

# UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE A UTILIZAÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS EMPRESAS

*A BIBLIOGRAPHIC STUDY OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN COMPANIES*

*UN ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO SOBRE LA UTILIZACIÓN DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS EMPRESAS*

Karoline Silva Almeida<sup>1</sup>  
Mariane Gavioli Bergamini Fernandes<sup>2</sup>

## Resumo

A inteligência artificial é uma tecnologia que vem crescendo rapidamente. Diversas pessoas têm estudado suas aplicações em diferentes áreas empresariais, como: redes neurais, lógica fuzzy e algoritmo genético. O presente trabalho tem como objetivo coletar e analisar trabalhos relevantes dentro da literatura nos sites IEEE Xplore, Science Direct e Capes Periódicos, abordando o uso dessa tecnologia nos setores de *marketing*, recrutamento e seleção, segurança e contabilidade. Por meio da coleta de dados foi possível esboçar diagramas de linguagem de modelagem unificada (do termo em inglês Unified Modeling Language — UML) das aplicações de uso da inteligência artificial nas empresas que são objeto deste estudo. Dentre as utilizações, evidencia-se que a inteligência artificial pode trazer muitos benefícios para as empresas, entre os quais: melhora na produtividade, receita e qualidade dos processos. Em contrapartida, algumas limitações podem surgir, como a qualificação dos profissionais que utilizarão a ferramenta, os quais precisam de incentivo e possibilidades para o desenvolvimento dessas habilidades, e o custo elevado para se implementar a inteligência artificial nas empresas, fazendo-se necessário um elevado suporte financeiro, o qual nem todas as empresas estão dispostas a fornecer.

**Palavras-chave:** inteligência artificial; empresas; impactos.

## Abstract

Artificial intelligence is a rapidly growing technology. Many scholars have been studying its complications in different business areas, like: neural networks, fuzzy logic and genetic algorithms. This paper intends to collect and analyze the relevant works in the literature from the databases IEEE Xplore, Science Direct and Capes Periódicos, approaching the use of this technology in the areas of Marketing, Recruitment and Selection, Security and Accounting. Through this data collection, it was possible to draft Unified Modeling Language diagrams of the applications of artificial intelligence to the companies that are the subject of this study. Among these applications, it is clear that artificial intelligence can bring many benefits to companies, including: better productivity, profits and process quality. On the other hand, some limitations can appear, like the qualification of the professionals who will use the tool, which will need incentives and opportunities to develop these skills, and the high cost of implementing artificial intelligence in companies, which requires high financial support that not all companies are willing to provide.

**Keywords:** artificial intelligence; companies; impacts.

## Resumen

La inteligencia artificial es una tecnología que está creciendo rápidamente. Muchas personas han estudiado sus aplicaciones en distintas áreas empresariales, como: redes neurales, lógica fuzzy y algoritmo genético. El presente trabajo tiene como objetivo recolectar y analizar trabajos relevantes dentro de la literatura en las páginas web IEEE Xplore, Science Direct y Capes Periódicos, abordando el uso de esa tecnología en los sectores de *marketing*, reclutamiento y selección, seguridad y contabilidad. Por medio de la recolección de datos se pudo esbozar

---

<sup>1</sup> Especialista em Ciências de Dados e Inteligência Artificial pelo Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: karolalmeida197@gmail.com

<sup>2</sup> Professora do Centro Universitário Internacional (UNINTER). E-mail: mariane.b@uninter.com

diagramas de lenguaje unificado de modelado (del término en inglés Unified Modeling Language — UML) de las aplicaciones de uso de la inteligencia artificial en las empresas que son objeto de este estudio. Entre las utilidades, se evidencia que la inteligencia artificial puede traer muchos beneficios para las empresas, entre los cuales: mejora en la productividad, el ingreso y la calidad de los procesos. En cambio, algunas limitaciones pueden surgir, como la cualificación de los profesionales que utilizarán la herramienta, los cuales necesitan de incentivo y posibilidades para el desarrollo de esas habilidades, y el costo elevado para implementarse la inteligencia artificial en las empresas, haciendo necesario un elevado soporte financiero, lo cual ni todas las empresas están dispuestas a proveer.

**Palabras clave:** inteligencia artificial; empresas; impactos.

## 1 Introdução

A inteligência artificial (do termo em inglês *artificial intelligence* – AI) teve o seu surgimento aproximadamente entre 1943 e 1970, quando se produziu os primeiros modelos computacionais de inteligência, como o estudo sobre estruturas de raciocínio artificiais em forma de modelo matemático que imitam o sistema nervoso humano, de Warren McCulloch e Walter Pitts, e o teste de Turing, proposto por Alan Turing.

No período de 1970 a 1980 houve um declínio nos investimentos em pesquisa em inteligência artificial. Segundo Barbosa e Bezerra (2020, p. 96):

Nesse período, novos avanços técnico-científicos, em outras áreas, ganhavam destaque. Alguns deles viriam a favorecer a IA e, dialeticamente, ela também daria sua contribuição a eles, como foi o caso da difusão da internet comercial em meados da década de 1990.

Contudo, de 1980 em diante voltou a crescer o interesse pelo estudo dessa tecnologia e novos desenvolvimentos surgiram, como as redes neurais artificiais, a lógica fuzzy, os algoritmos heurísticos/metaheurísticos e o aumento da disponibilidade de dados que impulsionaram o progresso da IA.

Com o avanço nos estudos e o potencial revolucionário, as empresas vêm estudando suas atribuições em diversos setores com o objetivo de melhorar a qualidade e rapidez do seu trabalho. Segundo Segura (2018, p.110), “a introdução da IA incomoda, gera desconforto e provoca reações incríveis na capacidade de inovação e transformação da organização”.

Diante do exposto, o presente estudo tem como objetivo analisar pesquisas desenvolvidas recentemente sobre aplicações da IA nas empresas, buscando solucionar o seguinte problema: Como a inteligência artificial vem sendo utilizada nos diferentes setores das empresas?

## 2 Fundamentação teórica

Silva e Mairink (2019) citam a inteligência artificial como uma máquina que por meio de algoritmos consegue realizar diversas atividades que seriam executadas por um ser humano. Por conta desse desempenho e dos benefícios de sua utilização, muitas empresas a têm adotado em diversos departamentos. Alguns exemplos de aplicações são nos setores de *marketing*, recrutamento e seleção, transporte, atendimento e segurança.

A IBM (2022) fez um estudo sobre como as organizações estão usando a IA. Segundo o estudo, feito com uma amostra composta de 7.502 tomadores de decisão de negócios de pequenas e grandes empresas em diferentes cargos, a maioria tem implantado a IA na automação, mas pretende expandir para outras áreas das organizações.



Fonte: IBM (2022).

Ferreira (2020) fez um estudo sobre a utilização da inteligência artificial no setor de recrutamento e seleção e concluiu que a tecnologia é capaz de tornar os processos de recrutamento mais rápido e eficaz, desde que usada de forma a complementar o que já existe.

Por sua vez, Schunk (2020) utilizou a IA no atendimento ao cliente por meio de *chatbots* e pôde perceber que essa tecnologia apresenta benefícios ligados a aumento da produtividade, redução de custos e maior flexibilidade e qualidade nos atendimentos das empresas pesquisadas.

Uma análise realizada por Silva, Belluzzo e Valente (2023) sobre o uso da inteligência artificial no *marketing* digital concluiu que a IA pode contribuir para a melhora das estratégias de *marketing* digital, pois ela ajuda a personalizar campanhas, ter uma segmentação de público-alvo e criar personas, mas somente se for utilizada de forma ética e responsável.

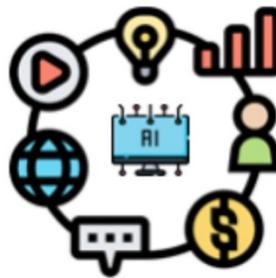
Martins, Sanchez e Araújo (2022) pesquisaram sobre a inteligência artificial focando no uso das assistentes virtuais nas empresas de forma estratégica e perceberam que é muito útil o

uso dessa tecnologia, pois auxilia no reconhecimento de padrões, na tomada de decisões e na execução de tarefas repetitivas.

A IA dentro do *marketing* pode ser aplicada para aumentar a satisfação dos clientes e realizar o crescimento de negócios. A figura 2 ilustra a IA aplicada em diversos setores dessa área. Conseqüentemente, há um enorme potencial para se aumentar as vendas e a rentabilidade das empresas.

Portanto, por meio dessas pesquisas observa-se a relevância de se estudar como a inteligência artificial vem sendo utilizada nos diferentes setores das empresas, buscando enfatizar seus riscos e benefícios.

**Figura 2:** Inteligência artificial dentro do *marketing*



**Fonte:** adaptado de Kim e Hwang (2024).

### 3 Metodologia

O presente trabalho foi construído por meio de um levantamento bibliográfico referente à aplicação da inteligência artificial nos setores de *marketing*, recrutamento e seleção, segurança e contabilidade de empresas. Segundo Sousa, Oliveira e Alves (2021, p. 68):

A pesquisa bibliográfica é importante desde o início de uma pesquisa científica, pois é através dela que começamos a agir para conhecer o assunto a ser pesquisado, ou seja, desde o início, o pesquisador deve fazer uma pesquisa de obras já publicadas sobre o assunto pesquisado, investigando as conclusões e se ainda é interessante desenvolver a pesquisa sobre esse determinado assunto.

Para este trabalho foram selecionados dois artigos sobre cada setor, e estudados de modo a construir uma tabela destacando o objetivo e as conclusões a que os autores chegaram em suas pesquisas. Com isso, foi possível mostrar as divergências e concordância entre eles, além de apontar os benefícios e as dificuldades da aplicação da inteligência artificial nesses setores.

Para aprofundar a compreensão da aplicação da inteligência artificial nos setores da empresa, foram elaborados casos de uso específico para cada setor. Cada caso apresenta um

diagrama de linguagem de modelagem unificada (do termo em inglês *Unified Modeling Language* – UML), seguido de uma explicação detalhada da aplicação da IA.

#### 4 Resultados e discussões

A aplicação da inteligência artificial nos setores de *marketing*, recrutamento e seleção, segurança e contabilidade de empresas tem trazido benefícios e alguns problemas, como mostram os estudos a seguir:

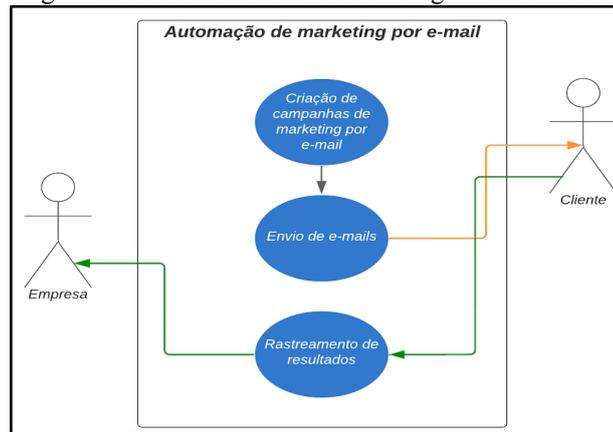
**Tabela 1:** Literatura sobre a aplicação da Inteligência Artificial no Marketing

Autor	Madeira, Neves e Branco (2020)
Setor da empresa	<i>Marketing</i>
Objetivo	Analisar ocorrências do uso da IA no marketing digital na exploração das vulnerabilidades do usuário-consumidor.
Conclusão	A IA pode ajudar na produção de conteúdo específico para cada consumidor, mas também pode ser algo perigoso, pois pode ser usada para manipular o consumidor criando necessidades que ele nem sabia que tinha.
Autor	Medeiros Júnior (2022)
Setor da empresa	Marketing
Objetivo	Identificar como a inteligência artificial impacta nas estratégias de <i>marketing</i> digital das empresas.
Conclusão	Quando se utiliza e se estrutura integralmente a inteligência artificial com os dados e processos empresariais, a empresa fica apta a transmitir e entregar o que o cliente quer e quando quer de forma personalizada, alterando essa relação entre empresa e cliente e ocasionando um nível de eficiência e eficácia nas estratégias de <i>marketing</i> . Todavia, esse avanço gera desafios de adaptação à cultura de dados e tecnologia nas empresas.

**Fonte:** elaborado pelas autoras (2024).

Através da leitura desses dois trabalhos que foram desenvolvidos olhando para o setor de Marketing foi possível notar que ambos concordam que a IA pode criar experiências personalizadas para o consumidor a partir dos dados obtidos através da sua interação na plataforma. Medeiros Júnior (2022) acredita que ambos, a empresa e o consumidor, se beneficiam com as estratégias pautadas em dados e não em sentimentos ou achismos, entregando, assim, o que o consumidor quer e quando quer de forma personalizada. Entretanto, para Madeira, Neves e Branco (2020) a IA, juntamente com o *neuromarketing*, a programação neurolinguística e a obsolescência programada, podem criar necessidades que o consumidor não tinha, manipulando, dessa forma, a vontade dos consumidores.

**Figura 3:** Diagrama UML de caso de uso da inteligência artificial no *marketing*



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2024).

Um caso de uso da IA no setor de *marketing* dá-se por meio de sua automatização por e-mail, como mostra o diagrama acima, onde a inteligência artificial, através de uma base de dados na qual há dados demográficos, interesses e histórico de compras dos clientes, cria campanhas de *marketing* por e-mail personalizadas, faz envia-a para os clientes e rastreia os resultados mediante as taxas de abertura, taxas de cliques e taxas de conversão, enviando para a empresa um relatório que ajudará na análise dos ganhos e perdas trazidos pela campanha.

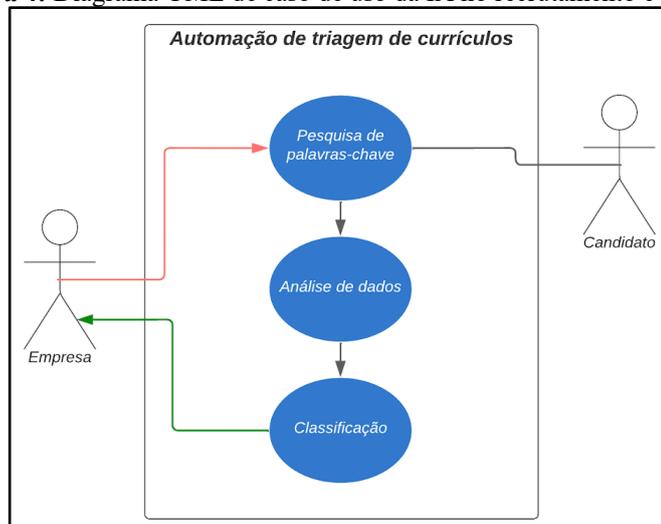
**Tabela 2:** Literatura sobre a aplicação da inteligência artificial no recrutamento e seleção

Autor	Sousa (2019)
Setor da empresa	Recrutamento e seleção
Objetivo	Analisar as contribuições da inteligência artificial no processo de recrutamento e seleção para a empresa.
Conclusão	O uso da ferramenta de inteligência artificial gera valor à empresa, dando maior visibilidade à organização no mercado, aumentando o poder de atração de talentos e promovendo a imagem de uma empresa inovadora.
Autor	Blumen e Cepellos (2023)
Setor da empresa	Recrutamento e seleção (R & S)
Objetivo	Investigar as dimensões do uso de dispositivos tecnológicos, entre eles a inteligência artificial (IA), em processos de recrutamento e seleção (R&S) sob a perspectiva de recrutadores de empresas do setor farmacêutico instaladas no estado de São Paulo.
Conclusão	O uso das tecnologias e da inteligência artificial traz como vantagem durante o processo de triagem de currículos, ganho de tempo e redução de custo, além de possibilitar que o RH se torne mais estratégico com o uso de tecnologias e IA, ois será despendido menos tempo aos processos de R&S. Nota-se que, a depender da forma como se dá o uso desses recursos, a diversidade pode ficar comprometida por vieses da IA. Os candidatos podem utilizar palavras-chave para avançar no processo e há aqueles não possuem acesso a recursos tecnológicos.

**Fonte:** elaborado pelas autoras (2024).

Observando o setor de recrutamento e seleção em ambos os trabalhos, foi possível notar que a utilização da IA possibilita ganho de tempo e agilidade no processo. Contudo, segundo Blumen e Cepellos (2023), a ferramenta ainda precisa ser melhorada, pois pode haver viés na contratação de pessoas de classes minoritárias, dificultando que haja uma maior diversidade de pessoas; além disso, alguns candidatos podem usar estratégias para serem localizados pelo algoritmo, e candidatos que não possuem acesso a tais recursos tecnológicos ficam em desvantagem no processo seletivo. É interessante destacar que quando Sousa (2019) construiu a pesquisa a IA tinha um alto custo que Blumen e Cepellos (2023) dizem já não ter.

**Figura 4:** Diagrama UML de caso de uso da IA no recrutamento e seleção



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2024).

A IA pode ser usada na triagem de currículos no setor de recrutamento e seleção, automatizando o processo, como se mostra no diagrama acima. A empresa seleciona quais habilidades ela espera que o futuro funcionário tenha e a ferramenta faz a pesquisa nos currículos por palavras-chave relevantes para uma vaga; em seguida, analisam-se os dados para identificar candidatos qualificados e classificar candidatos em categorias, como: “qualificado”, “quase qualificado” e “não qualificado”.

**Tabela 3:** Literatura sobre a aplicação da inteligência artificial na área de segurança

Autor	Almeida e Silva (2020)
Setor da empresa	Segurança
Objetivo	Aborda a aplicação de técnicas da inteligência artificial (IA) na segurança da informação, visando à identificação de arquivos executáveis maliciosos e legítimos.
Conclusão	O uso de <i>machine learning</i> para a identificação de <i>malware</i> traz resultados satisfatórios quando se trata de demonstrar a quantidade de identificações; no entanto, perde no

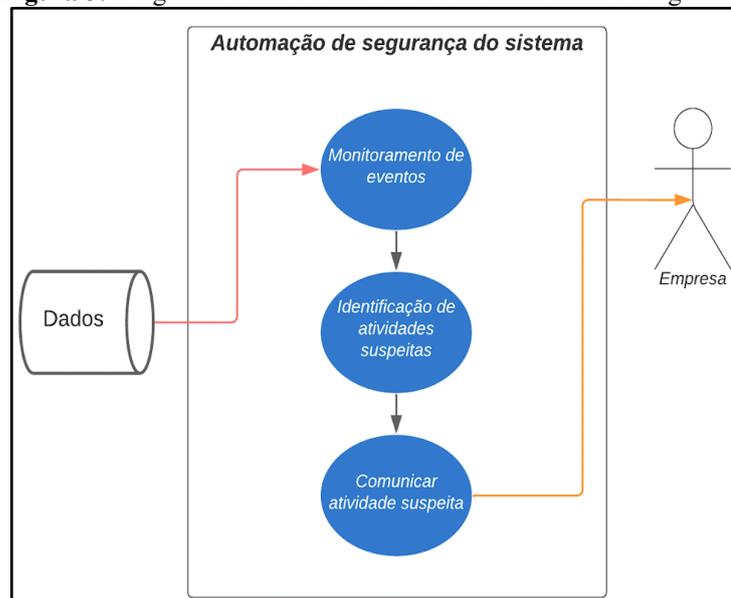
	quesito tempo de execução.
Autor	Zequim e Ribeiro (2022)
Setor da empresa	Segurança
Objetivo	Apresentar o quanto a inteligência artificial é importante para as grandes, médias e pequenas organizações, auxiliando principalmente na identificação de ataques mal-intencionados e reforçando, assim, a segurança da informação.
Conclusão	A Inteligência Artificial está sendo cada vez mais utilizada para auxiliar e prevenir esses ataques. Apesar do seu alto custo, as organizações estão cada vez mais à procura desta ferramenta para manter suas informações em segurança e se manter ativa no mercado de trabalho.

**Fonte:** elaborado pelas autoras (2024).

Já no setor de segurança, foi possível notar em ambos os projetos que a IA reduz falhas na busca de encontrar arquivos maliciosos, mas precisa se aperfeiçoar.

Zequim e Ribeiro (2022) destacam que, apesar do alto custo e da necessidade de manutenção e contratação de profissionais especializados, as empresas acreditam que essa ferramenta pode ajudar nos contra-ataques cibernéticos.

**Figura 5:** Diagrama UML de caso de uso da IA no setor de segurança



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2024).

No setor de segurança, a IA pode ser usada para automatizar uma variedade de tarefas de segurança do sistema, como monitorar os *logs* de eventos para identificar atividades suspeitas e comunicar a empresa sobre possíveis ameaças ao sistema para que se possa fazer algo de imediato para resolver.

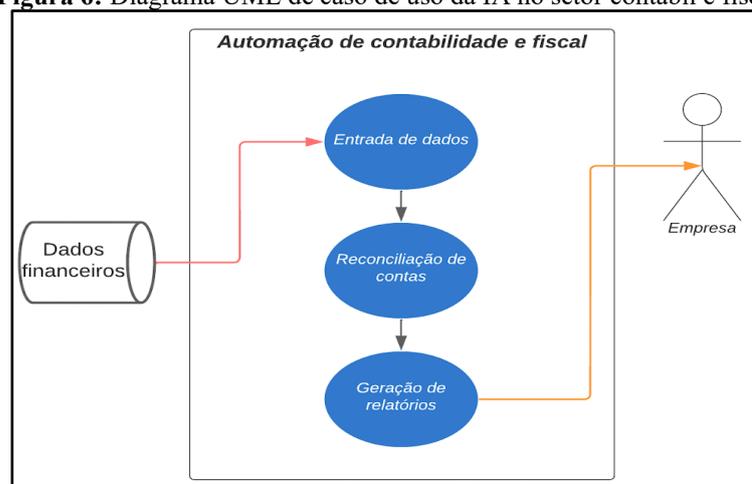
**Tabela 4:** Literatura sobre a aplicação da inteligência artificial na contabilidade

Autor	Silva, Costa e Pimenta (2022)
Setor da empresa	Contábil e fiscal
Objetivo	Analisar como as organizações estão utilizando técnicas de inteligência artificial, com enfoque nos setores contábil e fiscal.
Conclusão	Existem lacunas na pesquisa e na utilização da inteligência artificial nos setores contábil e fiscal. Na contabilidade, a maioria das aplicações está ligada a processos de auditoria e fiscalização, nos quais a inteligência artificial consegue, inclusive, desempenhar análises mais profundas e precisas do que os humanos. Na área fiscal, os estudos e ferramentas se concentram na área governamental, para coibir a evasão de divisas.
Autor	Mendonça, Rosa e Leal (2022)
Setor da empresa	Contábil
Objetivo	Explicar possibilidades de utilização dos recursos oferecidos na aplicação de IA em soluções de <i>machine learning</i> (ML) e <i>business intelligence</i> (BI) para aprimoramento dos processos de auditoria de empresas de médio e grande porte, através do desenvolvimento de soluções que auxiliem e/ou automatizam o processo de auditoria.
Conclusão	Apesar de esses recursos tecnológicos ainda serem vistos como inacessíveis do ponto de vista orçamentário, sua aplicação é válida quando considerados os resultados e as garantias dispostas.

Fonte: elaborado pelas autoras (2024).

Por fim, no setor contábil, em ambos os projetos foi possível notar que a IA traz benefícios para a área, com capacidade de melhorar a eficiência e a precisão do trabalho, mas precisa-se ter profissionais qualificados para sua utilização.

**Figura 6:** Diagrama UML de caso de uso da IA no setor contábil e fiscal



Fonte: elaborado pelas autoras (2024).

A inteligência artificial pode ser utilizada para automatizar tarefas de contabilidade e fiscal com a automação de processos robóticos (do termo em inglês *Robotic Process*

*Automation - RPA*). Como se mostra no diagrama, a automação com o uso de dados financeiros de sistemas contábeis irá conciliar contas bancárias e registros financeiros, ajudando a identificar erros e inconsistências e a gerar relatórios com esses problemas, dando a empresa a oportunidade de verificá-los e corrigi-los.

## 5 Considerações finais

Conclui-se que a utilização da tecnologia inteligência artificial apresenta vários benefícios às empresas, pois através dos dados coletados pode-se observar que os resultados em diversos setores melhoram o tempo de execução dos processos e a personalização de produtos para os clientes, servindo para entender como estão os resultados a partir de relatórios.

Entretanto, é necessário estar atento à qualificação dos profissionais na área, pois são poucos os profissionais que têm conhecimento dessa tecnologia, devendo-se incentivá-los ou proporcionar-lhes possibilidades para o desenvolvimento dessas habilidades, o que ajudaria na implementação dessa ferramenta nas empresas. A empresa também precisa se organizar financeiramente para a implementação dessa ferramenta, que pode ter um alto custo inicial.

Com o avanço da tecnologia, pode ser que haja ainda mais oportunidades de implementação da inteligência artificial. Por isso, faz-se relevante continuar os estudos sobre aplicações da IA em outros setores de empresas e em outros empreendimentos, como clínicas médicas, empresas educacionais e centros esportivos.

## Referências

ALMEIDA, A. B. G.; SILVA, J. L. Inteligência Artificial aplicada à segurança da informação. **Perquirere**, [s. l.], v. 2, n. 17, p. 241-254, maio/ago. 2020. Disponível em: [revistas.unipam.edu.br/index.php/perquirere/article/view/2040](http://revistas.unipam.edu.br/index.php/perquirere/article/view/2040). Acesso em: 1º mar. 2024.

BARBOSA, X. C.; BEZERRA, R. F. Breve introdução à história da Inteligência Artificial. **Jamaxi**, [s. l.], v. 4, n. 1, p. 90-97, 2020. Disponível em: [periodicos.ufac.br/index.php/jamaxi/article/view/4730](http://periodicos.ufac.br/index.php/jamaxi/article/view/4730). Acesso em: 1º mar. 2024.

BLUMEN, Daniel; CEPellos, Vanessa. Dimensões do uso de tecnologia e Inteligência Artificial (IA) em Recrutamento e Seleção (R&S): benefícios, tendências e resistências. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, e2022-0080, mar./abr. 2023. DOI: [doi.org/10.1590/1679-395120220080](https://doi.org/10.1590/1679-395120220080). Disponível em: [scielo.br/j/cebape/a/5GNmGM3h3Yfrg96TX8mcTMC/?format=pdf](http://scielo.br/j/cebape/a/5GNmGM3h3Yfrg96TX8mcTMC/?format=pdf). Acesso em: 1º mar. 2024.

FERREIRA, B. P. **Inteligência Artificial no recrutamento e seleção: amiga ou inimiga?** Percepções e atitudes de profissionais de recrutamento e seleção portugueses. 2020. Dissertação (Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultoria Organizacional) —

Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2020. Disponível em: [repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/21871/1/master\\_beatriz\\_ponte\\_ferreira.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/21871/1/master_beatriz_ponte_ferreira.pdf). Acesso em: 4 mar. 2024.

IBM Global AI Adoption. **IBM Corporation**. 2022. Disponível em: <https://www.ibm.com/watson/resources/ai-adoption>. Acesso em: 4 mar. 2024.

KIM, D.; HWANG, G. H. Machine Learning and Artificial Intelligence use in Marketing. **International Journal of Intelligent Systems and Applications in Engineering**, [s. l.], v. 12, n. 5s, p. 266-272, 2024. Disponível em: <https://ijisae.org/index.php/IJISAE/article/view/3884>. Acesso em: 4 mar. 2024.

MADEIRA, A. C. M.; NEVES, B. C.; BRANCO, D. J. O Uso da Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing Digital: Exploração das vulnerabilidades do usuário-consumidor. **Journal of Digital Media & Interaction**, Aveiro, Portugal, v. 3, n. 8, p. 95-111, 2020. DOI: [doi.org/10.34624/jdmi.v3i8.14434](https://doi.org/10.34624/jdmi.v3i8.14434). Disponível em: [proa.ua.pt/index.php/jdmi/article/view/14434/17200](https://proa.ua.pt/index.php/jdmi/article/view/14434/17200). Acesso em: 4 mar. 2024.

MARTINS, T. A.; SANCHEZ, C. R.; ARAÚJO, L. S. Um estudo da inteligência artificial sobre impactos das assistentes virtuais nas empresas. **Revista Interface Tecnológica**, [s. l.], v. 19, n. 2, p. 319-329, 2022. DOI: [doi.org/10.31510/infa.v19i2.1543](https://doi.org/10.31510/infa.v19i2.1543). Disponível em: [revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1543/812](https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1543/812). Acesso em: 4 mar. 2024.

MEDEIROS JÚNIOR, A. *et al.* Os impactos da Inteligência Artificial nas estratégias de marketing. **Revista Fatec Zona Sul**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 1-24, 2022. DOI: [doi.org/10.26853/Refas\\_ISSN-2359-182X\\_v09n01\\_02](https://doi.org/10.26853/Refas_ISSN-2359-182X_v09n01_02). Disponível em: [revistarefas.com.br/RevFATECZS/article/view/574/415](https://revistarefas.com.br/RevFATECZS/article/view/574/415). Acesso em: 4 mar. 2024.

MENDONÇA, L.; ROSA, B.; LEAL, G. A utilização de inteligência artificial - *machine learning e business intelligence* - na detecção e prevenção de fraudes contábeis: primeiras aproximações. **Enciclopédia Biosfera**, [s. l.], v. 19, n. 41, 2022. Disponível em: [conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/5510?articlesBySameAuthorPage=2](https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/5510?articlesBySameAuthorPage=2). Acesso em: 4 mar. 2024.

SCHUNK, L. M. **O uso de Inteligência Artificial por meio de chatbots no processo de atendimento ao cliente**: um estudo sobre seus benefícios. 2020. Dissertação (Mestrado em Administração) — Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2020. Disponível em: [repositorio.fgv.br/items/bc3e92d2-4290-429b-8843-0ce4eae4b103](https://repositorio.fgv.br/items/bc3e92d2-4290-429b-8843-0ce4eae4b103). Acesso em: 4 mar. 2024.

SEGURA, M. Inteligência Artificial aplicada a negócios. **Revista Inteligência Competitiva**, [s. l.], v. 8, n. 3, p. 101-110, jul./set. 2018. DOI: [doi.org/10.24883/IberoamericanIC.v8i3.308](https://doi.org/10.24883/IberoamericanIC.v8i3.308). Disponível em: [iberoamericanic.org/rev/article/view/308/pdf\\_156](https://iberoamericanic.org/rev/article/view/308/pdf_156). Acesso em: 4 mar. 2024.

SILVA, D. R.; COSTA, D. F.; PIMENTA, A. A influência da inteligência artificial na contabilidade e na tributação das organizações: uma revisão de literatura. *In*: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE CONTABILIDADE, 22., 2022, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2022. Disponível em: [congressosp.fipecafi.org/anais/22UspInternational/ArtigosDownload/3929.pdf](https://congressosp.fipecafi.org/anais/22UspInternational/ArtigosDownload/3929.pdf). Acesso em: 4 mar. 2024.

SILVA, E. B.; BELLUZZO, R. C. B.; VALENTE, V. C. P. N. Inteligência artificial para marketing digital: ferramentas, riscos e estratégias. *In*: ALBINO, J. P.; VALENTE, V. C. P.

N. (org.). **Inteligência artificial e suas aplicações interdisciplinares**. Rio de Janeiro: e-Publicar, 2023. p. 94 -112. Livro em PDF. Disponível em: [editorapublicar.com.br/ojs/index.php/publicacoes/article/view/793/438](http://editorapublicar.com.br/ojs/index.php/publicacoes/article/view/793/438). Acesso em: 1º mar. 2024.

SILVA, J. A. S.; MAIRINK, C. H. P. Inteligência artificial: aliada ou inimiga. **LIBERTAS: Revista de Ciências Sociais Aplicadas**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 64-85, ago./dez. 2019. Disponível em: <https://famigvirtual.com.br/famig-libertas/index.php/libertas/article/view/247>. Acesso em: 1º mar. 2024.

SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L. H. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, Monte Carmelo, v. 20, n. 43, 2021. Disponível em: [revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336](http://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336). Acesso em: 4 mar. 2024.

SOUSA, N. F. **aplicações de inteligência artificial no processo de recrutamento e seleção**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) — Centro Universitário Christus, Fortaleza, 2019. Disponível em: [repositorio.unichristus.edu.br/jspui/bitstream/123456789/982/1/TCC%20PG%20APLICA%c3%87%c3%95ES%20DA%20IA%20NO%20PROCESSO%20DE%20R%26S.pdf](http://repositorio.unichristus.edu.br/jspui/bitstream/123456789/982/1/TCC%20PG%20APLICA%c3%87%c3%95ES%20DA%20IA%20NO%20PROCESSO%20DE%20R%26S.pdf). Acesso em: 1º mar. 2024.

ZEQUIM, E. P.; RIBEIRO, D. F. O papel da inteligência artificial na segurança cibernética: o uso de sistemas inteligentes em benefício da segurança dos dados das empresas. **Interface Tecnológica**, [s. l.], v. 19, n. 1, p. 21-33, 2022. DOI: [doi.org/10.31510/infra.v19i1.1358](https://doi.org/10.31510/infra.v19i1.1358). Disponível em: [revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1358/748](http://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1358/748). Acesso em: 1º mar. 2024.