



A Inteligência Artificial e suas Aplicações na Gestão Empresarial

Artificial Intelligence and Its Applications in Business Management

João Victor Stanski

Discente da Faculdade CNEC Campo Largo/PR.

Sandro Antônio Malinowski

Coordenador do curso de Administração da Faculdade CNEC Campo Largo/PR.

Alessandra Aparecida Berton Rodrigues

Diretora da Faculdade CNEC Campo Largo/PR.

Simone Cabral Castagnoli

Docente da Faculdade CNEC Campo Largo/PR.

Reginaldo Ribas

Docente da Faculdade CNEC Campo Largo/PR.

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo apresentar uma discussão sobre o papel da inteligência artificial (IA) na gestão das organizações contemporâneas. A partir de uma revisão bibliográfica baseada em artigos científicos recentes, o estudo aborda as mudanças organizacionais impulsionadas pela digitalização, os conceitos e a evolução histórica da IA, suas principais aplicações nas empresas e os impactos positivos e negativos decorrentes de sua adoção. Os resultados indicam que a IA representa uma transformação profunda na forma como as empresas operam e tomam decisões, trazendo ganhos de eficiência, redução de custos e melhoria na experiência do cliente, mas também exigindo atenção a questões como substituição de empregos, dependência tecnológica e segurança de dados.

Palavras-chave: inteligência artificial; gestão empresarial; automação de processos; tomada de decisão; impactos organizacionais.

Abstract: This study aims to discuss the role of artificial intelligence (AI) in the management of contemporary organizations. Drawing on a literature review of recent scientific articles, it examines organizational changes driven by digitalization, the concepts and historical evolution of AI, its main applications in businesses, and the positive and negative impacts of its adoption. The findings indicate that AI represents a profound transformation in how businesses operate and make decisions, offering efficiency gains, cost reductions, and an improved customer experience, while also requiring attention to issues such as job displacement, technological dependence, and data security.

Keywords: artificial intelligence; business management; process automation; decision-making; organizational impacts.

INTRODUÇÃO

No cenário atual, as organizações passam por transformações profundas impulsionadas pelo avanço das tecnologias digitais. Empresas de todos os

tamanhos precisam se adaptar a um ambiente cada vez mais competitivo, onde a velocidade das mudanças exige respostas rápidas e decisões bem embasadas. Nesse contexto, a chamada quarta revolução industrial trouxe não apenas novas ferramentas, mas uma mudança na própria lógica de como as organizações funcionam (Schwab, 2016 *apud* Silva, Oliveira; Jesus, 2021).

A digitalização passou a ser uma necessidade e não mais uma opção. Processos que antes dependiam exclusivamente de trabalho humano manual começaram a ser automatizados, gerando ganhos de eficiência e abrindo espaço para que os colaboradores se dedicassem a atividades mais estratégicas. Conforme apontado por Rodrigues e Andrade (2021), a integração da tecnologia com as redes sociais mediadas, a internet das coisas e a análise de dados já é uma realidade nas organizações, transformando desde tarefas rotineiras até a forma como as empresas se relacionam com seus clientes.

Conforme Schwartz (1997), a utilização da tecnologia nas relações de compra e venda, bem como na análise de dados, proporciona há algum tempo maior agilidade e precisão na tomada de decisões em relação aos processos na cadeia de suprimentos. Desta forma, o uso da tecnologia nas empresas modifica a forma como os negócios são gerados. A tomada de decisão baseada em dados ganhou centralidade nas organizações modernas.

Antes, as decisões dependiam muito da intuição dos gestores. Hoje, graças ao volume de informações disponíveis e às ferramentas de análise, é possível identificar padrões, antecipar demandas e corrigir desvios com muito mais precisão. Segundo Contreras e Olaya (2024), a inteligência artificial (IA) facilita a análise de grandes volumes de dados, o que melhora diretamente a qualidade das decisões nas empresas. Esse movimento também se reflete no uso de ferramentas como o *Balanced Scorecard* (BSC), que organiza indicadores em perspectivas distintas e oferece aos gestores uma visão mais completa da organização (Malinowski; Rodrigues, 2025).

Diante desse cenário, o presente trabalho tem como objetivo apresentar uma discussão inicial sobre o papel da IA na gestão das organizações, abordando conceitos, evolução, aplicações e impactos. A pesquisa se apoia em uma revisão bibliográfica disponível em materiais publicados em meio digital sobre o tema.

Conforme Marconi e Lakatos (2010), uma pesquisa bibliográfica é um levantamento em fontes já publicadas com o objetivo de se obter informações pertinentes em relação ao tema de estudo. Desta forma, os dados desta pesquisa são os secundários, aqueles que já foram pesquisados, analisados e divulgados.

REVISÃO DE LITERATURA

Para compreender o papel da inteligência artificial nas organizações contemporâneas, é preciso resgatar o caminho percorrido pela tecnologia no ambiente empresarial. Até o final da década de 1960, os computadores eram equipamentos restritos a grandes instituições — universidades, agências

governamentais e corporações de grande porte — operados por especialistas em ambientes altamente controlados. Foi a partir dos anos 1970, com o surgimento do microprocessador e a consequente redução dos custos de *hardware*, que os computadores começaram a se inserir de forma mais ampla na rotina das empresas. Conforme aponta Raposo (2025), a introdução do microprocessador Intel 4004 em 1971 viabilizou a descentralização do processamento de dados, tornando a computação acessível a organizações de diferentes portes. Nesse período, os *mainframes* começaram a ser utilizados para automatizar processos contábeis, controle de estoques e folhas de pagamento, tarefas que até então dependiam integralmente do trabalho manual. O computador deixava de ser uma curiosidade científica e passava a ser reconhecido como uma ferramenta de gestão. É nesse contexto de crescente inserção da tecnologia no cotidiano organizacional que pesquisadores começaram a investigar as possibilidades de replicar, em máquinas, capacidades cognitivas mais complexas, o que pavimentou o caminho para os desenvolvimentos subsequentes da inteligência artificial no ambiente dos negócios.

Continuando ainda em pesquisas sobre os anos 1970, encontrou-se a definição de Marr (1977) em sua afirmativa sobre a IA ser uma ferramenta complexa de solução de problemas computacionais aprendendo com as próprias soluções encontradas.

Conforme Barrat (2013), a IA é uma ferramenta da ciência computacional que estuda formas de replicar em máquinas softwares que reproduzam o comportamento e pensamento humanos.

Assim, a inteligência artificial pode ser entendida como a capacidade das máquinas de realizar funções que, até pouco tempo, eram exclusivas dos seres humanos, como raciocinar, aprender, reconhecer padrões e tomar decisões.

De acordo com a IBM¹ (*apud* Rodrigues; Andrade, 2021), o termo se refere a qualquer inteligência semelhante à humana exibida por um computador, robô ou outra máquina, incluindo a capacidade de aprender com exemplos e experiências, reconhecer objetos, compreender e responder à linguagem e resolver problemas.

Para Winston (1992, *apud* Duarte; Fernandes, 2025), a IA é o estudo de ideias que possibilitam que os computadores sejam inteligentes, considerando conceitos como raciocínio, conhecimento, planejamento, aprendizado, comunicação e percepção.

Já Rubín (2024 *apud* Contreras; Olaya, 2024) define a IA como a capacidade das máquinas de emular e até superar certas capacidades cognitivas humanas, como o aprendizado e a tomada de decisões, por meio do processamento de grandes quantidades de informação, o que lhes permite agir de forma autônoma e se adaptar a diferentes situações.

Contudo, é relevante informar ao leitor que há dois tipos principais de IA: a) A chamada IA fraca se refere a sistemas treinados para realizar tarefas específicas com base em regras previamente definidas, como os assistentes virtuais Siri e Alexa.

¹ IBM: A International Business Machines Corporation, é uma empresa multinacional americana de tecnologia. A empresa é uma das poucas na área de tecnologia da informação com uma história contínua que remonta ao século XIX.

b) IA forte que diz respeito a sistemas capazes de generalizar o conhecimento entre domínios distintos, fazer planos com base em experiências anteriores e se adaptar conforme o ambiente muda. Segundo Rodrigues e Andrade (2021), esse segundo tipo ainda é totalmente teórico. Pensamento corroborado por Searle (1980) ao afirmar que a IA fraca representa um conjunto de programas idealizado para realizar uma tarefa específica, como, por exemplo, uma calculadora ao somar dois mais dois. Por outro lado, a IA forte vai além de simular uma mente, ela pode aprender e ter sua própria mente.

No universo da inteligência artificial, há diferentes subcampos com características e aplicações distintas. O *machine learning*, ou aprendizado de máquina, é um desses subcampos e diz respeito a sistemas que aprendem sozinhos a partir dos dados que recebem sem precisar ser explicitamente programados para cada situação. Para Mitchell (1997) o conceito de *machine learning* pode ser entendido como um computador que aprende com o desempenho de uma tarefa de forma a aplicar este aprendizado na realização de outras tarefas e/ou rotinas.

Conforme Rodrigues e Andrade (2021), esses modelos são baseados em redes neurais que tentam imitar o processo de pensamento do cérebro humano e reprogramam-se automaticamente para realizar as atividades com precisão crescente conforme mais dados são processados. Desta forma, os programas adquirem um conjunto de habilidades para serem aplicadas em outras situações.

O *deep learning*², por sua vez, é uma camada mais profunda dentro do *machine learning*. Enquanto os modelos tradicionais de aprendizado de máquina contam com apenas uma camada oculta em sua rede neural, os modelos de *deep learning* trabalham com múltiplas camadas, o que permite níveis muito maiores de precisão. É por isso que essa tecnologia viabiliza aplicações como reconhecimento facial, tradução automática e carros autônomos (Rodrigues; Andrade, 2021).

Além desses, existem outros subcampos relevantes, como o processamento de linguagem natural, que permite que os sistemas compreendam e respondam à linguagem humana de forma contextualizada, e os sistemas especialistas, que conseguem fornecer respostas técnicas em domínios específicos do conhecimento (Artero, 2009 *apud* Silva; Oliveira; Jesus, 2021). Os *chatbots*³ são uma das manifestações mais visíveis desta última categoria no cotidiano empresarial.

A história da inteligência artificial começa muito antes do que muitos imaginam. Em 1950, Alan Turing publicou o trabalho *Computing Machinery and Intelligence*, no qual propôs a questão de se as máquinas poderiam pensar e desenvolveu o chamado Teste de Turing para avaliar essa capacidade. Poucos anos depois, em 1956, John McCarthy utilizou pela primeira vez o termo inteligência artificial em uma conferência na Universidade de Dartmouth (Rodrigues; Andrade, 2021).

² técnica dentro da área de Inteligência Artificial que ensina computadores a aprender padrões complexos a partir de muitos dados de forma parecida com o funcionamento do cérebro humano.

³ programas de computador criados para simular conversas humanas, respondendo perguntas ou executando tarefas automaticamente, geralmente por texto, mas às vezes por voz.

Ao longo das décadas seguintes, a IA passou por avanços e períodos de estagnação. Em 1980, o sistema especialista XCON⁴, desenvolvido pela Digital Equipment Corporation, gerou uma economia de quarenta milhões de dólares para a empresa, sendo um marco importante porque demonstrou a utilidade prática dessas tecnologias para os negócios reais. Em 1997, o programa Deep Blue da IBM derrotou o campeão mundial de xadrez Garry Kasparov, mostrando o potencial da IA em tomada de decisão complexa (Rodrigues; Andrade, 2021).

A chegada da internet acelerou enormemente o desenvolvimento da área, pois passou a gerar volumes massivos de dados, que são o principal combustível da inteligência artificial. Nos anos 2000 e 2010, surgiram aplicações como a Siri, a Alexa, o serviço de táxi autônomo Waymo e o supercomputador Watson da IBM, que derrotou campeões do programa Jeopardy⁵.

Hoje, a IA se faz presente em praticamente todos os setores da economia e passou a fazer parte do cotidiano das organizações de formas que antes pareciam ficção científica (Rodrigues; Andrade, 2021). Uma das aplicações mais difundidas da inteligência artificial nas empresas é a automação de processos repetitivos e de baixo valor agregado. Ao assumir essas tarefas, a IA libera os colaboradores para se dedicarem a atividades mais complexas e estratégicas. Segundo Rangel *et al.* (2024 *apud* Contreras; Olaya, 2024), a automatização de tarefas rotineiras é um dos principais benefícios que a IA oferece no âmbito empresarial, justamente porque permite que os funcionários concentrem seus esforços em atividades que exigem criatividade e julgamento humano.

No setor financeiro, sistemas baseados em IA já conseguem realizar reconciliações de contas, classificar gastos e elaborar relatórios de modo automatizado. E, conforme García *et al.* (2023 *apud* Contreras; Olaya, 2024), destacam que em alguns países, pequenas e médias empresas já utilizam esses sistemas para automatizar a criação de informes e balanços, além da gestão de inventários e análise de fluxo de caixa, com resultados positivos em eficiência operacional e redução de erros humanos.

Na logística, Wang (2021 *apud* Contreras; Olaya, 2024) aponta que a IA contribui para otimizar toda a cadeia de suprimentos, desde a seleção de locais de armazenagem até a distribuição final de produtos. A capacidade de processar dados em tempo real e fazer ajustes automáticos torna esse tipo de aplicação especialmente valiosa em ambientes de alta variabilidade. Ainda na visão de Calle *et al.* (2024 *apud* Contreras; Olaya, 2024), acrescentam que a IA permite às empresas melhorar sua capacidade de antecipar e responder às demandas do mercado, otimizar os fluxos de inventário e reduzir os custos operacionais.

Os *chatbots* são talvez a aplicação de inteligência artificial mais visível para o consumidor final. Trata-se de programas de software que utilizam linguagem natural para manter conversas em tempo real com os clientes, sem necessidade de

⁴ Foi o pioneiro sistema especialista baseado em regras, desenvolvido em 1978 por John McDermott da Carnegie Mellon para a DEC (Digital Equipment Corporation).

⁵ Jeopardy! é um programa de televisão atualmente exibido pela CBS Television Distribution. É um show de perguntas e respostas variando história, literatura, cultura e ciências.

intervenção humana direta (Holtgraves *et al.*, 2007 *apud* Duarte; Fernandes, 2025). Ferramentas como o ManyChat e o ChatGPT são exemplos amplamente utilizados, sobretudo por micro e pequenas empresas que não dispõem de equipes numerosas para atendimento contínuo.

A pesquisa de Duarte e Fernandes (2025), realizada com 14 MPEs (Micro e Pequenas Empresas) brasileiras, mostrou que todos os gestores avaliaram positivamente a simulação de prospecção com IA, destacando a personalização, a adaptabilidade e a eficiência da ferramenta. A IA foi capaz de ajustar as mensagens ao contexto de cada cliente, proporcionando interações mais dinâmicas e alinhadas às preferências individuais. Além disso, 71% das empresas participantes consideraram a IA mais eficiente do que as abordagens tradicionais de prospecção.

Kaczorowska-Spychalska (2019 *apud* Duarte; Fernandes, 2025) aponta que os *chatbots* intensificam as experiências e as emoções desejadas no consumidor pela empresa, ao mesmo tempo em que influenciam suas tomadas de decisão. Um chatbot com personalidade bem definida e com a capacidade de conduzir o comprador pelas diferentes fases do processo de compra, enquanto economiza seu tempo e esforço cognitivo, pode se tornar um diferencial competitivo relevante para qualquer organização, independentemente do porte.

Na área de recursos humanos, a inteligência artificial também tem mostrado resultados expressivos. A IA pode ser aplicada para desenvolver mecanismos mais objetivos de avaliação de desempenho e gestão de compensações, eliminando erros de subjetividade e tornando os processos mais justos e eficientes (Rodrigues; Andrade, 2021). Além disso, sistemas baseados em IA conseguem fazer uma correspondência mais precisa entre candidatos e vagas disponíveis, aumentando a probabilidade de satisfação do colaborador ao longo do tempo.

Segundo Xuanbei (2021 *apud* Contreras; Olaya, 2024), a big data e a IA fomentam a inovação na gestão de pessoas ao permitir o desenvolvimento de métodos de formação mais variados e uma gestão de desempenho mais focada e diversificada. Em conjunto, essas ferramentas contribuem para otimizar a gestão empresarial e fortalecer a competitividade no mercado.

A redução do turnover é outro benefício identificado na literatura. Segundo Rodrigues e Andrade (2021), relatórios de consultorias apontam que empresas de todo o mundo estão buscando novas formas de abordar a gestão de pessoas e a cultura organizacional com o auxílio da IA, justamente porque o custo da rotatividade de funcionários é muito alto, tanto em termos financeiros quanto em termos de perda de conhecimento institucional.

Entre os impactos positivos mais citados na literatura, o aumento de eficiência se destaca com consistência. A IA permite que as empresas processem volumes de dados que seriam impossíveis de analisar manualmente, identificando padrões e gerando insights de forma muito mais rápida. Rodrigues e Andrade (2021) apontam que 70% dos estudos analisados em sua revisão de literatura concluíram que a aplicação de IA gerou vantagem competitiva para as organizações que a adotaram.

A redução de custos também aparece como um impacto significativo. Ao

automatizar tarefas repetitivas, as empresas conseguem operar com equipes menores em determinadas funções ou direcionar seus colaboradores para atividades de maior valor. Contreras e Olaya (2024) destacam que, segundo múltiplos autores analisados em sua revisão sistemática, a IA contribui para reduzir custos operacionais em diversas áreas, desde a logística até a contabilidade, passando pela gestão de estoques e pela produção.

A melhoria na tomada de decisão é outro impacto de destaque. Com sistemas de apoio à decisão baseados em IA, os gestores passam a ter acesso a análises mais precisas e atualizadas, o que reduz a dependência de intuição e aumenta a confiabilidade das escolhas estratégicas. Diestra *et al.* (2021 *apud* Contreras; Olaya, 2024) destacam que a IA permite a detecção precoce de anomalias e a realização de análises preditivas baseadas em dados, probabilidades e inferência estatística, complementando a tomada de decisão humana de maneira relevante.

Por fim, a personalização de serviços representa um benefício que se destaca especialmente nas interações com os clientes. A IA consegue antecipar necessidades, criar conteúdo personalizado e identificar padrões de compra, ajudando as organizações a oferecer experiências cada vez mais adequadas a cada perfil de consumidor (Rodrigues; Andrade, 2021). Teixeira (2021 *apud* Duarte; Fernandes, 2025) estima que a IA pode aumentar a conversão de novos clientes em até 20%, enquanto a receita e a retenção podem crescer de 30% a 40%.

Sob uma perspectiva mais ampla, Silva, Azrak e Bérghamo (2024) reforçam que a implementação bem-sucedida da IA é capaz de elevar a produtividade e a lucratividade das organizações de forma significativa. Segundo os autores, a automação inteligente não apenas reduz custos operacionais, mas também capacita os gestores com insights acionáveis que permitem antecipar tendências e identificar oportunidades de negócios emergentes, conferindo às empresas uma vantagem competitiva sustentável. Além disso, a IA impulsiona a inovação ao viabilizar o desenvolvimento de produtos e serviços altamente personalizados e adaptáveis às demandas do mercado, o que transforma a tecnologia em um vetor estratégico e não apenas operacional dentro das organizações.

Marcon *et al.* (2025) acrescentam que o uso de dados em tempo real integrado a sistemas de inteligência artificial tem o potencial de transformar modelos de negócios tradicionais, ao oferecer aos gestores ferramentas poderosas para aprimorar tanto a tomada de decisões estratégicas quanto as operações do dia a dia. Por meio de algoritmos de aprendizado de máquina, as empresas conseguem prever comportamentos de consumo, identificar padrões de falhas em processos produtivos e otimizar a alocação de recursos, resultando em maior eficiência e agilidade nas respostas às variações do mercado. Trata-se, portanto, de um conjunto de benefícios que vai muito além da simples automação, posicionando a IA como elemento central da estratégia competitiva das organizações modernas.

Por outro lado, a introdução da IA nas organizações também traz desafios importantes que não podem ser ignorados. A substituição de empregos é talvez a preocupação mais debatida. Muitas funções que envolvem tarefas repetitivas e previsíveis estão sendo automatizadas, o que gera insegurança entre os

trabalhadores. Rodrigues e Andrade (2021), no entanto, apontam que a perspectiva predominante na literatura é a da inteligência aumentada, ou seja, a ideia de que a IA vem complementar e ampliar as capacidades humanas e não simplesmente substituí-las. Tyler *et al.* (2023 *apud* Contreras; Olaya, 2024) reforçam que a IA tende a gerar novas oportunidades de trabalho, mesmo que alguns postos se tornem obsoletos.

A dependência tecnológica é outro risco relevante. Quanto mais as organizações integram a IA em seus processos críticos, maior se torna a vulnerabilidade a falhas técnicas, interrupções de sistemas e ataques cibernéticos. Além disso, Diestra *et al.* (2021 *apud* Contreras; Olaya, 2024) alertam que o uso excessivo da IA sem supervisão adequada pode levar a erros na tomada de decisão, reforçando a necessidade de que esses sistemas sejam utilizados como ferramentas de apoio e não como substitutos do julgamento humano.

As questões éticas representam outro conjunto de desafios. A IA pode herdar preconceitos e vieses presentes nos dados utilizados para seu treinamento, o que pode resultar em discriminação e desigualdade nas decisões tomadas pelos sistemas. Rodrigues e Andrade (2021) também mencionam o dilema da responsabilidade: quando um sistema de IA toma uma decisão equivocada, nem sempre é claro quem deve ser responsabilizado pelo erro e suas consequências.

Por último, a segurança dos dados é uma preocupação crescente na adoção da IA. Os sistemas de inteligência artificial dependem de grandes volumes de dados para funcionar adequadamente, o que levanta questões sobre privacidade, proteção de informações sensíveis e o uso ético dessas informações. Segundo Calle *et al.* (2024 *apud* Contreras; Olaya, 2024), a resistência cultural dentro das organizações e as preocupações com privacidade e segurança são barreiras importantes para a adoção da IA, exigindo que as empresas desenvolvam estratégias claras para lidar com esses aspectos.

Outra dimensão dos impactos negativos diz respeito às pressões impostas sobre os próprios trabalhadores durante o processo de adoção da IA. Silva *et al.* (2023 *apud* Marcon *et al.*, 2025) observam que a necessidade de adquirir novas competências tecnológicas em curto prazo pode afetar significativamente a saúde mental dos colaboradores, gerando níveis elevados de estresse e ansiedade. O medo da substituição por máquinas intensifica esse quadro, contribuindo para a queda da produtividade e do bem-estar no ambiente de trabalho. Esse impacto costuma ser subestimado pelas organizações que adotam a IA com foco exclusivo nos ganhos operacionais, sem a devida atenção às implicações humanas e culturais da transição tecnológica.

Marcon *et al.* (2025) também alertam para os riscos associados à governança dos sistemas de IA nas organizações. Segundo os autores, a ausência de políticas claras de controle e de estruturas de governança bem definidas pode levar as empresas a adotarem sistemas tendenciosos, nos quais os algoritmos reproduzem e amplificam preconceitos presentes nos dados de treinamento. Esse fenômeno, conhecido como viés algorítmico, é especialmente crítico em decisões que afetam pessoas, como processos seletivos, concessão de crédito e avaliação de

desempenho. Assim, a implementação responsável da IA exige que as organizações invistam não apenas em tecnologia, mas também em práticas éticas e mecanismos de supervisão humana permanente sobre os sistemas automatizados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inteligência artificial deixou de ser uma tecnologia do futuro para se tornar uma realidade presente na gestão das organizações. Como foi possível verificar ao longo deste trabalho, suas aplicações são amplas e os benefícios potenciais são consideráveis, desde a automação de processos até a personalização do atendimento ao cliente, passando pela melhoria na tomada de decisão e na gestão de pessoas.

Ao mesmo tempo, a adoção da IA precisa ser feita de forma cuidadosa e estratégica, levando em conta os riscos envolvidos como a substituição de empregos, a dependência tecnológica, as questões éticas e a segurança dos dados. Não basta implementar a tecnologia sem garantir que os colaboradores estejam preparados para trabalhar com ela e que a cultura organizacional esteja alinhada com essa transformação.

O que fica claro, a partir da literatura analisada, é que as empresas que ignorarem esse movimento correm o risco de ficar para trás em um mercado cada vez mais competitivo e impulsionado pela inovação. A IA não é apenas uma ferramenta para reduzir custos. É uma oportunidade de criar valor, melhorar processos e oferecer experiências melhores tanto para clientes quanto para colaboradores. O desafio, portanto, não é decidir se a IA deve ser adotada, mas como fazê-lo de forma ética, responsável e alinhada aos objetivos específicos de cada organização.

REFERÊNCIAS

BARRAT, James. **Our Final Invention: Artificial Intelligence and the End of the Human Era**. New York: Thomas Dunne Books, 2013.

CONTRERAS CONTRERAS, Fortunato; OLAYA GUERRERO, Julio Cesar. Benefícios de la implementación de la inteligencia artificial en la administración de empresas: una revisión sistemática. **IMPULSO. Revista de Administración**, v. 4, n. 8, p. 213-228, out. 2024.

DUARTE, Régis Pretto; FERNANDES, Roberto Fabiano. Inteligência artificial: o caminho estratégico para potencializar a prospecção de clientes em micro e pequenas empresas do Brasil. **Revista Caderno Pedagógico**, Curitiba, v. 22, n. 1, p. 01-22, 2025.

MALINOWSKI, Sandro Antonio; RODRIGUES, Alessandra Aparecida Berton. **Aplicação da Metodologia BSC para Geração de Indicadores de Desempenho em Redes de Supermercados**. In: Administração Pública e Privada: Novas Tendências e Perspectivas. v. 9, cap. 9. Editora AYA, 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCON, Margarete de Fátima; BET, Yago Marcon; ROJO, Cláudio Antonio; PARCIANELLO, Roberta Vanessa Rojo. O uso de ferramentas de inteligência artificial nos negócios. **Revista Aracê**, São José dos Pinhais, v. 7, n. 1, p. 2652–2670, jan. 2025. DOI: 10.56238/arev7n1-161.

MARR, David. **Artificial intelligence: a personal view**. Artificial Intelligence, v. 9, n. 1, p. 37-48, 1977.

MITCHELL, Tom M. **Machine Learning**. New York: McGraw-Hill, 1997.

RAPÔSO, Cláudio Filipe Lima. A evolução das tecnologias e dos sistemas de informação: uma análise histórica dos últimos 50 anos. **Revista Tópicos**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 24, p. 1–12, ago. 2025. ISSN: 2965-6672. DOI: 10.5281/zenodo.16897676.

RODRIGUES, Beatriz; ANDRADE, António. **O potencial da inteligência artificial para o desenvolvimento e a competitividade das empresas: uma scoping review**. Gestão e Desenvolvimento, v. 29, p. 381-422, 2021.

SCHWARTZ, Evan I. **Webonomics: nine essential principles for growing your business on the World Wide Web**. New York: Broadway Books, 1997.

SEARLE, John R. Minds, brains, and programs. **Behavioral and Brain Sciences**, v. 3, n. 3, p. 417–457, 1980.

SILVA, Danihanne Borges e; OLIVEIRA, Daniela Cabral de; JESUS, Dilça Cabral de. A influência das ferramentas de big data e inteligência artificial no marketing 4.0. Research, **Society and Development**, v. 10, n. 5, e50210515296, 2021.

SILVA, Gabriel Henrique Martins da; AZRAK, Karim Dabus de Souza; BÉRGAMO, Luiz. Inteligência artificial na gestão empresarial: oportunidades e tendências. **Revista Acadêmica Online**, v. 10, n. 51, p. 1–9, 2024. DOI: 10.36238/2359-5787.2024.v10n51.108.