.

The study contributes to hospitality and tourism management research by demonstrating that AI adoption in seasonal recruitment is shaped not only by efficiency considerations but also by ethical legitimacy and relational dynamics, supporting the relevance of hybrid, human-in-the-loop recruitment models.

**Keywords:** Artificial intelligence; Human resource management; Hospitality; Recruitment and selection; Reflexive Thematic Analysis.

## ECOSSISTEMA DE FINTECHS EM PORTUGAL: EVOLUÇÃO, DESAFIOS E REGULAÇÃO (2019 – 2023)

Afonso CALÇAS | Maria João Lima | Pedro Mares

230327026@estudantes.ips.pt | Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal.  
maria.lima@esce.ips.pt | Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal, CEFACE - Centro de Estudos Avançados em Gestão e Economia.  
pedro.mares@esce.ips.pt | Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal, CIEQV (Life Quality Research Centre).

O estudo analisa a evolução do ecossistema de fintechs em Portugal, avaliando a forma como os desafios estruturais se refletem nos indicadores económico-financeiros. Pretende-se caracterizar as principais áreas de atuação, identificar desafios recorrentes e compreender se o crescimento do ecossistema se traduz em maturação e consolidação financeira no período 2019-2023.

O estudo apoia-se na literatura que enquadra as fintech no contexto da transformação digital do setor financeiro. Consideram-se as abordagens que descrevem a evolução do setor no período pós-2008, os modelos de negócio fintech e a predominância do modelo B2B, bem como as verticais adotadas pela Portugal Fintech: Payments & Money Transfers, Lending & Credit, Insurtech e Regtech & Cybersecurity. O enquadramento integra ainda a discussão sobre os principais desafios estruturais à expansão das fintechs.

Adota-se uma abordagem quantitativa, complementada por análise documental. Utilizam-se dados da base SABI (2019-2023) e relatórios da Portugal Fintech (2019-2024), analisando quatro verticais através de indicadores como Volume de Negócios, EBITDA, Resultado Líquido, Capitais Próprios e Autonomia Financeira. Os dados são tratados por variações percentuais e absolutas e confrontados com a informação qualitativa setorial, permitindo uma leitura integrada da evolução do setor.

Os resultados evidenciam crescimento e progressiva maturação do ecossistema fintech português, refletidos no aumento do volume de negócios e no reforço dos capitais próprios. Contudo, este crescimento não se traduz em estabilidade de margens ou rentabilidade consistente, observando-se volatilidade nos resultados operacionais e fragilidades na autonomia financeira. Os padrões identificados são coerentes com os desafios estruturais referidos nos relatórios setoriais, sem permitir estabelecer relações causais diretas.

O estudo contribui ao quantificar tendências frequentemente descritas de forma qualitativa. Ao articular evidência económico-financeira com análise documental, clarifica fatores que condicionam a sustentabilidade e a escalabilidade das fintechs, distinguindo entre expansão do ecossistema e consolidação financeira. Os resultados são relevantes para investigadores, investidores e decisores públicos.

A originalidade reside na integração entre análise documental do ecossistema e evidência quantitativa económico-financeira, permitindo uma leitura articulada entre dinâmicas setoriais, enquadramento regulatório e desempenho das fintechs portuguesas.

**Palavras-chave:** Ecossistema Fintech; Desempenho financeiro; Transformação digital; Regulação; Portugal.

### Referências:

- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2015). *The evolution of FinTech: A new post-crisis paradigm*. *Georgetown Journal of International Law*, 47(4), 1271–1319.
- Boston Consulting Group. (2023). *Global fintech report 2023: Reimagining the future of finance*. Boston Consulting Group.
- European Commission. (2023). *Digital finance package: MiCA, PSD3/PSR and DORA*. European Union.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2018). *Digital finance and FinTech: Current research and future research directions*. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>
- Portugal Fintech. (2019–2024). *Portugal fintech reports*. Portugal Fintech.

## AI AS A STRATEGIC RESOURCE IN HOSPITALITY: A SYSTEMATIC REVIEW THROUGH THE RBV AND DYNAMIC CAPABILITIES LENS

Maria de Lurdes CALISTO | Victor Alves Afonso

Lurdes.calisto@eshte.pt | Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, CiTUR – Centre for Tourism Research, Development and Innovation.

Victor.Afonso@eshte.pt | Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, CiTUR – Centre for Tourism Research, Development and Innovation.

Artificial intelligence (AI) has become increasingly prominent in the hotel industry. However, the hospitality literature remains fragmented and largely technology-oriented, with limited theoretical integration regarding AI's strategic role within hotel organisations. This study aims to review the literature on how AI is conceptualised and operationalised as a strategic resource, and how it contributes to the development of dynamic capabilities that may support sustained competitive advantage for firms in the industry.

The study integrates the Resource-Based View (RBV) and the dynamic capabilities perspective. RBV provides a lens to assess whether AI-related resources may generate a competitive advantage through value, rarity, inimitability, and organisational embeddedness (VRIO). Since AI alone is unlikely to create sustained advantage without organisational adaptation, the dynamic capabilities perspective is used to explore how hotels develop the ability to sense, seize, and transform in response to AI-enabled opportunities and threats. These theoretical perspectives allow AI to be analysed as a strategic resource whose value depends on complementary capabilities and organisational conditions.

This study follows a Systematic Literature Review (SLR) design and adheres to the PRISMA 2020 guidelines. The search was conducted in WoS using terms related to AI, hospitality/hotels, and strategic management. Explicit inclusion and exclusion criteria were applied. Articles were screened in two stages (title/abstract and full text), and the final sample (29 articles) was analysed through thematic content analysis. Coding focused on: (1) conceptualisation of AI, (2) operationalisation of AI, (3) strategic outcomes, and (4) dynamic capability dimensions.

The preliminary findings suggest that AI is often conceptualised as a technological resource, associated with operational efficiency, service enhancement, personalisation, and sustainability-related performance. However, few studies explicitly frame AI as a strategic resource in RBV terms. AI appears to contribute to competitive advantages primarily through its interactions with organisational enablers, such as digital readiness, leadership, data integration, employee skills and knowledge management, and strategic alignment. From a dynamic capabilities perspective, AI primarily supports sensing and seizing. Transforming is an area that remains underexplored.

The study contributes by shifting the debate from AI adoption to AI resource orchestration, integrating RBV and dynamic capabilities to explain how AI creates organisational value. It also identifies important research gaps, including limited attention to VRIO conditions. For managers, the findings suggest that AI should be approached not merely as a technological investment but as a strategic resource that requires complementary assets and organisational redesign.

This study is original in reinterpreting AI in hospitality through the combined lenses of RBV and dynamic capabilities. While prior research has largely focused on adoption and service automation, this review offers a more strategic, theoretically integrated understanding of how AI may contribute to sustained competitive advantage.

**Keywords:** Artificial Intelligence; Competitive advantage; Dynamic capabilities; Hospitality; Resource-based view.

### References:

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., & Höepken, W. (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(12), 3514–3554. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2017-0461>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>

## UNDERSTANDING THE CONCEPT OF GREENWASHING

Raquel **CANÁRIO** | Margarida **Santos** | Manuela **Guerreiro**

rrcanario@ualg.pt | Universidade do Algarve  
mmsantos@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
mmguerre@ualg.pt | Universidade do Algarve

The growing environmental awareness has transformed sustainability into a priority for society and consequently for many industries. However, this evolution and environmental awareness have brought with it the emergence of the phenomenon of greenwashing, where brands and companies use marketing strategies to camouflage their practices and environmental footprints, and to enhance their image in the market, without adopting truly sustainable actions.

Over recent years, the concept of greenwashing has increasingly emerged as a topic of study for researchers, yet there is still no consensus on its definition within the academic community. Without a consensual, unanimous and clear definition and understanding of the concept, it becomes confusing and unclear how society can assess and identify greenwashing practices.

This study aims to understand the concept of greenwashing and attempt to define it in a way that is informative and enriching for the academic community. Through the analysis of several papers on the subject, the main thread of this research begins with the origin of the concept and ends with its definition.

The results of this study show the various definitions of the concept of greenwashing and bring together in its developed frameworks its characteristics, indicators, definitions, ways, drivers, types and levels in order to gather in a single framework, because the concept of greenwashing is very complex and multidisciplinary. This research concludes that the concept of greenwashing has various characteristics and dimensions, and that it is possible to bring them together in order to clarify and define its practices.

**Keywords:** Concepts; Definitions; False sustainability; Greenwashing; Green marketing, Misleading communication.

### References:

- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87.
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223-249.
- Marquis, C., Toffel, M. W., & Zhou, Y. (2016). Scrutiny, norms, and selective disclosure: A global study of greenwashing. *Organization Science*, 27(2), 483-504.
- Seele, P., & Gatti, L. (2017). Greenwashing revisited: In search of a typology and accusation-based definition incorporating legitimacy strategies. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 239-252. 22
- TerraChoice (2007) *Sins of Greenwashing*. Available at: <https://www.ul.com/insights/sins-greenwashing> (Accessed on 11 January 2026)

## A COMUNICAÇÃO EXISTENTE NAS ROLHAS DE CORTIÇA DAS GARRAFAS DE VINHO EM PORTUGAL

Helder Manuel Brito CARRASQUEIRA

hcarrasq@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, CiTUR-Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo

Apresenta-se o estudo da comunicação presente nas mensagens inseridas no cilindro da rolha de cortiça, enquanto vedante das garrafas de vinho.

É efetuado um aturado levantamento sobre os artigos e estudos científicos publicados sobre a temática das rolhas de cortiça aplicadas ao vinho existentes nas principais bases de dados internacionais. É explorada a questão do tricloroanisol e o seu uso como estratégia de comunicação na rolha. A comunicação de resultados é realizada com base no denominado diamante de Lendrevie.

Análise qualitativa e quantitativa dos itens/mensagens de uma amostra de 219 rolhas selecionadas a partir de uma recolha de 537 unidades, representativas das regiões vinícolas nacionais. São analisados os itens presentes por frequência; segmentados por produtor da rolha e do vinho (quintas e adegas cooperativas); por tipologia das mensagens e segmentadas pelo preço da respetiva garrafa. Acresce uma entrevista exploratória a profissional da comercialização de rolhas.

As rolhas de cortiça contêm mensagens do produtor da rolha e do produtor do vinho, que se complementam entre si e têm como objetivo credibilizar o produto rolha/vinho; acrescentam as mensagens dirigidas diretamente ao consumidor visando: a compra; a promoção da imagem do produtor e do seu posicionamento; criar e potenciar o efeito rede. Identificamos a existência de marketing de posicionamento, direto, relacional e a procura de feedback. Este género de comunicação está em crescendo. Em regra, quanto mais caro é o vinho na comercialização, menor é o número de ícones presentes nas rolhas. Em síntese, a presente investigação analisou a comunicação que se estabelece entre os vários *stakeholders*, tendo como veículo a rolha de cortiça.

A investigação fornece aos produtores de vinho e de rolhas uma análise de marketing com foco na comunicação desenvolvida nas rolhas. A mesma configura uma inovação pois não encontramos publicações que reflitam este tema.

A investigação é original e única a nível internacional.

**Palavras-chave:** Comunicação; Ícones; Mensagens; Rolha cortiça; Vinho.

### Referências:

Antão, A. F. B. (2023). *Why do brands matter for cork? Evidence on the role of brand in cork stoppers' consideration, trust, and purchase in the wine industry* (Master's thesis, Universidade Católica Portuguesa).

Escandon-Barbosa, D., & Rialp-Criado, J. (2019). The impact of the content of the label on the buying intention of a wine consumer. *Frontiers in Psychology*, 9, 2761.

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2018.02761/full>

Kerr, W. A. (2022). Uncorked? The dynamic interaction between the global markets for wine and corks. *Estey Journal of International Law and Trade Policy*, 23(2), 68–83.

Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. V. (2015). *Mercator da língua portuguesa: Teoria e prática do marketing*. Leya.

Rebelo, J., Lourenço-Gomes, L., Gonçalves, T., & Caldas, J. (2019). A hedonic price analysis for the Portuguese wine market: Does the distribution channel matter? *Journal of Applied Economics*, 22(1), 40–59.

<https://doi.org/10.1080/15140326.2018.1550596>

## GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS EM DESTINOS TURÍSTICOS COSTEIROS: ECONOMIA CIRCULAR, ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS E EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ÂMBITO DA AGENDA 2030

Luísa Margarida Cagica **CARVALHO** | Josiane Rodrigues dos **Santos** | Juliana Terluk **Kuchla** |  
Célia **Kozak** | Ronaldo José **Seramim**

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt | COST Action CA21103 – Circular B. Life Quality Research Centre (CIEQV), Instituto Politécnico de Setúbal (IPS).

josiane0609@hotmail.com | Central-West State University (UNICENTRO), Brasil & Instituto Politécnico de Setúbal (IPS)

juterluk@hotmail.com | Institute of Education, University of Lisbon, Portugal.

cgkkozak2001@yahoo.com.br | Central-West State University (UNICENTRO), Brasil.

ronaldoseramim@yahoo.com.br | State University of Western Paraná (UNIOESTE), Brasil & Instituto Politécnico de Setúbal (IPS).

O presente estudo tem como objetivo analisar a gestão de resíduos sólidos em destinos turísticos costeiros, considerando os efeitos do turismo sazonal na intensificação da produção de resíduos urbanos e marinhos e a sua relação com as alterações climáticas. Em contextos costeiros, zonas que se destacam como atrações turísticas e comerciais enfrentam desafios significativos na gestão de resíduos, uma vez que o aumento temporário do fluxo turístico sobrecarrega os sistemas locais e intensifica a produção de resíduos, configurando a gestão de resíduos como um desafio central para a sustentabilidade desses territórios (Arbulú et al., 2024; Herrera-Franco et al., 2024). A investigação fundamenta-se nos quadros teóricos da economia circular, do turismo sustentável e do desenvolvimento local, articulados com a literatura sobre *overtourism*, gestão de resíduos sólidos em zonas costeiras e alterações climáticas. Integra ainda os princípios da Agenda 2030 das Nações Unidas, com particular enfoque nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis), ODS 12 (Produção e Consumo Sustentáveis), ODS 13 (Ação Climática) e ODS 14 (Proteger a Vida Marinha), bem como contributos teóricos sobre empreendedorismo social e feminino em contextos costeiros. Do ponto de vista metodológico, adota-se uma abordagem qualitativa e exploratória, recorrendo ao método de estudo de caso (Yin, 2015). A investigação centra-se na iniciativa “Guardiãs do Sado”, desenvolvida no estuário do rio Sado, envolvendo mulheres pescadoras. A recolha de dados contempla entrevistas semiestruturadas, e para a análise a utilização de um *software* de análise de dados qualitativos MAXQDA, análise de conteúdo conforme Bardin (2016) e observação direta, permitindo analisar práticas de recolha, reutilização e transformação de resíduos plásticos provenientes das atividades pesqueira e turística, bem como os seus potenciais impactos económicos, sociais e ambientais. Pretende-se analisar de que modo práticas de economia circular articuladas com o empreendedorismo feminino podem contribuir para a promoção do turismo sustentável, para a mitigação de impactos ambientais e para o alinhamento com a Agenda 2030. Procura-se compreender a influência do turismo sazonal na tipologia e no volume de resíduos sólidos gerados em destinos costeiros, bem como o potencial das estratégias circulares na redução desses resíduos e na atenuação dos efeitos ambientais associados às alterações climáticas. Adicionalmente, pretende-se identificar os contributos do empreendedorismo feminino para o reforço do desenvolvimento local, a diversificação das fontes de rendimento e a promoção da sensibilização ambiental junto das comunidades locais e dos visitantes. Em termos de contributos esperados, o estudo pretende aprofundar a compreensão da articulação entre gestão de resíduos sólidos, economia circular e ação climática no contexto do turismo costeiro, oferecendo subsídios para a formulação de políticas públicas e estratégias de turismo sustentável alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.

**Palavras-chave:** Turismo sustentável; Gestão de resíduos sólidos; Alterações climáticas; Economia circular; Agenda 2030.

### Referências:

Arbulú, I., Rey-Maqueira, J., & Sastre, F. (2024). The impact of tourism and seasonality on different types of municipal solid waste (MSW) generation: The case of Ibiza. *Heliyon*, 10(13), e33894. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33894>

Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.

Herrera-Franco, G., Merchán-Sanmartín, B., Caicedo-Potosí, J., Briones Bitar, J., Berrezueta, E., & Carrión-Mero, P. (2024). A systematic review of coastal zone integrated waste management for sustainability strategies. *Environmental Research*, 245, 117968. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2023.117968>

Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos* [recurso eletrônico]. Tradução: Cristhian Matheus Herrera. 5. ed. Porto Alegre: Bookman Editora.

## INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO PATRIMÓNIO INDUSTRIAL: UMA ANÁLISE TRANSNACIONAL DO MEDITERRÂNEO

Ávaro DIAS | João Geraldes

Alvaro.Dias@iscte-iul.pt | BRU & ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

joao@geraldes.eu | Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora (CEFAGE-UE)  
& ISCAL - Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa

Esta investigação tem como objetivo avaliar criticamente o papel das tecnologias avançadas, nomeadamente Realidade Aumentada (AR), Realidade Virtual (VR), Inteligência Artificial (AI) e Internet of Things (IoT), na configuração da experiência turística no contexto do Smart Industrial Tourism (SMIT) no Mediterrâneo. Pretende-se compreender de que forma estas tecnologias contribuem para a criação de experiências mais imersivas, educativas e memoráveis, bem como para a diversificação e resiliência dos destinos turísticos mediterrânicos.

O estudo enquadra-se na literatura sobre economia da experiência (Pine & Gilmore, 1999), turismo inteligente e transformação digital do turismo (Gretzel et al., 2015), bem como nos contributos sobre experiência turística mediada por tecnologia e memorabilidade (Tussyadiah et al., 2018; Neuhofer et al., 2015). Adicionalmente, dialoga com a investigação sobre património industrial e autenticidade experiencial, discutindo o equilíbrio entre inovação tecnológica e preservação do significado cultural (Timothy, 2011).

Adota-se uma abordagem qualitativa multi-método, baseada na análise documental aprofundada dos principais outputs do projeto europeu SMITour, incluindo a Estratégia Comum para o Desenvolvimento do Smart Industrial Tourism no Mediterrâneo, o Catálogo de Práticas de Turismo Industrial e o Catálogo de Aplicações de Tecnologias Avançadas para o Turismo. A metodologia integra análise de conteúdo temática, síntese comparativa transnacional de 31 boas práticas tecnológicas e interpretação dos resultados dos processos colaborativos desenvolvidos nos Innovation Camps e roadmaps regionais.

Os resultados evidenciam que AR e VR são as tecnologias mais consolidadas na mediação da experiência turística industrial, permitindo reconstruções históricas, acesso a áreas inacessíveis e maior envolvimento cognitivo e emocional. A AI e o IoT surgem como tecnologias emergentes, com impacto relevante na personalização da experiência, gestão de fluxos e sustentabilidade operacional. Contudo, identificam-se desafios associados a custos, competências digitais e riscos de perda de autenticidade.

O estudo contribui empiricamente para a compreensão do valor experiencial das tecnologias avançadas no turismo industrial e, teoricamente, para o debate sobre tecnologia como facilitador, e não substituto, da autenticidade turística. As implicações são relevantes para decisores públicos, gestores de destinos e investigadores em turismo inteligente.

A originalidade reside na análise integrada, transnacional e empiricamente fundamentada do papel das tecnologias avançadas na experiência turística industrial no Mediterrâneo, articulando práticas, estratégia e inovação tecnológica num único enquadramento analítico.

**Palavras-chave:** Smart industrial tourism; Experiência turística; Tecnologias avançadas; Turismo inteligente; Mediterrâneo.

### Referências:

- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain. *Electronic markets*, 25(3), 243-254.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Channel View Publications.
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T. H., & Tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence, and attitude change. Empirical evidence from tourism. *Tourism Management*, 66, 140–154.

## GESTÃO DO TRABALHO POR TURNOS E BEM-ESTAR DOS TRABALHADORES: IMPACTOS NA QUALIDADE DO SONO, SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA NA INDÚSTRIA MINEIRA

Angélica **DORES** | Maria **Brás**

angelicadores20@gmail.com | FCHS-ESGHT-Universidade do Algarve  
mfbras@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

O trabalho por turnos é frequentemente indispensável à continuidade operacional em contextos industriais, mas está associado a riscos psicossociais com potenciais impactos na saúde e no bem-estar dos trabalhadores. O presente estudo analisou as percepções de trabalhadores de uma empresa da indústria mineira relativamente às implicações do trabalho por turnos na qualidade do sono, na saúde física e mental e na qualidade de vida, comparando colaboradores em regime de turnos com colaboradores em horário fixo. Foi adotada uma metodologia quantitativa, de natureza descritivo-comparativa e desenho transversal. A amostra não probabilística, por conveniência, integrou 104 trabalhadores, dos quais 70 desempenhavam funções em regime de turnos e 34 em horário fixo. A recolha de dados foi realizada através de questionário, sendo a análise estatística efetuada no software SPSS, recorrendo a testes não paramétricos (Mann-Whitney e Kruskal-Wallis). Os resultados evidenciaram diferenças estatisticamente significativas associadas ao regime de trabalho por turnos na qualidade do sono e na saúde mental, em comparação com o horário fixo. Não se observaram associações estatisticamente significativas com indicadores de saúde física nem com a qualidade de vida. Conclui-se que o trabalho por turnos constitui um fator crítico de risco psicossocial, sobretudo ao nível do sono e da saúde mental, reforçando a necessidade de intervenções organizacionais preventivas dirigidas a estes domínios.

**Palavras-chave:** riscos psicossociais; trabalho por turnos; sono; saúde mental; qualidade de vida.

## IMPACT OF TRANSFORMATIONAL AND TRANSACTIONAL LEADERSHIP ON EMPLOYEE PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT

Anna FELDMAN

anna.feldman@glion.edu | Glion Institute of Higher Education

This study examines how transformational and transactional leadership relate to employees' psychological empowerment in higher education. Psychological empowerment is conceptualised as an intrinsic motivational state comprising meaning, competence, self-determination, and impact. Drawing on the Full Range Leadership Model, the study tests whether perceived transformational and transactional leadership predict each empowerment dimension within a higher education context.

A cross-sectional survey design was used with 60 higher education professionals (academic and administrative roles). Leadership behaviours were measured using the Multifactor Leadership Questionnaire and psychological empowerment using Spreitzer's Psychological Empowerment Scale. Reliability testing, Pearson correlations, and linear regressions were conducted to assess relationships between leadership styles and the four empowerment dimensions.

Preliminary results show that transformational leadership is positively associated with self-determination ( $r = .295$ ,  $p = .022$ ) and impact ( $r = .383$ ,  $p = .003$ ). In regression analyses, transformational leadership significantly predicts impact ( $\beta = .411$ ,  $p = .004$ ;  $R^2 = .150$ ) and self-determination ( $\beta = .351$ ,  $p = .015$ ;  $R^2 = .100$ ) while transactional leadership does not significantly predict any empowerment dimension when transformational leadership is included. Models for competence and meaning are non-significant.

Preliminary findings suggest that in higher education, transformational behaviours are most consequential for autonomy and perceived influence rather than for work meaning or competence, which may already be high in professionalised settings. Preliminary implications are discussed for leadership development and empowerment-oriented practice in educational organisations.

## HOSPITALIDADE URBANA DIGITAL E SUSTENTABILIDADE: ARTICULAÇÕES ENTRE TURISMO E GESTÃO DE RESÍDUOS

Patrycia **FONSECA** | Fernando Krause **Rodrigues** | Claudio **Chiusoli**

patryciafonseca@unicentro.br | PPGDC (Unicentro)  
fernando\_jkrause@yahoo.com.br | Unicentro (PR)  
prof.claudio.unicentro@gmail.com | PPGDC (Unicentro)

O turismo contemporâneo configura-se como um sistema complexo e interdisciplinar, articulando dimensões econômicas, sociais, culturais e ambientais. Nesse cenário, a hospitalidade urbana digital e a gestão de resíduos assumem papel estratégico para a sustentabilidade dos destinos. O objetivo desta pesquisa é analisar como turismo e hospitalidade podem atuar como vetores de inovação socioambiental na gestão de resíduos, fortalecendo reputação, competitividade e alinhamento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A investigação fundamenta-se em uma base teórica que integra conceitos de turismo como sistema, hospitalidade urbana e economia circular, além de políticas públicas brasileiras e europeias voltadas para resíduos sólidos. A metodologia adotada é qualitativa, de caráter exploratório e analítico, baseada em revisão bibliográfica e documental. As principais contribuições indicam que a integração entre inovação tecnológica, hospitalidade urbana digital e políticas de resíduos fortalece a experiência turística, amplia a eficiência operacional e promove práticas de sustentabilidade. Como resultado, o estudo evidencia que destinos capazes de alinhar governança territorial, tecnologia e gestão ambiental consolidam-se como espaços resilientes e inclusivos, transformando o turismo em campo estratégico de inovação socioambiental e promovendo cidades mais sustentáveis e competitivas.

**Palavras-chave:** Gestão de Resíduos; Hospitalidade Urbana Digital; Turismo

## EcoLABEL AS A DRIVER OF CONSUMER EXPERIENCE AND VALUE CREATION IN GASTRONOMY AND OENOLOGY

Alexandra GONÇALVES | Ana Martins | Manuel Serra | Dolores Santos

marodrig@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

aimartin@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

maserra@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, CiTUR – Centre for Tourism Development and Innovation

dcsantos@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

This study examines how an Economic Sustainability Label (EcoLabel), adapted from the Economic Nutrition Label concept, can enhance consumer experience and value creation in gastronomy and oenology while promoting circular, locally embedded food systems. Building on the HoST Lab project, which developed and tested an economic label for innovative Mediterranean Diet products, the study extends this framework to customer experience, ESG strategies and neuromarketing.

Theoretically, the research draws on work on circular economy product labels and willingness to pay for more circular products (Boyer et al., 2020), sustainable regional food and wine pairing (Serra et al., 2021), and sustainable production and consumption policies in Europe (European Commission, 2020; CNADS, 2022), as well as neuromarketing and consumer neuroscience (Plassmann et al., 2015). The EcoLabel discloses the “economic ingredients” of food and wine products (labour, raw materials, overheads, profit margin and local economic impact) thereby answering “where does the money go?” and aligning with ESG reporting requirements and circular economy principles.

Methodologically, the study follows an exploratory mixed-method design. First, management accounting procedures and technical production sheets from HoST Lab Mediterranean Diet products (e.g., carob semifreddo, olive oil spread, cream cheese with carob gum) are used to construct EcoLabel metrics and visual layouts. Second, neuromarketing experiments (EEG, eye-tracking, GSR and complementary behavioural measures) in a dedicated laboratory will assess emotional and cognitive responses, attention patterns and willingness to pay when consumers interact with EcoLabel information in gastronomic and wine-tasting settings.

Preliminary evidence from HoST Lab indicates the feasibility and added value of economic labelling for hospitality products, with positive reactions from students, chefs and other stakeholders, and clear potential for replication across regions and sectors. Expected results include higher perceived value, greater propensity to choose labelled sustainable products, stronger engagement with local narratives and measurable contributions to ESG indicators at company and destination levels.

The study concludes that EcoLabel can operate as a strategic tool for restaurants, wineries and destinations, linking transparent economic information with enhanced customer experience, ESG communication and competitiveness. Its originality lies in combining detailed economic disclosure, Mediterranean Diet-based product innovation, ESG frameworks and neuromarketing within a single, practice-oriented model for sustainable gastronomy and oenology.

**Keywords:** Circular economy; Consumer experience; EcoLabel; ESG; Mediterranean diet.

### References:

Boyer, R. H. W., Hunka, A. D., Linder, M., Whalen, K. A., & Habibi, S. (2020). Product Labels for the Circular Economy: Are Customers Willing to Pay for Circular? *Sustainable Production and Consumption*, 27, 61–71. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.010>

CNADS. (2022). Relatório de Atividades 2022 – Conselho Nacional do Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável. <https://www.cnads.pt/images/documentos/relatorios/>

European Commission. (2020). A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe. COM (2020) 98. Document 52020DC0098. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0098>

Plassmann, H., Ramsøy, T. Z., & Milosavljevic, M. (2015). Branding the brain: A critical review and outlook. *Journal of Consumer Psychology*, 22(1), 18–36. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.11.010>

Serra, M., António, N., Henriques, C., & Afonso, C. M. (2021). Promoting Sustainability through Regional Food and Wine Pairing. *Sustainability*, 13(24), 13759. <https://doi.org/10.3390/su132413759>

## DETERMINANTES DA PERFORMANCE FINANCEIRA NO SETOR DA AMÊNDOA EM PORTUGAL: UMA ANÁLISE COM DADOS EM PAINEL

Matilde GUERREIRO | Maria Basílio | Carlos Borralho

matildebguerreiro@gmail.com | Instituto Politécnico de Beja

maria.basilio@esce.ips.pt | School of Business Sciences, Polytechnic Institute of Setúbal, CIEQV: Life Quality Research Centre | CEOS.PP

cborralho@ipbeja.pt | School of Technology and Management, Polytechnic Institute of Beja, CEOS.PP

O objetivo da investigação é identificar os fatores determinantes da performance económica e financeira das empresas que operam no setor da amêndoa em Portugal. Pretende-se analisar de que forma características empresariais, como a dimensão, idade, estrutura de ativos e endividamento, influenciam a rentabilidade das empresas, medida essencialmente através do *Return on Assets* (ROA).

O enquadramento teórico baseia-se na literatura sobre performance financeira e análise económico-financeira das empresas, com particular destaque para a utilização de indicadores de rentabilidade, como o ROA e o ROE, enquanto medidas da eficiência na utilização dos recursos. Complementarmente, recorre-se à literatura empírica sobre os determinantes da performance financeira, nomeadamente estudos aplicados a empresas agrícolas e agroalimentares, bem como às abordagens teóricas associadas à dimensão empresarial, estrutura de capital e ciclo de vida (Alarussi & Alhaderi, 2018; Arias et al., 2020; Supriyadi & Terbuka, 2021; Coelho, 2023; González-Fernández et al., 2023).

A investigação adota metodologia quantitativa, suportada por modelos de regressão para dados em painel. A amostra é constituída por 155 empresas portuguesas classificadas no CAE 01251, no período de 2019 a 2023, com dados recolhidos da base de dados SABI. Foram estimados modelos pooled OLS, efeitos fixos e efeitos aleatórios, tendo o modelo de efeitos fixos sido selecionado como o mais adequado, com base nos testes F, Breusch-Pagan e Hausman.

Os resultados evidenciam que, em média, a rentabilidade do ativo é negativa, refletindo as especificidades do ciclo produtivo da amêndoa, caracterizado por elevados investimentos iniciais e retorno diferido. Verificou-se que a dimensão das empresas influencia positivamente a performance financeira, enquanto a idade, a tangibilidade dos ativos e o endividamento apresentam um impacto negativo e estatisticamente significativo. As restantes variáveis analisadas não revelaram efeitos relevantes na explicação da rentabilidade.

O estudo contribui para o aprofundamento do conhecimento sobre um setor agrícola emergente em Portugal, fornecendo evidência empírica relevante para gestores, investidores e decisores políticos. Do ponto de vista teórico, alarga a literatura sobre performance financeira em setores agrícolas não tradicionais, colmatando uma lacuna existente no contexto nacional.

A originalidade da investigação reside na análise empírica da performance financeira do setor da amêndoa em Portugal, um setor ainda pouco explorado na literatura, através da aplicação de modelos de dados em painel a um período recente, marcado por elevada incerteza económica.

**Palavras-chave:** Performance financeira; Return on assets; Amêndoa.

### Referências:

Alarussi, A. S., & Alhaderi, S. M. (2018). Factors affecting profitability in Malaysia. *Journal of Economic Studies*, 45(3), 442-458. <https://doi.org/10.1108/JES-05-2017-0124>

Arias, M. E., Alarcón, S. L., & Fera, J. J. (2020). Rentabilidad de las empresas agrarias colombianas y sus determinantes sectoriales y de localización. *Espacios*, 41(45), 1-9. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p01>

Coelho, I. F. (2023). *Fatores determinantes da performance financeira: o caso das unidades de saúde portuguesas*. Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade da Beira Interior.

González-Fernández, A. I., Rubio-Misas, M., & Ruiz, F. (2023). Goal programming to evaluate the profile of the most profitable insurers: an application to the Spanish insurance industry. *International Transactions in Operational*, 27(6), 2976-3006.

Supriyadi, T., & Terbuka, U. (2021). Effect of return on assets (ROA), return on equity (ROE) and net profit margin (npm) on the company's value in manufacturing companies listed on the Indonesia securities year 2016-2019. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(4), 219-228. [https://doi.org/Disponível em: https://ijebmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2021/IJEBMR\\_736.pdf](https://doi.org/Disponível em: https://ijebmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2021/IJEBMR_736.pdf)

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND THE ORGANIZATIONAL TRANSFORMATION OF HOTEL REVENUE MANAGEMENT

Nuno GUSTAVO | Miguel Belo | Catarina Nunes

nuno.gustavo@eshte.pt | Estoril Higher Institute for Tourism and Hotel Studies, CiTUR – Center for Tourism Research, Development, and Innovation

miguel.belo@eshte.pt | Estoril Higher Institute for Tourism and Hotel Studies, CiTUR – Center for Tourism Research, Development, and Innovation

catarina.nunes@eshte.pt | Estoril Higher Institute for Tourism and Hotel Studies, CiTUR – Center for Tourism Research, Development, and Innovation

This study examines how artificial intelligence (AI) is reshaping hotel revenue management as an evolving organizational capability. It focuses on three closely related dimensions: (1) the emergence of AI-supported open pricing structures, (2) the repositioning of the revenue management function within hotel organizations, and (3) to examine how algorithm-supported decision environments reshape the skill set required of revenue managers.

AI is starting to play a bigger role in how decisions are made across service industries, especially in data-heavy areas like revenue management. In hospitality, recent studies point to a clear rise in research on AI, particularly in forecasting, price optimization, and decision-support tools (Knani et al., 2022).

Open pricing which can be described as a critical step in this evolution, allowing hotels to adjust prices dynamically across room types, distribution channels, customer segments and length-of-stay conditions (Talón-Ballesteros et al., 2022). At the organizational level, prior studies indicate that the positioning of revenue management (RM), its integration with other departments and the sophistication of decision-support systems significantly influence decision quality and performance outcomes (Xu et al., 2019; Sun et al., 2025). As a result, the role of the revenue manager is becoming more focused on interpreting data, coordinating across teams, and supporting strategic decisions, which makes it important to further explore how these changes affect organizational performance and the quality of decisions (Cetin et al., 2016).

The study follows a conceptual approach, based on a structured and interpretive review of the literature. Only peer-reviewed journal articles published in English between 2010 and 2025 were considered. The search was carried out using the Scopus advanced search function, combining the terms “revenue management”, “dynamic pricing”, “artificial intelligence”, and “hotel management”.

A two-stage selection process was used. First, the full set of 414 articles was considered to understand how the field has evolved over time. Then, a subset of 154 articles was selected for closer analysis, based on their direct relevance to hotel revenue management, pricing, AI-based decision systems, and organizational aspects.

The material was analysed through a thematic approach, focusing on three main areas: the shift toward more open and dynamic pricing models, the growing use of forecasting and data-driven decision systems, and changes in how revenue management is organized, including the roles and skills required from managers.

The findings indicate that AI-enabled RM systems are shifting pricing practices from rule-based and historically oriented approaches toward continuous, data-driven, and algorithm-supported decision processes. This shift is accompanied by a growing integration of forecasting, pricing, and distribution decisions within unified systems.

At the organizational level, RM is increasingly repositioned as a strategic capability rather than an operational reporting function. Revenue managers are moving toward hybrid roles that combine the interpretation of algorithmic outputs with the coordination of pricing decisions across multiple functions.

The adoption of AI in RM represents more than a technological upgrade. It requires changes in organizational structures, data infrastructures, and decision processes, as well as the development of advanced analytical and strategic competencies among revenue management professionals.

This study contributes by framing AI-driven revenue management as a process of organizational transformation. It links the emergence of open pricing architectures with changes in roles, decision processes, and competencies, and proposes an integrated perspective of revenue management as a socio-technical capability within AI-enabled hotel organizations.

**Keywords:** Artificial intelligence; Competencies; Hospitality; Open pricing; Organizational Transformation, Revenue Management.

#### References:

- Erdem, M., & Jiang, L. (2016). An overview of hotel revenue management research and emerging key patterns in the third millennium. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(3), 300–312. <https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2014-0058>
- Knani, M., Echchakoui, S., & Ladhari, R. (2022). Artificial intelligence in tourism and hospitality: Bibliometric analysis and research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103317. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103317>
- Sun, L., Schuckert, M. R., & Hon, A. H. Y. (2025). Enhancing organizational structures for revenue management in small and medium-sized independent hotels: Evidence from China. *International Journal of Hospitality Management*, 127, 104122. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104122>
- Talón-Ballesteros, P., Nieto-García, M., & González-Serrano, L. (2022). The wheel of dynamic pricing: Towards open pricing and one-to-one pricing in hotel revenue management. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103184. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103184>
- Xu, X., Zhang, L., Baker, T., Harrington, R. J., & Marlowe, B. (2019). Drivers of degree of sophistication in hotel revenue management decision support systems. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 123–139. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.12.005>

## BEHAVIORAL INTENTIONS OF BRAZILIAN FAMILY FARMERS: DIVERSIFICATION AND PRODUCTIVE SPECIALIZATION DECISIONS IN WESTERN PARANÁ BASED ON THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

Tiago Fernando **HANSEL** | Geysler Rogis Flor **Bertolini** | Ivano **Ribeiro** |  
Silvio Roberto **Stéfani**

tiago.hansel@unioeste.br | Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
geysler.bertolini@unioeste.br | Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
ivano.ribeiro@unioeste.br | Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
silviostefano@unicentro.br | Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná

Family farming plays a central role in Brazilian rural development, accounting for a significant share of food production and rural employment. In this context, the decision between productive diversification and specialization constitutes a complex process influenced by economic, social, cultural, and psychological factors. This study aims to analyze the behavioral intentions of family farmers in the choice between diversification and productive specialization, based on the Theory of Planned Behavior. The research adopts an applied and exploratory design with a qualitative approach, using semi-structured interviews conducted with family farmers operating diversified and specialized production systems in municipalities of Western Paraná, Brazil. Data were analyzed through content analysis with the support of MAXQDA software. The results indicate that farmers engaged in diversified production systems show no intention of shifting toward specialization, whereas only a small proportion of specialized farmers express an intention to diversify. Perceived behavioral control emerged as the most influential factor in shaping behavioral intentions, followed by attitude and subjective norms. The findings suggest that the Theory of Planned Behavior is suitable for understanding decision-making intentions in family farming, providing relevant insights for public policies and rural extension initiatives.

**Keywords:** Human behavior; Rural productive strategies; Decision-making processes; Rural sustainability; Behavioral planning.

## DIGITALISATION AND DIGITAL SKILLS NEEDS IN MICRO-ENTERPRISES IN THE COASTAL TOURISM SECTOR: EMPIRICAL EVIDENCE FROM THE DIBEST PROJECT

Susana **IMAGIÁRIO** | Eurídice **Cristo** | Dina **Santos** | Joana **Germano** | Sofia **Vairinho** |  
Hugo **Barros** | Ana Isabel **Martins**

ssimaginario@ualg.pt | ESEC - Universidade do Algarve  
emcristo@ualg.pt | CRIA - Universidade do Algarve  
dcsantos@ualg.pt | CRIA - Universidade do Algarve  
joanagermano@nera.pt | NERA - Algarve Region Business Association  
svairinho@ualg.pt | CRIA - Universidade do Algarve; CinTurs  
hfbarros@ualg.pt | CRIA - Universidade do Algarve; CinTurs  
aimartins@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

Digitalisation plays a central role in the transformation of the tourism sector, particularly among micro-enterprises located in European coastal regions, which are characterised by strong seasonality, high dependence on international markets and limited resources.

This paper analyses the level of digitalisation and the digital skills needs of coastal tourism micro-enterprises, drawing on empirical evidence collected within the European DIBEST project. A mixed-methods approach was adopted, combining documental analysis, focus groups with key tourism ecosystem stakeholders and a survey administered to 190 micro-enterprises in France, Ireland, Portugal and Spain.

The findings identify three distinct digital maturity profiles—low, intermediate and high—revealing a heterogeneous pattern of technology adoption and significant gaps in strategic digital skills. Although basic digital tools are widely used, notable weaknesses persist in areas such as advanced e-commerce, data analysis and emerging digital technologies. Training priorities are mainly focused on digital communication, marketing and online sales, with a clear preference for flexible, modular and short-duration learning formats.

The study concludes that the design and implementation of segmented digital training programmes, aligned with the identified maturity levels, are essential to enhance the competitiveness, resilience and long-term sustainability of coastal tourism micro-enterprises.

**Keywords:** Digital skills; Digitalisation; Micro-enterprises; the DIBEST project; Tourism.

## DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO: TECNOLOGIAS SOCIAIS PARA A GESTÃO DAS ÁGUAS E RESÍDUOS DE SERVIÇOS DA SAÚDE EM COMUNIDADES HOSPITALARES NA MESORREGIÃO SUDESTE PARANAENSE

Reinaldo KNOREK | Keila Faria

reinaldok1966@gmail.com | Universidade Estadual do Centro Oeste -UNICENTRO  
fariakeila1312gmail.com | Universidade Estadual do Centro Oeste -UNICENTRO

Esta investigação tem por objetivo um estudo localizado na mesorregião geográfica do Sudeste Paranaense, Brasil, nos municípios de Prudentópolis, Irati, União da Vitória e São Mateus do Sul.

Com a Resolução CONAMA nº 005/93, exige que instituições de saúde elaborem Planos de Gerenciamento de Resíduos em Serviços de Saúde (PGRSS), sendo uma ferramenta importante para a implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Baima e Guzzo (2020) advertem que o desenvolvimento comunitário envolve o fortalecimento da cidadania, a conscientização crítica e a participação ativa dos moradores nas decisões coletivas. Marcon e Stéfani (2023) destacam que a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável estabelece objetivos, metas e indicadores que beneficiem pessoas e o planeta. Destaca-se os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº 6, que trata da água potável e saneamento, e nº 11, que aborda a redução per capita de resíduos, ambos são fundamentais para o desenvolvimento das comunidades hospitalares. Fernandes; Souza, (2024) afirmam que as Tecnologias Sociais (TS) propõem uma perspectiva pós-colonial, priorizando modelos de desenvolvimento sustentável e transformação social. Diversas tecnologias sociais são empregadas no tratamento de esgoto, incluindo processos biológicos, químicos e físico-químicos, entre outros.

A metodologia dessa investigação parte da corrente filosófica do positivismo, em que dados podem contribuir com o objetivo e análises sobre o uso de tecnologias sociais na gestão e destino dos RSS nas comunidades hospitalares. Quanto à natureza da pesquisa, é aplicada. Quanto aos objetivos, a abordagem é exploratório-descritiva. Por fim, à apreciação dos dados, o método utilizado e a análise é quali-quantitativa.

Os resultados desta investigação estão na promoção da saúde e minimização da possibilidade de proliferação de vetores, devido à disposição inadequada do uso das águas e destino dos resíduos de serviços da saúde. Melhoria na qualidade de vida por orientação sobre o correto manejo dos resíduos sólidos. Promoção do uso de tecnologias sociais em comunidades hospitalares; Aumento da vida útil de aterros sanitários devido a minimização de resíduos recicláveis e orgânicos.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento comunitário; Gestão de Resíduos Sólidos, Resíduos de Serviços da Saúde (RSS); Tecnologias Sociais (TS), Territórios.

### Referências:

- Baima, I. S.; Guzzo, R. S. L. (2020). Psicologia Comunitária e Participação: Apontamentos Históricos e Considerações sobre o Modelo do Desenvolvimento Comunitário. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, vol. 3, p. 1808-4281, 2020
- CONAMA (maio de 2005). Resolução CONAMA nº 358, de 29 de abril de 2005 Publicada no DOU nº 84, de 4 de maio de 2005, Seção 1, páginas 63-65. Gestão de Resíduos e Produtos Perigosos.
- Fernandes, J. A. L.; Souza, A. C. A. A. (2024). Comunidades e Tecnologias Sociais na Concepção de Modelos de Negócios Sustentáveis na Amazônia – O Caso da Tribo. *Revista de Administração Contemporânea*, vol. 28, n. 6.
- Marcon, K. C. A.; Stéfani, S. R. (2023). Coleta conteneurizada de resíduos sólidos em uma cidade do interior do Paraná e suas implicações para o cumprimento da ODS 11. *MIX SUSTENTÁVEL (PRINT)*, v. 9, p. 17-30.

## EARNINGS MANAGEMENT AND ESGWASHING UNDER VOLUNTARY INTEGRATED REPORTING: EUROPEAN EVIDENCE

Miguel G. LUZIA | Inna C. S. Paiva | Rúben M. T. Peixinho

mgluzia@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

inna\_paiva@iscte-iul.pt | Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Business Research Unit (BRU-IUL)

rpeixinh@ualg.pt | Faculty of Economics, Universidade do Algarve, CEFAGE-UAIG

This study examines whether ESGwashing operates as an alternative channel of managerial discretion in Europe, testing whether symbolic sustainability disclosure substitutes for earnings management (EM). It further evaluates whether voluntary Integrated Reporting (IR) adoption and regulatory quality (RQ) constrain discretionary behaviour.

Anchored in agency theory (Jensen & Meckling, 1976), earnings management (EM) reflects opportunistic managerial discretion arising from information asymmetry. Legitimacy theory (Suchman, 1995) explains why firms facing performance expectation misalignment may resort to symbolic sustainability disclosure. ESGwashing is conceptualised as a strategic gap between ESG disclosure and underlying performance (Lyon & Montgomery, 2015), allowing managers to reallocate impression management efforts from financial statement manipulation to narrative-based sustainability communication. Voluntary IR introduces an integrative reporting architecture designed to connect financial and non-financial performance. However, its discretionary and largely unaudited nature creates institutional ambiguity. Regulatory quality operates as a structural enforcement mechanism that increases the expected costs of opportunistic reporting behaviour.

The analysis uses 3,285 firm-year observations from nonfinancial STOXX Europe 600 firms (2013–2020). EM is measured through a composite index integrating accrual-based and real earnings management, capturing substitution between reporting tools (Zang, 2012). ESGwashing is calculated as the standardised disclosure–performance gap following Yu et al. (2020). Panel regressions with random effects, financial and governance controls, and industry and year fixed effects are estimated, with alternative EM proxies used for robustness.

Evidence supports a substitution mechanism: higher ESGwashing, particularly in the environmental dimension, is associated with lower EM. Voluntary IR adoption is negatively associated with EM, suggesting a governance effect, while RQ directly constrains EM. However, neither IR nor RQ fully eliminates discretion reallocation across reporting domains.

The results indicate that managerial opportunism may migrate between financial and sustainability reporting channels. Strengthening enforcement and assurance is therefore essential to ensure that reductions in EM reflect genuine transparency rather than narrative substitution.

This study provides the first large-scale European evidence linking ESGwashing, EM, voluntary IR, and regulatory quality within a unified discretionary reporting framework.

**Keywords:** Earnings management; ESGwashing; Integrated reporting; Regulatory quality and European companies.

### References:

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure, *Journal of Accounting and Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)

Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The Means and End of Greenwash, *Organization & Environment*, 28(2), 223–249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches, *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>

Yu, E. P., Luu, B. V., & Chen, C. H. (2020). Greenwashing in environmental, social and governance disclosures, *Research in International Business and Finance*, 52, 101192. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101192>

Zang, A. Y. (2012). Evidence on the trade-off between real activities manipulation and accrual-based earnings management, *The Accounting Review*, 87(2), 675–703. <https://doi.org/10.2308/accr10196>

## SERVICE FAILURE AND RECOVERY IN AI DRIVEN HOSPITALITY

Xin Yu MA | Henrique Fátima Boyol Ngan

h240282@utm.edu.mo | Macao University of Tourism (UTM)

henrique@utm.edu.mo | Macao University of Tourism (UTM)

This study examines how three service recovery strategies - compensation, empathy, and service provider identity disclosure influence customer recovery satisfaction and customer loyalty in AI-driven hospitality contexts. It investigates which dimension of perceived justice most effectively restores customer outcomes following AI service failure.

According to justice theory (Tax et al., 1998), there are three components that determine the perception of justice: distributive justice (compensation), interactional justice (empathy), and procedural justice (identity disclosure), which explain how customers shape post-failure evaluations. In the new era of AI, disclosing the service agent's identity may trigger negative attributions, as customers perceive AI limitations (Luo et al., 2019), potentially undermining the effectiveness of recovery.

A 2 (compensation: yes/no) × 2 (empathy: yes/no) × 3 (identity disclosure: none/AI/human) between-subjects factorial experiment was conducted using scenario-based surveys depicting a hotel reservation failure. A total of 701 valid responses were collected via online distribution. Recovery satisfaction ( $\alpha = .931$ ) and customer loyalty ( $\alpha = .871$ ) were measured using three-item seven-point Likert scales. Data were analyzed using three-way between-subjects ANOVA with Tukey HSD and Scheffé post hoc tests.

Compensation emerged as the dominant driver of both recovery satisfaction ( $F(1, 689) = 68.113, p < .001, \eta^2 = .090$ ) and customer loyalty ( $F(1, 689) = 36.304, p < .001, \eta^2 = .050$ ). Identity disclosure significantly influenced recovery satisfaction ( $F(2, 689) = 3.123, p = .045$ ), with human-disclosed recovery yielding significantly higher satisfaction than no disclosure ( $p = .030$ ), while AI disclosure did not differ significantly from either condition. Empathy showed no significant main effect on either outcome, and no interaction effects reached significance.

Distributive justice through tangible compensation is the most effective recovery strategy in AI-driven service contexts. The results show that identity disclosure during the service recovery may not yield beneficial outcomes (when compared to non-disclosure). Hospitality managers should instead prioritize compensation and carefully evaluate identity-disclosure policies when deploying AI service-recovery agents.

This study is among the first to simultaneously test all three dimensions of justice theory through a full-factorial experimental design in an AI-driven service failure and recovery context, providing empirical evidence on the relative effectiveness of each dimension and the role of AI identity disclosure.

**Keywords:** AI Disclosure; Customer loyalty; Justice theory; Service failure recovery; Service recovery satisfaction.

### References:

- Luo, X., Tong, S., Fang, Z., & Qu, Z. (2019). Frontiers: Machines vs. humans: The impact of artificial intelligence chatbot disclosure on customer purchases. *Marketing Science*, 38(6), 937–947. <https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1192>
- Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekar, M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: Implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(2), 60–76. <https://doi.org/10.1177/002224299806200205>

## QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO SOB O ENFOQUE DO MODELO INTEGRADOR BPSO COM JUSTIÇA ORGANIZACIONAL PARA O BEM-ESTAR NO SERVIÇO POLICIAL: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE A POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ E AS POLÍCIAS OSTENSIVAS PORTUGUESAS

Paulo Cesar **MARCONDES** | Erivelton Fontana de **Laat** | Maria Helena Gonçalves **Martins**

pvmarcondes73@gmail.com | Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro)

eriveltonlaat@hotmail.com | Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro)

helena.martins@esce.ips.pt | Instituto Politécnico de Setúbal

Este estudo visa analisar e comparar a literatura existente sobre Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) em organizações policiais do Brasil e de Portugal. A análise é conduzida à luz do modelo integrador Biopsicossocial e Organizacional (BPSO) articulado com o conceito de justiça organizacional, procurando identificar fatores organizacionais associados ao bem-estar ocupacional nestas instituições.

A investigação adota uma abordagem multidimensional da QVT baseada no modelo integrador BPSO, em articulação com a teoria da justiça organizacional, um elemento central na percepção de equidade e legitimidade nas organizações. Em contextos policiais, caracterizados por elevada exigência emocional, exposição a risco e forte hierarquia institucional, a articulação entre QVT e justiça organizacional torna-se particularmente relevante para a promoção do bem-estar ocupacional, eficiência institucional e sustentabilidade organizacional (Andrade, 2016; Marcondes, 2021; Organização das Nações Unidas, 2015).

O estudo consiste numa revisão de literatura comparativa, incidindo sobre investigações académicas e estudos empíricos relativos às forças policiais ostensivas em Portugal e no Brasil. A revisão procura identificar convergências e divergências na literatura relativamente aos fatores associados à QVT, com base nas dimensões do modelo BPSO e nas dimensões da justiça organizacional.

A revisão evidencia que a QVT em contextos policiais está fortemente associada a fatores organizacionais. A análise comparativa sugere que, apesar de diferenças institucionais entre Brasil e Portugal, existem desafios comuns associados à natureza exigente do trabalho policial e à necessidade de políticas organizacionais que promovam ambientes de trabalho sustentáveis.

O estudo contribui para ampliar a aplicação do modelo BPSO articulado com a justiça organizacional no campo da gestão pública. Os resultados sugerem o desenvolvimento de políticas de gestão de pessoas orientadas ao bem-estar ocupacional, a saúde organizacional e o reforço da legitimidade institucional das forças de segurança.

A originalidade da investigação reside na abordagem comparativa entre os contextos policiais brasileiro e português e contribui para uma compreensão mais integrada da gestão do bem-estar no setor público através do modelo BPSO articulado com a justiça organizacional como estrutura analítica para interpretar a literatura existente.

**Palavras-chave:** Bem-estar; Desenvolvimento sustentável; Qualidade de vida no trabalho; Justiça organizacional; Segurança pública.

### Referências:

Andrade, S. M. (2016). *Qualidade de vida no trabalho: Proposta de um modelo integrador do BPSO com justiça organizacional para o bem-estar dos servidores públicos* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo]. <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-02062016-111232/>

Marcondes, P. C. (2021). *Qualidade de vida no trabalho sob o enfoque do modelo integrador BPSO com justiça organizacional para o bem-estar: Os policiais militares do Paraná* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual do Centro-Oeste]. <http://tede.unicentro.br:8080/jspui/handle/jspui/1771>

Organização das Nações Unidas. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

## DETERMINANTES DA ESTRUTURA DE CAPITAL DAS PME PORTUGUESAS AO LONGO DO CICLO DE VIDA: EVIDÊNCIA EMPÍRICA À LUZ DAS TEORIAS *TRADE-OFF* E *PECKING ORDER*

Fernanda **MATIAS** | Sandra **Rebello** | Telma **Correia**

mformatias@ualg.pt | ESGHT-Universidade do Algarve; CEFAGE  
srebello@ualg.pt | ESGHT-Universidade do Algarve; CITUR  
tcorreia@ualg.pt | ESGHT-Universidade do Algarve; CEFAGE

Este estudo investiga os determinantes da estrutura de capital das PME portuguesas ao longo do seu ciclo de vida, analisa o efeito do ciclo de vida na estrutura de capital e avalia a aderência às principais teorias da estrutura de capital, nomeadamente a teoria do *trade-off* (TOT) e a teoria da *pecking order* (POT).

A literatura tem privilegiado variáveis financeiras como determinantes da estrutura de capital (Kumar et al. 2020) enquadradas nas teorias TOT e POT (Palacín-Sánchez et al., 2013; Cole, 2013). Dada a insatisfação com os modelos existentes, a partir da década de 80, alguns autores iniciaram a exploração de variáveis não financeiras, como por exemplo, Gup e Agrawal (1996) que apontaram o ciclo de vida como um fator relevante nas decisões de financiamento. No contexto das PME, Gutiérrez-Ponce (2024), defendem que as decisões financeiras variam ao longo do ciclo de vida, refletindo alterações no risco, nas necessidades de financiamento e na disponibilidade de recursos.

A amostra integra 28.653 PME portuguesas, com dados extraídos da base SABI, relativos ao período 2018–2023. As hipóteses foram testadas através de um modelo de dados em painel com efeitos fixos, analisando o nível de endividamento em função de seis variáveis quantitativas e três variáveis *dummy*, representativas das fases do ciclo de vida e da crise provocada pela COVID-19.

Os resultados demonstram que o ciclo de vida influencia a estrutura de capital das PME. Empresas em fase de crescimento apresentam níveis de endividamento superiores aos das empresas em declínio; contudo, em contexto de crise, estas últimas evidenciam maior dependência de financiamento externo. As variáveis rendibilidade, tangibilidade, dimensão, crescimento, poupança fiscal não associada à dívida e liquidez revelam impacto significativo, embora com intensidade distinta consoante a fase do ciclo de vida. A POT evidencia maior capacidade explicativa nas fases de maturidade e declínio.

O estudo fornece evidência relevante para gestores, decisores públicos e instituições financeiras, ao demonstrar que as decisões de financiamento devem considerar a fase do ciclo de vida das PME, sobretudo em contextos de instabilidade económica.

A investigação sobre a estrutura de capital tem-se centrado sobretudo em grandes empresas cotadas. Este estudo distingue-se por focar-se nas PME portuguesas, integrar variáveis financeiras e não financeiras e destacar o ciclo de vida, medido pela idade, como elemento explicativo central.

**Palavras-chave:** Ciclo de vida; Estrutura de capital; PME; Teoria da *pecking order*; Teoria do *trade-off*.

### Referências:

- Cole, R. (2013). What do we know about the capital structure of privately held US firms? Evidence from the Surveys of SmallBusiness Finance. *Financial Management*, 42(4), 777–813.
- Gutiérrez-Ponce, H. (2024). Determinants of corporate leverage and sustainability of small and medium-sized enterprises: The case of commercial companies in Ecuador. *Business Strategy and the Environment*, 33(8), 8319–8331.
- Gup, B. E., & Agrawal, P. (1996). The product life cycle: a paradigm for understanding. *Financial Management*, 6, 20, 41–48.
- Kumar, S.; Sureka, R., & Colombage, S. (2020). Capital structure of SMEs: a systematic literature review and bibliometric analysis. *Management Review Quarterly*, 70(4), 535–565.
- Palacín-Sánchez, M., Ramírez-Herrera, L., & Pietro, F. (2013). Capital structure of SMEs in Spanish regions. *Small Business Economics*, 41(2), 503 – 519.

## PERCEÇÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA – ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE GESTÃO EM ESPANHA E PORTUGAL

Ana MARTINS | José Rodrigo

aimartin@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

jrodrigo@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

O estudo analisa percepções, conhecimentos e atitudes em educação económico-financeira (EEF) de estudantes do 1.º ano de cursos de Gestão e áreas afins em universidades de Espanha e Portugal, oferecendo uma visão abrangente do espaço ibérico. O objetivo é identificar forças e lacunas formativas, bem como diferenças associadas a perfil (género, idade, tipo de curso, experiência de rendimentos) e país, para apoiar o desenho e a melhoria de currículos em EEF.

O enquadramento teórico sublinha o papel da literacia financeira no bem-estar e na prevenção de erros de decisão e sobre-endividamento, em linha com a evidência internacional sobre lacunas de literacia financeira entre jovens adultos (Lusardi, 2019). Recomendações da OCDE e da Comissão Europeia defendem a introdução da EEF desde o ensino secundário, articulando-a com desafios emergentes da digitalização financeira, como banca online, pagamentos digitais e criptoativos (OCDE, 2023; European Commission, 2023). A discussão metodológica apoia-se ainda em contributos clássicos sobre fiabilidade e validade de escalas, sublinhando a importância de instrumentos psicometricamente robustos em estudos de literacia financeira (Nunnally, 1978; Fornell & Larcker, 1981).

Metodologicamente, recorre-se a um inquérito quantitativo online, aplicado no início de 2025 a 2.305 estudantes de 14 instituições ibéricas. O instrumento inclui variáveis sociodemográficas e 59 itens em escala Likert distribuídos por nove dimensões da EEF. A análise de dados combina estatística descritiva, testes inferenciais (ANOVA, t de Student), correlações e análise fatorial exploratória, com avaliação de fiabilidade (alfa de Cronbach) e validade convergente.

Os resultados apontam atitudes globalmente positivas: elevadas médias em orçamento, controlo de gastos, importância atribuída à EEF e consumo responsável, coexistindo com menor conhecimento em investimento, criptoativos e regulação financeira. Verificam-se diferenças de género (maior orientação para consumo responsável nas mulheres; maior autoconfiança técnica nos homens) e uma ligeira vantagem dos estudantes portugueses em dimensões ligadas à gestão ativa do dinheiro e ao consumo responsável.

O estudo oferece evidência empírica comparada para a Península Ibérica, valida um instrumento sólido e propõe recomendações para integrar EEF de forma mais transversal, incluindo finanças digitais e consumo sustentável. A originalidade decorre da articulação entre análise psicométrica, comparação Espanha-Portugal e foco simultâneo em múltiplas dimensões da EEF no contexto universitário.

**Palavras-chave:** Consumo responsável; Educação económico-financeira; Espanha e Portugal; Estudantes universitários; Literacia financeira.

### Referências:

European Commission (2023). Monitoring the level of financial literacy in the EU. European Commission Report March-April 2023. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2953>

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>

Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd edition). McGraw-Hill.

OECD (2023). OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy, *OECD Business and Finance Policy Papers*, N.º 39, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>

## PROCEDIMENTOS DE AUDITORIA FINANCEIRA NO COMBATE À FRAUDE E EVASÃO FISCAL APLICADOS AO SETOR DO IMOBILIÁRIO TURÍSTICO

Carlos Manuel Pêra Nunes | Fernando Manuel Correia Marques |  
Carolina Sofia Emídio MENDES

carolsemendes@gmail.com | Universidade do Algarve  
cmnunes@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
fmarques@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

A investigação reside na análise do contributo da auditoria financeira na mitigação da fraude e da evasão fiscal, com um foco específico no setor do imobiliário turístico. O estudo procura aferir a regularidade na identificação destes fenómenos, compreender o impacto da sazonalidade no controlo e identificar os desafios enfrentados pelos profissionais. Destaca-se ainda a necessidade de integrar novas tecnologias, como a inteligência artificial, para potenciar a eficácia dos processos.

A revisão da literatura incidiu sobre os conceitos básicos da auditoria, distinguindo claramente o erro da fraude, e abordando a avaliação de riscos, a materialidade e o papel do ceticismo profissional. Em seguida, analisaram-se as tipologias de infração mais recorrentes, com destaque para o branqueamento de capitais, contextualizando a enorme relevância económica do setor em Portugal e as medidas regulatórias vigentes.

A metodologia adotada, de natureza mista, sustentou-se na aplicação de um questionário exclusivo a Auditores e Revisores Oficiais de Contas. Este instrumento permitiu recolher as perceções dos especialistas sobre a frequência da deteção de fraudes, os principais desafios de auditoria e a influência do contexto turístico nos mecanismos de controlo.

Os resultados revelam um forte consenso quanto ao papel central da auditoria na conformidade tributária e no reforço da transparência. Contudo, identificaram-se sérias limitações associadas à atual insuficiência tecnológica e à complexidade dos fluxos financeiros. Conclui-se assim que o investimento na digitalização e em software especializado representa uma via promissora para aumentar a eficácia e mitigar riscos.

O estudo sublinha a importância crítica da auditoria num setor caracterizado por uma elevada rotação de capitais, onde a carga tributária é o principal incentivo à evasão. O combate a estas práticas é essencial para conseguir garantir a justiça fiscal, dependendo a sua eficácia futura de uma melhor integração tecnológica capaz de superar a falta de colaboração das empresas.

A originalidade desta pesquisa reside na aplicação dos procedimentos diretamente ao imobiliário turístico, tratando-o como um caso singular de elevada exposição ao risco. A investigação distingue-se por consultar diretamente os peritos para mapear os desafios práticos do terreno, superando largamente uma análise puramente teórica.

**Palavras-chave:** Auditoria; Evasão fiscal; Fraude; Imobiliário turístico.

### Referências:

Arens, A., Elder, R., & Beasley, M. (2017). *Auditing and assurance services: An integrated approach* (16th ed.). Pearson.

Becerra Huamán, C., De la Cruz-Montoya, D., Gutierrez-Cuadros, J., Pilco Labajos, S., & Lopez-Almeida, M. (2025). Financial auditing as an effective tool for fraud detection: A systematic review. *Journal of Risk and Financial Management*.

International Federation of Accountants. (2018b). *Manual das Normas Internacionais de Controlo de Qualidade, Auditoria, Revisão, Outros Trabalhos de Garantia de Fiabilidade e Serviços Relacionados*. (Edição 2018, Parte II). Lisboa: Ordem dos Revisores Oficiais de Contas. [https://www.oroc.pt/uploads/normativo\\_tecnico/auditoria-normativo\\_ifac/Signed/Manual%20de%20Normas%201\\_OROC\\_2019.pdf](https://www.oroc.pt/uploads/normativo_tecnico/auditoria-normativo_ifac/Signed/Manual%20de%20Normas%201_OROC_2019.pdf)

Instituto Nacional de Estatística. (2025). Preços da habitação aceleraram para 16,3% e o número de transações aumentou 25,0% - 1.º Trimestre de 2025. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaquas&DESTAQUESdest\\_boui=706274632&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=706274632&DESTAQUESmodo=2)

## O ENSINO DA CONTABILIDADE DE GESTÃO EM CABO VERDE

Carlos MONTEIRO | Leonor Ferreira | Ana Faria

carlos.monteiro@iscee.edu.cv | ISCEE – Cabo Verde  
leonor.ferreira@novasbe.pt | Universidade Nova de Lisboa  
arfaria@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

Este artigo tem por objetivo investigar sobre o ensino da Contabilidade de Gestão em Cabo Verde e identificar se existe um gap entre as matérias estudadas e as práticas das empresas.

O estudo adota uma metodologia essencialmente qualitativa e utiliza dados primários e dados secundários, recorrendo à análise de conteúdo e a entrevistas. Os resultados mostram diversidade nos programas lecionados nas várias Instituições de Ensino Superior, mas estão em consonância com os requisitos da ordem. Pode-se concluir que os Contabilistas consideram a Contabilidade de Gestão muito importante, mas pouco utilizada nas empresas. O estudo contribui para demonstrar a necessidade do ajustamento dos programas e conteúdos no ensino para os objetivos das empresas e incentivar a sua maior difusão por parte da ordem.

Este ensaio tem como objetivo geral analisar, explicar e compreender o ensino e a prática da Contabilidade de Gestão em Cabo Verde. Para alcançar este objetivo, estabeleceu-se os seguintes objetivos específicos:

- Verificar se existe uma lacuna entre o ensino e a prática da CG em Cabo Verde;
- Averiguar se existe alinhamento entre as Instituições de Ensino Superior (IES) de Cabo Verde no ensino de CG;
- Aferir os requisitos de admissão a Ordem Profissional de Cabo Verde;
- Examinar se a CG lecionada nas IES de Cabo Verde está alinhada com os requisitos de admissão à OPACC.
- Analisar a perceção que os contabilistas têm sobre a utilização da CG em Cabo Verde.

A ligação entre o ensino superior e a prática das empresas tem merecido a atenção de investigadores e constitui um desafio para as Instituições de Ensino Superior (IES) e para as ordens profissionais (Böer, 2000). Atualmente corroborada por autores como De Meyst, e Hartmann (2025).

Ao longo dos anos, a evolução observada no ensino da Contabilidade de Gestão (CG), lecionado nas IES e a utilização na prática empresarial dos conceitos dessa área do conhecimento nem sempre têm estado alinhadas, embora tal fosse desejável para o desenvolvimento das empresas e para a eficácia do ensino (Samuel, 2018). A literatura recente tem vindo a propor que a integração das novas tecnologias de informação e de simulações reais em sala aula como forma de reduzir a lacuna entre o ensino e prática da CG (Sidorova et al., 2024; Vysotskaya e Prokofieva, 2025).

Da revisão da literatura, concluiu-se não haver estudos sobre o ensino da CG e Cabo Verde. Este artigo contribui para dar a conhecer o ensino e a prática da CG nas empresas, analisando se existe um gap entre as práticas e o que se ensina, fornecendo uma panorâmica do ensino

Atendendo ao objetivo principal do estudo – identificar, explicar e compreender o alinhamento entre o ensino e a prática da CG – a metodologia de investigação adotada é qualitativa, assentando na recolha de dados primários e em dados secundários. Os dados primários foram obtidos através de técnicas de recolha direta de informação, nomeadamente entrevistas e observações complementares, enquanto os dados secundários resultaram da análise documentos institucionais, legislação, relatórios e literatura científica relevante, permitindo uma compreensão aprofundada do fenómeno em estudo e a sua contextualização teórica e empírica

Os resultados sobre o ensino da CG revelam que existe um alinhamento entre as várias IES do país, quer nos objetivos dos programas que oferecem, quer nos conteúdos programáticos e nas bibliografias, onde é notória a influência de Portugal. No entanto, existe diversidade nas designações das unidades curriculares de CG e na respetiva carga horária. Por outro lado, verifica-se que os conteúdos programáticos estão em conformidade com os requisitos exigidos pela OPACC de Cabo Verde para a inscrição na Ordem, condição de partida para o exercício da profissão contabilística.

As entrevistas aos Contabilistas Certificados permitiram concluir que estes atribuem alguma importância à Contabilidade de Gestão, não obstante as técnicas de CG serem pouco utilizadas nas empresas cabo-verdianas. Outra evidência sobre CG é que há diferenças entre o que é lecionado nas IES e o que se pratica nas empresas, pelo que os entrevistados salientam a necessidade de existirem nas empresas mais quadros qualificados no âmbito da CG, com competências específicas na área das tecnologias de informação.

Este estudo oferece uma contribuição importante para o ensino da CG, ao apresentar um panorama da situação atual, identificando lacunas, tendências e exigências práticas. Assim, permite o ajuste dos programas das IES às novas tecnologias de informação, de modo a ficarem mais alinhados com as necessidades das empresas. O levantamento das lacunas e necessidades de formação pode servir como um incentivo para a OPACC e as IES oferecerem formações em CG e

promoverem essas temáticas nas empresas de Cabo Verde. Esse esforço pode, indiretamente, fomentar a implementação de técnicas de CG, aumentar a sua utilização pelas empresas e contribuir para o alinhamento entre o que é ensinado nas IES e as exigências práticas do mercado, as empresas

Acredita-se que o estudo tem utilidade quer para as instituições de ensino superior, quer para as próprias empresas de Cabo Verde, ao recomendar que se proceda ao ajustamento entre a oferta educativa superior, quanto aos programas, objetivos e conteúdos e as necessidades de aplicação de novas competências sentidas pelas empresas na prática.

**Palavras-chave:** Contabilidade de gestão, Ensino, Prática da contabilidade de gestão, Cabo Verde, Ordem Profissional dos Auditores e Contabilistas Certificados.

#### Referências:

Böer, G. (2000) Management Accounting Education: Yesterday, Today, and Tomorrow. *Accounting Education*, 15(2), 313-334. <https://doi.org/10.2308/iace.2000.15.2.313>.

De Meyst, K. J., & Hartmann, F. G. (2025) Is Management Accounting Education Keeping Pace with Practice? A Study on the Theory-Practice Gap Using Terminology Analysis. *Issues in Accounting Education*, 40(1), 23-43. <https://doi.org/10.2308/ISSUES-2022-028>.

Samuel, S. (2018) A Conceptual Framework for Teaching Management Accounting. *Journal of Accounting Education*, 44(September), 25-34. <https://doi.org/10.1016/j.jaccedu.2018.05.004>.

Sidorova, M., Kopus, T., & Yurasova, I. (2024) Digital transformation for teaching management accounting: Training with a simulation in an authentic professional environment. *Accounting Education*, 33(5), 621–648. <https://doi.org/10.1080/09639284.2023.2255980>.

Vysotskaya, A., & Prokofieva, M. (2025) Management accounting and data analytics: Technology acceptance from the educational perspective. *Accounting Education*, 34(3), 410–433. <https://doi.org/10.1080/09639284.2024.2338140>.

## PRIVACY PARADOX IN HIGH SCHOOL STUDENTS USING GENERATIVE AI

Henrique Fátima Boyol NGAN | Choi Leng Cheang | Teng Fong Chen

henrique@utm.edu.mo | Macao University of Tourism (UTM)  
melodycheang@panda.mo | Innopandamo Cultural Limited  
tfchan.cdec@catholic.org.mo | Comissão Diocesana da Educação Católica

The current study was set out to examine generative AI (Gen-AI) adoption patterns, privacy awareness, and privacy-protective behaviors among high school students in Macao. It investigates whether a privacy paradox exists, where individuals express privacy concerns but do not adopt privacy-related behaviors, specially considering how gender and form level moderate these relationships.

According to Privacy Calculus Theory (PCT; Culnan & Armstrong, 1999), data disclosure or any other privacy risky related behaviors emerge as a result of a rational cost-benefit judgment by the user. Typically, functional benefits are evaluated against privacy risks, and this is dependent on the threat appraisal (perceived severity and susceptibility of privacy risks) and coping appraisal (perceived efficacy and ability to enact protective measures) that shapes privacy-protective behavior according to the Protection Motivation Theory (PMT; Rogers, 1975). Together, these frameworks offer a comprehensive model for understanding why adolescents may continue using Gen-AI despite recognizing privacy risks.

Data was collected from 479 high school students (Forms 1–6; 54.3% male) from secondary schools in Macao. The questionnaire measured Gen-AI usage frequency, platform preferences, privacy concerns and awareness, privacy-protective behaviors, data-sharing willingness, and self-assessed AI readiness using 7-point Likert and ordinal scales. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlations, and independent-samples t-tests.

Privacy paradox was confirmed: students rated data protection importance highly ( $M = 5.47/7$ ) yet exhibited moderate privacy concern ( $M = 3.51/7$ ) and near-zero correlation between concern and usage frequency ( $r = .052$ ,  $p = .255$ ). Only 30.9% had read platform privacy policies and 23.2% had exercised opt-out options, suggesting underdeveloped coping appraisal consistent with PMT. Willingness to share data for improved functionality ( $M = 3.99/7$ ) alongside low perceived platform transparency ( $M = 3.90/7$ ) reflects a benefit-driven calculus consistent with PCT. Female students reported significantly higher privacy concern than males ( $p = .024$ ). Junior-form students used Gen-AI more frequently, while senior-form students reported higher AI readiness and future preparedness.

The findings inform school-based digital literacy programs, suggesting that privacy education should emphasize practical coping skills alongside conceptual awareness.

This study is among the first to empirically examine the privacy paradox in adolescent Gen-AI use, integrating PCT and PMT into a unified analytical framework.

**Keywords:** Digital privacy; Generative AI adoption; High school students; Macao; Privacy paradox.

### References:

- Culnan, M. J., & Armstrong, P. K. (1999). Information privacy concerns, procedural fairness, and impersonal trust: An empirical investigation. *Organization Science*, 10(1), 104–115. <https://doi.org/10.1287/orsc.10.1.104>
- Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. *Journal of Psychology*, 91(1), 93–114. <https://doi.org/10.1080/00223980.1975.9915803>

## DIGITAL TRANSPARENCY IN PUBLIC HEALTHCARE: AN EVALUATION OF NHS HOSPITAL WEBSITES

Carlos NUNES | Joaquim Santana | Patrícia Gomes

cmnunes@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
jsantanafernandes80@gmail.com | ESGHT – Universidade do Algarve  
pgomes@ipca.pt | CICF-IPCA

To analyse mandatory and voluntary online information disclosure practices, as well as the accessibility and usability of the websites of the Local Health Units (Unidades Locais de Saúde – ULS) of the Portuguese National Health Service (SNS), considering them as instruments of digital transparency and accountability.

The study adopts a mixed-methods approach. Documentary analysis of the ULS websites, combined with a systematic literature review, supported the development of a Digital Transparency Index (DTI) comprising 60 items, grounded in institutional theory and stakeholder theory. Inferential analysis, using analysis of variance (ANOVA) and Tukey's test, was conducted to test the research hypotheses.

The findings reveal a high level of uniformity across dimensions such as institutional identification, accessibility and clinical information, which is consistent with organisational isomorphism in highly regulated institutions. In contrast, statistically significant differences were identified in mandatory and voluntary information disclosure, associated with governance factors, organisational context, geographical location and external auditing. On average, only around 50% of the items are disclosed on the websites, suggesting substantial scope for improving the information provided, particularly in terms of its usefulness to different stakeholder groups.

**Keywords:** Accountability; Transparency; Websites; Public Hospital Units; Empirical study.

### Referências:

- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, *48*(2), 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Faber, B., & Budding, T. (2025). What drives usability of public sector online reporting? *Public Money & Management*. <https://doi.org/10.1080/09540962.2025.2477042>
- Ferullo, D., Andrades-Peña, F. J., Nicolò, G., & Aversano, N. (2025). Do institutional pressures influence online social and environmental disclosure in Italian healthcare organizations? *International Review of Administrative Sciences*, *91*(3), 464–482. <https://doi.org/10.1177/00208523251355950>
- Garzoni, A., L'Abate, V., Raimo, N., & Vitolla, F. (2023). Exploring online sustainability disclosure in the healthcare industry: Evidence from best international hospitals. *Business Strategy and the Environment*, *33*(4), 2669–2682. <https://doi.org/10.1002/bse.3625>
- Nunes, C., Gomes, P., & Santana, J. (2023). Transparency, accountability, and governance: A literature review in the context of public hospitals. *Revista de Administração Pública*, *57*, e20220238. <https://doi.org/10.1590/0034-761220220238x>

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM AND HOSPITALITY HIGHER EDUCATION: STUDENT PERSPECTIVES ON LEARNING AND PROFESSIONAL PREPAREDNESS

Rita PERES | Victor Alves Afonso | Jorge Umbelino | Fernando Santos

Rita.Peres@eshte.pt | CiTUR – Centre for Research, Development and Innovation in Tourism, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Victor.Afonso@eshte.pt | CiTUR – Centre for Research, Development and Innovation in Tourism, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Fernando.Santos@eshte.pt | Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

This study analyses higher education students' perceptions of artificial intelligence (AI) as a learning tool and its contribution to professional preparedness in Tourism and Hospitality. Specifically, it examines relationships between learning context factors, individual capabilities, and perceived learning outcomes, and how these relate to professional readiness and intention to use AI in future careers.

The study is grounded in learning transfer theory, conceptualising how knowledge acquired in educational settings transfers to professional contexts. An integrative model positions AI as a mediating element between higher education and professional practice, articulating with literature on technology-enhanced learning, AI literacy, and graduate employability within tourism and hospitality.

A quantitative approach employs a structured questionnaire developed from validated scales in technology-enhanced learning, AI literacy, self-efficacy, and employability, contextualised for tourism higher education. Following pilot testing confirming instrument clarity, data collection is underway with undergraduate and master's students in Tourism and Hospitality programmes.

Anticipated results will identify contextual and individual factors influencing perceived learning value with AI, establish relationships between learning experience quality and professional preparedness, and understand how human-AI complementarity perceptions shape future technology use intentions. Literature suggests intentional pedagogical integration and institutional support determine positive, transferable learning outcomes.

Theoretically, the study develops a conceptual model articulating AI-supported learning with sector-specific professional preparedness, responding to calls for contextualised research on work futures. Practically, findings may inform educators designing pedagogically meaningful and professionally transferable AI learning experiences for future tourism professionals.

This research applies a learning transfer perspective to AI in higher education, focusing specifically on tourism and hospitality. Unlike generic AI education studies, it examines how learning experiences translate into professional preparedness perceptions in a service-intensive sector where human-AI interaction presents particular challenges.

**Keywords:** Artificial Intelligence; Tourism higher education; Learning transfer; Professional preparedness; AI literacy.

### References:

Baldwin, T. T., & Ford, J. K. (1988). Transfer of training: A review and directions for future research. *Personnel Psychology*, 41(1), 63–105. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1988.tb00632.x>

Kong, S. C., Cheung, W. M. Y., & Zhang, G. (2021). Evaluation of an artificial intelligence literacy course for university students with diverse study backgrounds. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 2, 100026. DOI: 10.1016/j.caeai.2021.100026

Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–16. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376727>

Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2023). Measuring user competence in using artificial intelligence: Validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour & Information Technology*, 42(5), 617–634. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2027140>

## TRABALHO DIGNO, BURNOUT E CALLING DE CARREIRA: IMPLICAÇÕES PRÁTICAS PARA A GRH

Sofia PORTO | Liliana Faria

sofiasantosporto@gmail.com | ESGHT - Universidade do Algarve  
lcfaria@ualg.pt | FCHS - Universidade do Algarve

Este estudo investigou o papel do trabalho digno como preditor do burnout e analisou de que forma o calling de carreira modera esta relação.

A investigação assenta na Psychology of Working Theory (PWT. Duffy et al., 2016) e na Conservation of Resources Theory, (CRT. Hobfoll, 1989).

A investigação foi realizada através de um inquérito online aplicado a 173 trabalhadores adultos portugueses. Foram utilizadas três escalas: Escala de Trabalho Digno, Inventário de Burnout de Copenhaga e Questionário de Calling de carreira. Os dados recolhidos foram analisados recorrendo ao SPSS 26.0, e macro PROCESS (Modelo 1, Hayes, 2013) para testar os efeitos moderadores.

Os resultados confirmaram que o trabalho digno exerce um efeito negativo significativo sobre o burnout, mostrando que condições de trabalho adequadas, como segurança, remuneração justa e alinhamento entre valores pessoais e organizacionais, são fundamentais para a saúde mental dos trabalhadores. Além de reduzir o burnout, o trabalho digno contribui para o engagement e para o bem-estar psicológico geral.

O calling de carreira mostrou-se um recurso pessoal importante, capaz de moderar a relação entre trabalho digno e burnout. Indivíduos com elevado calling de carreira experienciam um efeito protetor mais forte do trabalho digno, enquanto aqueles com níveis médios beneficiam de forma moderada e os com baixo calling de carreira apresentam proteção mais limitada.

Os resultados indicam que a gestão de recursos humanos deve priorizar condições de trabalho digno, como segurança, remuneração justa e alinhamento de valores, para reduzir o burnout e promover bem-estar e engagement. O calling de carreira reforça estes efeitos, pelo que intervenções de desenvolvimento profissional, como orientação vocacional, job crafting ou reflexão sobre propósito, podem potenciar motivação e sentido do trabalho, sobretudo em colaboradores altamente comprometidos. A combinação de condições laborais favoráveis com apoio ao desenvolvimento pessoal maximiza satisfação, resiliência e bem-estar, sugerindo que estratégias integradas entre organização e valorização da vocação são essenciais para prevenir burnout e criar ambientes de trabalho mais saudáveis e significativos.

Análise integrada de fatores pessoais e contextuais, no foco no calling de carreira como moderador e na aplicação prática em GRH.

**Palavras-chave:** Trabalho digno; Burnout; Calling de carreira; Gestão de pessoas.

### Referências:

Duffy, R. D., Blustein, D. L., Diemer, M. A., & Autin, K. L. (2016). The psychology of working theory. *Journal of Counseling Psychology*, 63(2), 127–148. <https://doi.org/10.1037/cou0000140>

Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.

Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>

## ATIVIDADES DE I&D NA UNIÃO EUROPEIA

Lídia Maria Galvão Rodrigues PRAÇA

lpraca@ipb.pt | Instituto Politécnico de Bragança

Evolução da atividade de Investigação e Desenvolvimento (I&D), por áreas científicas e género, no contexto da União Europeia, para o período compreendido entre 2001 e 2023.

Manual de Frascati, publicado pela OCDE em 2015 e considerado o principal manual para medir e harmonizar internacionalmente as atividades de I&D.

Análise estatística descritiva, tendo por base o indicador ETI (Equivalente a Tempo Integral) - uma unidade que mede o volume de trabalho das pessoas dedicadas à I&D, convertendo o tempo parcial em tempo integral, disponível nas bases de dados, Eurostat e PORDATA.

Pretende-se concluir sobre os países que têm em unidade equivalente a tempo integral, mais e menos pessoas afetas à I&D. Pretende-se efetuar uma análise comparativa dos recursos humanos dedicados à I&D nos diferentes estados membros da União Europeia, por áreas científicas: ciências exatas e naturais, médicas e da saúde, engenharia e tecnologia, agrárias, sociais ou humanidades, bem como saber como se distribuem por género e em cada estado membro.

Melhor conhecimento da temática, nomeadamente no que respeita a cada área científica e à (in) paridade de géneros na área da I&D, por estado membro da União Europeia.

A originalidade reside no período de análise.

**Palavras-chave:** Área científica; Género; I&D, País.

### Referências:

Eurostat (2026). *European Statistics*. Disponível em <https://commission.europa.eu>

Fundação Francisco Manuel dos Santos - PORDATA (2026). *Estatísticas sobre Ciência, Tecnologia e Sociedade de Informação*. <https://www.pordata.pt>.

OECD (2015). *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development*. <https://www.oecd.org>

## DA VOLATILIDADE SISTÊMICA À INTELIGÊNCIA ORGANIZACIONAL: LIÇÕES DO TRANSPORTE AÉREO E TURISMO EM PORTUGAL (2019–2024)

Rui QUADROS | Jorge Abrantes

rquadros@uatlantica.pt | ESHTe, Universidade Atlântica,  
jorge.abrantes@eshte.pt | ESHTe, Universidade Aberta

Este ensaio analisa o impacto do choque pandémico no transporte aéreo e turismo em Portugal (2019–2024), avaliando quebras estruturais, volatilidade persistente, recuperação não linear e assimetrias territoriais. Com base na evidência empírica, discutem-se implicações para a arquitetura organizacional na “New Organizational Era”, nomeadamente a necessidade de sistemas inteligentes de suporte à decisão.

O estudo enquadra-se na literatura sobre resiliência organizacional, destacando a capacidade de absorver choques e reconfigurar recursos em contextos de disrupção sistémica (Lengnick-Hall et al., 2011; Teece, 2007). Argumenta que modelos tradicionais de planeamento baseados na extrapolação linear revelam limitações perante mudanças estruturais abruptas. Articula-se com a literatura sobre transformação digital e organizações orientadas por dados, que defendem decisões baseadas em análise avançada (Bharadwaj et al., 2013). Neste contexto, a inteligência artificial surge como estrutura estratégica para reforçar a adaptação em ambientes complexos e interdependentes (Brynjolfsson & McAfee, 2014; Davenport & Ronanki, 2018).

O estudo utiliza dados anuais de passageiros nos aeroportos portugueses e dormidas por região NUTS II entre 2019 e 2024. A análise quantitativa inclui cálculo de variações percentuais para identificar quebras estruturais, medição da volatilidade através do coeficiente de variação, construção de índices de recuperação (base 2019), análise de resiliência territorial e avaliação da correlação entre transporte aéreo e turismo. A abordagem é descritiva-quantitativa, focada na identificação de padrões e implicações empresariais.

Os resultados revelam uma quebra estrutural superior a 60% na maioria dos aeroportos e regiões em 2020, elevada volatilidade, recuperação assimétrica e forte associação entre passageiros e dormidas. Observam-se divergências na resiliência regional, com algumas regiões acima dos níveis de 2019 e outras abaixo. Estes padrões evidenciam limitações dos modelos de planeamento em ambientes voláteis e sustentam arquiteturas organizacionais mais adaptativas.

O estudo contribui para compreender a transformação organizacional em contextos de elevada instabilidade, demonstrando que a vantagem competitiva depende de supervisão contínua, análise dinâmica e adaptação diferenciada. Sugere que organizações da cadeia de valor do transporte aéreo e turismo evoluam para infraestruturas de decisão suportadas por sistemas inteligentes, capazes de lidar com não linearidade e interdependência sistémica.

A originalidade reside na articulação entre evidência empírica recente (2019–2024) e a discussão estratégica sobre arquiteturas organizacionais na era da inteligência artificial.

**Palavras-chave:** Resiliência organizacional; Transporte aéreo; Turismo; Volatilidade; Inteligência artificial.

### Referências:

- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *Management Information Systems Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies* (p. 306). W. W. Norton & Company.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018, January 9). *Artificial Intelligence for the Real World*. *Harvard Business Review (HBR)*. - *References—Scientific Research Publishing*. (2018). <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3166319>
- Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. *Human Resource Management Review, International Human Resource Management: Theoretical and Strategic Advances*, 21(3), 243–255. <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2010.07.001>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>

## THE ROLE OF CULTURAL TOURIST ITINERARIES IN THE SATISFACTION AND RETENTION OF TOURIST GUIDES IN THEIR

Cátia RODRIGUES | Alexandra Lavaredas | Paulo Almeida

catia.rodrigues@eshte.pt | Estoril Higher Institute for Tourism and Hotel Studies, CiTUR  
alexandra.lavaredas@ipleiria.pt | Innovation, Polytechnic Institute of Leiria, CiTUR  
palmeida@ipleiria.pt | Polytechnic Institute of Leiria, CiTUR

This study aims to analyse (i) the influence of cultural tourism itinerary characteristics on tourist guides' job satisfaction, (ii) the influence of these characteristics on guides' career retention, and (iii) the relationship between job satisfaction and career retention

This study is grounded in the Job Satisfaction Survey (JSS; Spector, 1985, 1997) and the Theory of Planned Behaviour (TPB; Ajzen, 1985, 1991). Cultural tourism itineraries are conceptualized as work environment factors influencing guides' job satisfaction and career retention. The JSS supports the assessment of how itinerary characteristics affect job satisfaction, while the TPB explains how these characteristics and job satisfaction shape intentions. Together, these frameworks allow the examination of the direct effects of itinerary characteristics on satisfaction and retention, as well as the relationship between satisfaction and retention.

Data were collected via an online questionnaire based on JSS and grounded in the Theory of Planned Behaviour. Descriptive statistics, t-tests, correlations and regression analyses were conducted to examine the influence of cultural itinerary characteristics on tour guides' satisfaction, career retention and the relationship between satisfaction and retention.

Cultural tourism itinerary characteristics significantly predict tour guides' job satisfaction and career retention, and job satisfaction is positively associated with career retention. "Components" and "Sustainability" are the strongest predictors of retention.

The findings extend models of job satisfaction and behavioural intention to cultural tourism guiding. Empirically, itinerary characteristics (especially components and sustainability) directly influence guides' satisfaction and career retention. Practically, this informs itinerary design and HR strategies to enhance satisfaction and reduce turnover in the tourism sector.

This study is original in applying the JSS and the TPB to cultural tourism guides, examining how itinerary characteristics affect both job satisfaction and career retention, and explicitly testing the relationship between satisfaction and retention, which has not been previously explored in this context.

**Keywords:** Cultural tourism itineraries; Career retention; Human resource management in tourism; Job satisfaction; Tourist guides.

### References:

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Spector, P. E. (1985). Measurement of human service staff satisfaction: Development of the Job Satisfaction Survey. American Psychological Association.

Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, cause, and consequences*. Sage Publications.

Zammit, V. (2020). Roles and responsibilities of a tourist guide and their trainers: Reflections and recommendations. *International Journal of Tour Guiding Research*, 1 (1), Article 5. <https://doi.org/10.21427/05e0-z213>

## TRIBUTAÇÃO DOS CRIPTOATIVOS EM PORTUGAL: UMA ANÁLISE COMPARATIVA COM OS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Victor Ângelo Azevedo **RODRIGUES** | Fernando Manuel Correia **Marques** |  
Carlos Manuel Pêra **Nunes**

a69195@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve (Mestrado em Fiscalidade)  
cmnunes@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
fmarques@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve

A presente investigação tem como objetivo analisar e comparar o enquadramento jurídico-fiscal aplicável aos criptoativos em Portugal e nos Estados Unidos da América. Pretende-se identificar diferenças estruturais entre os dois sistemas fiscais, bem como avaliar o impacto das recentes alterações legislativas portuguesas introduzidas com o Orçamento do Estado para 2023, à luz de um modelo internacional mais maduro.

O estudo assenta na literatura fundamental sobre as tecnologias blockchain e os criptoativos, com Bitcoin (Nakamoto, 2008) e desenvolvida com o surgimento da rede *Ethereum* em 2014 e dos *smart contracts*. São igualmente analisados conceitos como *tokens*, *stablecoins*, DeFi, NFTs e novas formas de geração de rendimento digital, enquadrando-os nos desafios fiscais emergentes e na evolução da regulação internacional.

Adotou-se uma metodologia qualitativa, de natureza descritiva e comparativa, baseada na análise documental. Procedeu-se à revisão de literatura científica e institucional, bem como à análise normativa da legislação portuguesa e norte-americana, incluindo códigos fiscais, orientações da Autoridade Tributária, do IRS norte-americano e jurisprudência relevante. Foi ainda considerado o enquadramento regulatório europeu e internacional, nomeadamente o Regulamento MiCA, DAC8 e CARF.

Os resultados evidenciam que o sistema norte-americano apresenta maior maturidade normativa e integração tecnológica, tratando os criptoativos como propriedade desde 2014 e adotando mecanismos de reporte automatizado. Em contraste, o regime português, apesar dos avanços recentes, permanece complexo, disperso e dependente de interpretações por parte da Autoridade Tributária, gerando incerteza para contribuintes e profissionais da área da fiscalidade e da contabilidade.

A investigação contribui para a clarificação do enquadramento fiscal dos criptoativos em Portugal e para a identificação de boas práticas internacionais passíveis de adaptação. Destaca-se a necessidade de simplificação normativa, automação do reporte fiscal e reforço da segurança jurídica.

A originalidade do estudo reside na abordagem comparativa entre dois sistemas fiscais em estados distintos em termos de maturidade regulatória, bem como na integração das novas realidades *DeFi* e dos mecanismos de reporte internacional emergentes.

E um enquadramento contabilístico deste tipo de operações para profissionais da área, algo que não foi tão aprofundado em outros trabalhos.

**Palavras-chave:** Criptoativos; Fiscalidade; IRS; *Blockchain*; Regulação fiscal.

### Referências:

- Autoridade Tributária e Aduaneira. (2024). *Criptoativos — Conceito fiscal e tributação*.
- Gonçalves, M. L. (2023). *A tributação dos criptoativos em Portugal: Imposto sobre o rendimento* [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral.
- Coelho, D. P. (2023). *Introdução ao enquadramento da tributação de criptoativos em sede de IRS*. Almedina.
- Magno, H. G., Catarino, J. R., & Tavares, D. P. (2024). *Criptoativos — Ecosistema e conceitos fundamentais*. Almedina.
- OCC. (2025). *XXX Conferência de Contabilidade e Fiscalidade 2025*. *Revista Contabilista*, (300), 38–40.

## DIAGNÓSTICO DOS INDICADORES DE CIDADES SUSTENTÁVEIS – OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS 11) NA AMÉRICA LATINA E CARIBE: RESULTADOS E IMPLICAÇÕES

Fernando Jose Krause **RODRIGUES** | Cláudio Luiz **Chiusoli**

fernando\_jkrause@yahoo.com.br | Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná – UNICENTRO – Paraná  
prof.claudio.unicentro@gmail.com | Universidade Estadual do Centro Oeste do Paraná – UNICENTRO – Paraná

A rápida urbanização e as desigualdades socioespaciais tornam o monitoramento do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 11 (ODS 11) um desafio central para a América Latina e Caribe. Este estudo analisa comparativamente os indicadores do ODS 11 na região, buscando identificar padrões de desempenho, assimetrias territoriais e implicações para políticas públicas urbanas. A metodologia baseia-se em análise quantitativa de dados secundários da plataforma Agenda 2030 da América Latina e Caribe, utilizando estatísticas descritivas (média, desvio padrão e coeficiente de variação) aplicadas a seis indicadores do ODS 11. Os resultados evidenciam elevada heterogeneidade entre países, especialmente nos indicadores relacionados à habitação, expansão urbana e vulnerabilidade a desastres. Esses achados revelam desigualdades estruturais na implementação do ODS 11 e destacam a necessidade de fortalecer capacidades institucionais e estratégias territoriais. O estudo contribui ao oferecer evidências comparativas que apoiam o monitoramento da Agenda 2030 e a formulação de políticas voltadas à sustentabilidade urbana.

**Palavras-chave:** América Latina e Caribe; Cidades e governança; ODS 11; Resiliência urbana.

## ARQUITETURA ONTOLÓGICA PARA DESTINOS TURÍSTICOS

Fabiana ROEDER | Pablo Flôres Limberger | Carlos Miguel Afonso

fabianaroeder@edu.univali.br | Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

pablofl@univali.br | Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

cafonso@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, CiTUR Algarve

A investigação propõe desenvolver e validar uma arquitetura ontológica modularizada para apoiar a governança em destinos turísticos, estruturando semanticamente a comunicação entre stakeholders e turistas. O estudo busca: (i) identificar, por meio de interação dialógica, as categorias que expressem as especificidades do destino; (ii) normalizá-las em uma ontologia; (iii) integrar o modelo de comunicação persuasiva Hovland-Yale à arquitetura semântica; e (iv) testar empiricamente sua eficácia comunicacional junto a turistas.

O referencial teórico ancora-se na Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, compreendendo a governança como processo intersubjetivo de construção de legitimidade entre poder público, especialistas e empresários. O modelo Hovland-Yale estrutura o núcleo persuasivo ao definir: Persuasor (stakeholders que validam o destino), Informação de Persuasão (conteúdo ontologicamente estruturado), Objeto de Persuasão (turistas) e Situação de Persuasão (ambiente digital mediado). A engenharia de ontologias sustenta a formalização conceitual, enquanto a literatura sobre smart tourism reforça o papel da mediação digital na coordenação territorial.

A pesquisa adotará abordagem mista sequencial explicativa, sob paradigma pós-positivista. Na etapa qualitativa, serão realizados grupos focais com especialistas e empresários, selecionados por amostragem intencional e analisados por Análise Temática Reflexiva. Os resultados subsidiarão a modelagem ontológica em OWL 2, conforme a METHONTOLOGY, com validação por competency questions e verificação de consistência lógica. Na etapa quantitativa, turistas participarão de teste A/B comparando mensagens genéricas e mensagens estruturadas segundo funções persuasivas. A análise envolverá estatística descritiva e inferencial, incluindo Análise Fatorial Exploratória e Confirmatória.

Espera-se confirmar a hipótese de que a estruturação ontológica das especificidades territoriais, integrada ao núcleo persuasivo Hovland-Yale, amplie a clareza, a especificidade percebida e a relevância informacional das mensagens em comparação a comunicações genéricas. Prevê-se maior identificação com o destino e maior intenção de visita entre turistas expostos a conteúdos semanticamente estruturados. No plano teórico, a pesquisa poderá demonstrar que ontologias modularizadas funcionam como infraestrutura comunicativa capaz de operacionalizar racionalidades dialogicamente construídas em ambientes digitais. No plano aplicado, oferece modelo replicável de governança digital inteligente, integrando ação comunicativa, formalização ontológica e persuasão estruturada, contribuindo para qualificar a comunicação turística mediada por tecnologias e sistemas baseados em Inteligência Artificial.

**Palavras-chave:** Comunicação persuasiva; Governança comunicativa semântica; Ontologias; Personalização; Turismo.

### Referências:

Das, S., & Bagchi, M. (2025). An ontology-driven knowledge graph for tourism information management [version 1; peer review: 3 approved with reservations]. *Open Research Europe*, 5, 1. <https://doi.org/10.12688/openreseurope.17614.1>

Gajdosík, T. (2023). Contribution of Network Approach to Tourism Destination Governance. In: Ferrer-Rosell, B., Massimo, D., Berezina, K. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2023*. ENTER 2023. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-25752-0\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-031-25752-0_21)

Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Reason and the rationalization of society* (Vol. 1). Beacon Press. <https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/jurgen-habermas-theory-of-communicative-action-volume-1.pdf>

Hong, W., Yu, Z., Wu, L., & Pu, X. (2020). Influencing factors of the persuasiveness of online reviews considering persuasion methods. *Electronic Commerce Research and Applications*, 39, 100912. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100912>

Ruiz-Dolz, R., Taverner, J., Heras Barberá, S. M., & García-Fornes, A. (2023). Persuasion-enhanced computational argumentative reasoning through argumentation-based persuasive frameworks. *User Model User-Adapt Inter* 34, 229–258. <https://doi.org/10.1007/s11257-023-09370-1>

## SUSTAINABILITY IN CREDIT COOPERATIVES: ESG ASSESSMENT FROM THE STAKEHOLDERS' PERSPECTIVE

Josiane Rodrigues dos **SANTOS** | Silvio **Stefani** | Leandro **Martins** | Claudio **Chiusoli** | Geysler  
**Bertolini** | Luísa **Carvalho** | Pedro **Pardal**

josiane0609@hotmail.com | Central-West State University (UNICENTRO), Brasil & Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

silviostefano@unicentro.br | Central-West State University (UNICENTRO), Brasil

Leandropianoski@hotmail.com | Central-West State University (UNICENTRO), Brasil

prof.claudio.unicentro@gmail.com | Central-West State University (UNICENTRO), Brasil

geysler.bertolini@unioeste.br | Universidade Estadual do Oeste do Paraná: Cascavel, PR, BR

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt | Instituto Politécnico de Setúbal, CIEQV

pedro.pardal@esce.ips.pt | Instituto Politécnico de Setúbal, CIEQV

This study analyses how a credit cooperative located in the municipality of Pinhão, Paraná, Brazil, integrates the ESG dimensions (Environmental, Social, and Governance) into its practices from the perspective of stakeholders. A mixed-methods approach was employed, consisting of a questionnaire applied to 99 members and semi-structured interviews with six board members and three fiscal council members. The results indicate that the social dimension is the most recognized, followed by governance, while the environmental dimension shows weaknesses, particularly due to the absence of specific policies and indicators. It is concluded that the cooperative should strengthen environmental actions and formalize sustainability indicators, aligning its strategies with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs).

**Keywords:** Credit cooperatives; ESG; Sustainability; Stakeholders; SDGs.

## BEYOND THE WINESCAPE: STRUCTURAL DRIVERS AND THE EMOTIONAL DYNAMICS OF WINE TOURISM DESTINATION IMAGE

Manuel **SERRA** | Carlos Miguel **Afonso** | Célia **Ramos**

maserra@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, CiTUR – Centre for Tourism Development and Innovation, CinTurs - Research Centre for Tourism, Sustainability and Wellbeing

cafonso@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, CiTUR – Centre for Tourism Development and Innovation

cmramos@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, CinTurs - Research Centre for Tourism, Sustainability and Wellbeing

Wine tourism increasingly relies on experiential value shaped by landscape, cultural identity, sensory immersion, and emotional engagement, all of which influence how visitors perceive and evaluate wine regions (Bruwer & Lesschaeve, 2012). As destinations adopt strategies centred on sustainability, innovation, and economic performance, understanding how these structural drivers shape destination image formation becomes essential to strengthening competitiveness. This study examines how Sustainability, Economic Performance, and Innovation (SEPI) relate to the cognitive, affective, and conative dimensions traditionally associated with destination image (Gartner, 1994), with a specific focus on the emotional–sensory characteristics of wine tourism.

Drawing on visitor-centred empirical evidence reported in the conclusions of eight key studies on wine tourism experiences, the research explores how structural drivers shape cognitive evaluations, emotional responses, and behavioural intentions. To enhance analytical consistency, a semi-automated workflow combining manual extraction of these author-reported statements with supervised machine learning classification was employed.

Findings indicate that sustainability reinforces perceptions of authenticity and landscape quality (Nave et al., 2021), that economic performance enhances affective responses through perceived value and service quality, and that innovation strengthens affective and conative outcomes by fostering immersive, technologically enriched experiences (Sousa et al., 2024).

The study contributes a concise conceptual articulation of how structural drivers influence emotional–sensory dimensions of wine tourism destination image, offering a foundation for future empirical modelling and strategic development.

**Keywords:** Wine Tourism Destination Image (WTDI); Sustainability, Economic Performance, and Innovation (SEPI); Cognitive–Affective–Conative (CAC; Machine Learning).

**Acknowledgements:** This work is financed by national funds through FCT - Foundation for Science and Technology, IP., under the Project CiTUR UID/04470/2025. Doi.org/10.54499/UID/04470/2025.

### References:

Bruwer, J., & Lesschaeve, I. (2012). Wine Tourists' Destination Region Brand Image Perception and Antecedents: Conceptualization of a Winescape Framework. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7), 611–628. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.719819>

Gartner, W. C. (1994). Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2–3), 191–216. [https://doi.org/10.1300/J073v02n02\\_12](https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12)

Nave, A., Passo, A. do, & Duarte, P. (2021). A systematic literature review on sustainability in the wine tourism industry: Insights and perspectives. *International Journal of Wine Business Research*, 33(4), 457–480. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-09-2020-0046>

Sousa, N., Alen, E., Losada, N., & Melo, M. (2024). Influencing wine tourists' decision-making with VR: The impact of immersive experiences on their behavioural intentions. *TOURISM MANAGEMENT PERSPECTIVES*, 51, 101235. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101235>

## DIGITAL COLLABORATIVE MARKETING PLATFORMS FOR EVENT MANAGEMENT: ADVANCING COORDINATION AND DESTINATION MANAGEMENT IN LISBON

Filipe Segurado **SEVERINO** | Célia M. Q. **Ramos** | Teresa **Costa**

filipe.severino@esce.ips.pt | FE - Universidade do Algarve, Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal, CiTUR – Centre for Tourism Research, Development and Innovation.

cmramos@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve, Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-Estar, Universidade do Algarve.

teresa.costa@esce.ips.pt | Escola Superior de Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Setúbal, CIEQV - Life Quality Research Centre.

This study examines how collaborative digital technologies can support event management and tourism development in Lisbon. It aims to identify the most relevant digital dimensions of a collaborative marketing platform, assess its usefulness for event-related actors, and support the development of an event management model grounded in stakeholder interaction and destination needs.

Events are strategic assets for destination differentiation, visitor engagement, and competitiveness (Getz & Page, 2020). However, tourism destinations remain fragmented, making collaboration essential to more coherent marketing and management practices (Fyall & Garrod, 2005). This is particularly evident in stakeholder relations, as cooperation is often difficult to sustain despite shared interests and interdependence (Beritelli, 2011). At the same time, digital transformation has reinforced the relevance of collaborative platforms capable of improving coordination, efficiency, and interaction across destination systems (Gretzel & Koo, 2021). In parallel, contemporary event research has highlighted the growing importance of innovation and adaptive management under conditions of uncertainty (Dragin-Jensen et al., 2022). Together, these strands justify research on collaborative digital marketing platforms in urban event destinations such as Lisbon.

The study follows a mixed-methods design within a broader postdoctoral project. The quantitative component uses questionnaires administered to tourism stakeholders, residents, tourists, and event management companies to identify relevant digital factors and assess platform utility. The qualitative component includes a focus group with event company representatives and researchers to discuss the usefulness of digital technologies and refine the proposed model. Data will be analysed through descriptive statistics and thematic content analysis.

The results highlight that the main challenge in Lisbon's event ecosystem lies not in the strategic relevance of events, but in the limited coordination mechanisms connecting key actors. Against this background, the study identifies collaborative digital platforms as a promising governance tool for strengthening information flows, supporting stakeholder alignment, and fostering more integrated destination management.

The study links event management, collaborative marketing, and destination governance, while offering practical guidance for tools that may improve coordination and support more integrated tourism management in Lisbon.

The study is original in combining event management, collaborative destination marketing, and digital platform-based coordination within an applied governance-oriented model.

**Keywords:** event management; collaborative digital marketing; digital platforms; Lisbon; stakeholder coordination.

**Acknowledgements:** This study was developed as part of postdoctoral research in Economic and Business Sciences at the Faculty of Economics, University of the Algarve, as part of the postdoctoral project “SHIFTING in Event Management: Innovation in Collaborative Digital Marketing and Sustainable Tourism Development”. It was supported by the SHIFT Project - Sustainability-oriented, Highly interactive, and Innovation-based Framework for Tourism Marketing — funded by Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), I.P., under project PTDC/EGE-OGE/2146/2021. This work was also financed by national funds through FCT, I.P., under the projects CiTUR UID/04470/2025 (DOI: 10.54499/UID/04470/2025) and CinTurs UID/04020/2025.

### References:

- Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607–629. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.015>
- Dragin-Jensen, C., Kwiatkowski, G., Lien, V. H., Ossowska, L., Janiszewska, D., Kloskowsko, D., & Strzelecka, M. (2022). Event innovation in times of uncertainty. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(4), 387–405. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2021-0063>
- Fyall, A., & Garrod, B. (2005). *Tourism marketing: A collaborative approach*. Channel View Publications.

Getz, D., & Page, S. J. (2020). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (4th ed.). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780429023002>

Gretzel, U., & Koo, C. (2021). Smart tourism cities: A duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 352–364.  
<https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1897636>

## OTIMIZAÇÃO DE CARGAS COMO VETOR DE EFICIÊNCIA LOGÍSTICA NO TRANSPORTE MARÍTIMO

Alexandra Silva | Ana Amaro

a2024104763@alumni.iscac.pt | Coimbra Business School, Instituto Politécnico de Coimbra, ISCAC-IPC  
aamaro@iscac.pt | CEOS.PP Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra

No atual cenário de competitividade global, a gestão eficiente de recursos é vital para a sustentabilidade das organizações (Bowersox, Closs, Cooper, 2020). Este estudo foi desenvolvido num grupo empresarial português no setor da pasta e papel (PPP), e foca a otimização de cargas alocadas ao transporte marítimo (Carlsson, D'Amours, Martel, Rönnqvist, 2009).

O objetivo central da investigação é identificar ineficiências e implementar melhorias no processo de formação da palete (*Pallet Loading Problem*, PLP), e na carga dos contentores (*Container Loading Problem*, CLP), de forma a melhorar as taxas de utilização e os custos logísticos.

Foi implementada a metodologia *Action Design Research* (ADR), que compreendeu uma abordagem iterativa e colaborativa envolvendo a análise de dados históricos, e a criação de cenários de operação utilizando *softwares* de otimização (*solvers*) (Gzara, Elhedhli, Yildiz, 2020).

Os resultados identificam ineficiências relacionadas com a subutilização da folga vertical em contentores 40HC e o uso de equipamentos de 20DC. As melhorias passam pelo aumento do número de unidades por palete e pela transição estratégica para contentores de maior capacidade, sempre que viável. Os benefícios quantificados incluem reduções de custos muito significativas, ainda que exijam a aceitação das novas configurações pelos clientes.

Os contributos da investigação incluem as propostas de melhoria de cargas, escaláveis para outros contextos, e o estímulo à normalização das unidades de transporte. Além do impacto económico, as soluções promovem a sustentabilidade ambiental, reduzindo o número de viagens e o consumo de materiais de transporte por tonelada.

A aplicação da metodologia ADR a um problema concreto de otimização de carga numa indústria confere originalidade ao estudo que se distingue ainda por integrar restrições reais de mercado, do produto e infraestrutura de destino.

**Palavras-chave:** ADR; eficiência logística; gestão de operações; otimização de cargas; transporte marítimo.

### Referências

- Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M. (2020). *Supply Chain Logistics Management* (5.a ed.). McGraw-Hill.
- Carlsson, D., D'Amours, S., Martel, A., & Rönnqvist, M. (2009). Supply chain management in the pulp and paper industry. *INFOR*, 47, 167–183.
- Gzara, F., Elhedhli, S., & Yildiz, B. C. (2020). The Pallet Loading Problem: Three-dimensional bin packing with practical constraints. *European Journal of Operational Research*, 287(3), 1062–1074. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.04.053>

## OPEN INNOVATION ECOSYSTEM AS AN EMERGENT PIPELINE FOR CORPORATE VENTURING. MÁLAGA TECHPARK CASE

Juan Antonio **TORRECILLA-GARCÍA** | Agnieszka Grazyna **Skotnicka** |  
Georgette **Andraz** | Antonio **Padilla-Meléndez**

juantorrecilla@uma.es | School of Industrial Engineering | University of Malaga  
askotnicka@uma.es | University of Malaga  
gandraz@ualg.pt | ESGHT - Universidade do Algarve  
apm@uma.es | University of Malaga

This research examines how an open innovation ecosystem can operate as an emergent pipeline for corporate venturing (CV): a staged flow from opportunity sensing and validation to pilots (venture-clienting), minority equity, and acquisition. Using Málaga TechPark as the case, in the wider Malaga Valley innovation cluster, we aim to (1) specify mechanisms that translate ecosystem interactions into CV dealflow and (2) identify orchestration and measurement practices that reduce search, contracting, and legitimacy costs.

We integrate open innovation (knowledge flows), entrepreneurial ecosystem theory (actors, resources, and intermediaries), and CV/CVC as strategic renewal under a real-options logic (Arena et al., 2022; Marozzo et al., 2024; Randhawa et al., 2021). Managerially, we conceptualize the “ecosystem” as conversion funnels (scouting → validation → adoption → investment) where governance (IP, procurement, compliance) shapes speed and learning (Gutmann et al., 2023; Radziwon et al., 2022; Randhawa et al., 2021).

The study uses an embedded single-case design. Evidence combines (a) document and archival analysis of TechPark assets and programs (including entrepreneurial spaces such as The Green Ray and The Green Lemon), (b) interviews with park management, incubators/accelerators, corporate innovation leaders, and founders, and (c) ecosystem mapping to trace ties created through mentoring, pilots, procurement, and equity. We triangulate sources and process-trace venture trajectories across stages.

Málaga TechPark’s scale and density (2024 revenue above €4.18B and about 27.940 employees) increase the frequency of cross-firm encounters and the visibility of weak ties that enable opportunity recombination. Intermediaries act as translators and gatekeepers, converting exploratory collaboration into contractual pilots that generate revenue-based proof points before equity. Corporates display staged commitment: pilots de-risk adoption and build internal legitimacy; only a subset advances to strategic minority investment or acquisition.

This framework elucidates the strategic significance of ecosystem orchestration in augmenting the efficiency of corporate venture funnels. It emphasizes the role of regional technopoles in facilitating structured interactions between startups and established firms, thereby compensating for the lack of formal corporate venture capital (CVC) mechanisms. Ultimately, this dynamic cultivates innovation ecosystems that promote economic growth and confer competitive advantages at multiple levels. Would you like to expand this section with specific examples or empirical data?

We reframe open innovation ecosystems as measurable CV pipelines by combining process (stage gates) and network (brokerage) lenses, moving beyond static actor inventories.

**Keywords:** Corporate venturing; Ecosystem orchestration; Innovation; Open innovation ecosystem; Science and technology park.

### References:

- Arena, M., Azzone, G., & Piantoni, G. (2022). Uncovering value creation in innovation ecosystems: paths towards shared value. *European Journal of Innovation Management*, 25(6), 432-451.
- Gutmann, T., Chochoiek, C., & Chesbrough, H. (2023). Extending open innovation: orchestrating knowledge flows from corporate venture capital investments. *California Management Review*, 65(2), 45-70
- Marozzo, V., Abbate, T., Cesaroni, F., Crupi, A., & Di Minin, A. (2024). Orchestrating an Open Innovation Ecosystem in low-tech industries: the case of Barilla’s Blu1877. *Technology Analysis & Strategic Management*, 36(11), 3712-3727.
- Radziwon, A., Bogers, M. L., Chesbrough, H., & Minssen, T. (2022). Ecosystem effectuation: creating new value through open innovation during a pandemic. *R&d Management*, 52(2), 376-390.
- Randhawa, K., West, J., Skellern, K., & Josserand, E. (2021). Evolving a value chain to an open innovation ecosystem: Cognitive engagement of stakeholders in customizing medical implants. *California Management Review*, 63(2), 101-134.

## POR UMA GESTÃO MAIS SEGMENTADA DA RELAÇÃO DAS IES COM OS SEUS STAKEHOLDERS: A IA E A FORMAÇÃO EM TURISMO SUSTENTÁVEL

Duarte **XARA-BRASIL** | Cátia **Rodrigues** | Helena **Martins** | João Pedro **Cordeiro** |  
Liliana **Pitacho** | Luísa Cágica **Carvalho** | Pedro **Pardal**

duarte.brasil@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, Life Quality Research Center (CIEQV)

catia.rodrigues@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, CITUR - Estoril

helena.martins@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, Life Quality Research Center (CIEQV)

joão.cordeiro@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, Life Quality Research Center (CIEQV)

liliana.itacho@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, Life Quality Research Center (CIEQV)

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, Life Quality Research Center (CIEQV)

pedro.pardal@esce.ips.pt | School of Business and Administration, Instituto Politécnico de Setúbal, Life Quality Research Centre (CIEQV).

Este estudo procura identificar práticas de interação entre as Instituições de Ensino Superior (IES) com os diferentes stakeholders da indústria do turismo/serviços, que contribuam para o desenvolvimento de uma oferta formativa em turismo sustentável, incluindo a utilização da inteligência artificial (IA).

A literatura sobre colaboração entre IES e stakeholders indica que a criação de valor na formação aplicada exige reconhecer a diversidade de interesses e capacidades. A cocriação é incremental, evoluindo de bases relacionais para arranjos mais formalizados que suportam inovação e desenho curricular (O'Dwyer *et al.*, 2023), sendo necessária gestão e adaptação adequadas face a barreiras e facilitadores variáveis. Nas IES, o envolvimento é mais eficaz quando institucionalmente apoiado e ligado a desafios reais, reforçando projetos aplicados e integração curricular para a sustentabilidade (Leal Filho *et al.*, 2025; Richards & Spanjaard, 2025). Assim, analisar expectativas orienta práticas de interação e uma oferta formativa em turismo sustentável, incluindo competências digitais e de IA.

Trata-se de um estudo quantitativo, sustentado na aplicação de um questionário a organizações ligadas ao turismo em Puducherry e Hyderabad, Índia, procurando avaliar a utilidade da colaboração para as IES e para as organizações, bem como o valor percebido que advém o reforço dessa colaboração.

Os principais resultados da colaboração entre IES e a indústria do turismo/serviços em Puducherry e Hyderabad revelam o predomínio de formatos centrados nos estudantes (estágios, recrutamento e visitas de estudo). Com base na utilidade para as IES, para a Organização e o Valor Futuro da relação entre as IES e as Organizações, os resultados consubstanciam três perfis principais com utilidade percebida distinta (os Céticos, os Focados no Presente e os Estratégicos), sustentando estratégias segmentadas.

Esta investigação revela que a relação entre as IES e os diferentes stakeholders não é homogénea. Assim, as IES devem desenhar estratégias e formatos de colaboração diferenciados e avaliar o “fit” entre as prioridades institucionais e as expectativas dos stakeholders.

A originalidade desta investigação reside em analisar a relação complexa entre as IES e os stakeholders em contextos culturais significativamente diferenciados, traduzindo a evidência empírica no desenho de módulos de formação atuais (e.g., incluindo aplicações de inteligência artificial) em turismo sustentável, incluindo a IA.

**Palavras-chave:** Formação; IES; Inteligência artificial; Stakeholders; Turismo sustentável.

**Acknowledgements:** This research was supported by the Portuguese Foundation for Science and Technology, I.P., under grant Number UID/CED/04748/2025" (Life Quality Research Center – LQRC).

### Referências:

Henninger, C. E., Foster, C., Alevizou, P. J., & Frohlich, C. (2016). Stakeholder engagement in the city branding process. *Place Branding and Public Diplomacy*, 12, 285–298. <https://doi.org/10.1057/s41254-016-0002-1>

Leal Filho, W., Sigahi, T. F. A. C., Anholon, R., Rebelatto, B. G., Schmidt-Ross, I., Hensel-Börner, S., Franco, D., Treacy, T., & Brandli, L. L. (2025). Promoting sustainable development via stakeholder engagement in higher education. *Environmental Sciences Europe*, 37(64). <https://doi.org/10.1186/s12302-025-01101-0>

Matuleviciene, M., & Stravinskiene, J. (2015). The importance of stakeholders for corporate reputation. *Engineering Economics*, 26(1), 75–83. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.26.1.6921>

Richards, J., & Spanjaard, D. (2025). It's more than just internships, placements, and guest lecturers: Partnership pedagogy in practice. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 36, 100545. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2025.100545>

Rossoni, A. L., de Vasconcellos, E. P. G., & Rossoni, R. L. de C. (2024). Barriers and facilitators of university-industry collaboration for research, development and innovation: A systematic review. *Management Review Quarterly*, 74, 1841–1877. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00349-1>

