

CENTRO PAULA SOUZA
Etec PADRE CARLOS LEÔNCIO DA SILVA
ENSINO MEDIO INTEGRADO AO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIOS PARA FORMALIZAÇÃO DE EMPRESAS
COM O AUXÍLIO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Bianca Cristiny de Souza Gonçalves Santos¹

Joyce Caroline Aparecida Faria Nunes²

Rafael Felipe Nogueira Ferreira³

Raphaella Eduarda Guilherme da Rocha⁴

Wallison Domingos da Silva⁵

Vivian Manuci Carvalho⁶

Resumo: A presente pesquisa tem como objetivo auxiliar as empresas não formalizadas a compreender a importância da formalização, e também, elaborar um plano de negócios por meio da inteligência artificial. Para isso, foi realizado um estudo de caso em uma loja de roupas streetwear, por meio da aplicação de entrevistas e questionários com o proprietário do negócio. Os resultados apontam que a falta de um planejamento e a não formalização, dificultam o crescimento da empresa. Desse modo nota-se as empresas de pequeno porte podem além de se prevenir, alcançar melhores resultados.

Palavras-chave: Planejamento. Inteligência Artificial. Administração de Empresas.

1 INTRODUÇÃO

A formalização de uma empresa, é uma das partes essenciais para impulsionar o crescimento e aumentar a margem de lucros, já que empresas não formalizadas têm maiores riscos com a fiscalização da Receita Federal e outros órgãos públicos, além de não poderem emitir nota fiscal e não terem acesso a créditos especiais em bancos, o que dificulta o progresso da empresa.

Sendo assim, surge à necessidade de evitar tais burocracias e buscar formas de formalizar a empresa sem muitos custos, já que a ideia de tornar uma empresa

¹ Técnico em administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. bianca.santos668@etec.sp.gov.br

² Técnico em administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. joyce.nunes@etec.sp.gov.br

³ Técnico em administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. rafael.ferreira316@etec.sp.gov.br

⁴ Técnico em administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. raphaela.rocha6@etec.sp.gov.br

⁵ Técnico em administração – Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. wallison.silva3@etec.sp.gov.br

⁶ Especialista em gestão de pessoas. Professor da Etec Padre Carlos Leônicio da Silva. vivian.carvalho@etec.sp.gov.br

formal ainda é evidenciado como caro. De acordo Selim et al. (2005, p.03) “Plano de negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”

Logo, a formalização das empresas pode ajudá-las a serem mais estruturadas e eficientes, ampliando seu acesso a créditos e investimentos, além de aumentar a margem de lucros e produtividade, auxiliando assim na geração de empregos. Além disso o uso da IA para produzir um Plano de negócios, pode fazer com que o objetivo da empresa seja alcançado mais rápido, esse estudo contribui para a compreensão e avanço das aplicações práticas da inteligência artificial promovendo a integração entre a tecnologia e os negócios.

O objetivo deste projeto é auxiliar empresas na formalização de seus negócios. Para isso, será realizada um estudo de caso, que segundo Lüdke e André (1986, p.17), visa a descoberta sobre um determinado tema, com objetivo de investigar sobre o impacto da implementação de soluções de inteligência artificial e das operações estratégicas nas empresas. Além disso, buscando compreender os benefícios, desafios e oportunidades gerados pela tecnologia em relação à formalização das empresas. Também será feita uma entrevista com a empresa escolhida, buscando a coleta de informações orientativas para aquelas que ainda não estão formalizadas, garantindo que tenham acesso a recursos e orientações úteis para o processo de formalização.

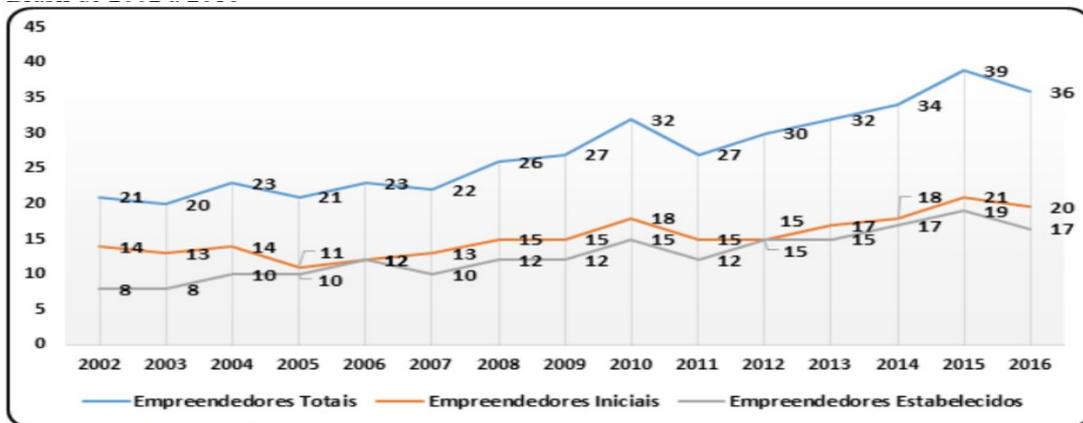
2 DESENVOLVIMENTO

2.1 INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas.

Dornelas (2005, p. 26 apud Cruz Júnior et al, 2006), afirma que o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas.

Gráfico 1. Taxa de empreendedorismo
Segundo o estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE, no Brasil de 2002 a 2016.



Fonte. GEM (2016), adaptado pelos autores

2.2 PLANEJAMENTO EMPRESARIAL

De acordo com Sebrae (2024) “Um plano de negócios é um documento estruturado que descreve detalhadamente todos os aspectos de um empreendimento, desde sua visão e missão até sua operação prática e estratégias de crescimento”. Ou seja, é todo o planejamento de uma empresa, que será essencial para o desenvolvimento e evolução da própria, já que o plano irá evidenciar os custos e as despesas do negócio, desde seu investimento inicial, até a projeção de receita e lucro para os próximos anos.

Embora o plano de negócios não garanta o sucesso empresarial, ele facilita a tomada de decisões mais informadas. Ao fornecer uma descrição detalhada do negócio, o plano melhora as negociações e ajuda a responder às questões de fornecedores, distribuidores, instituições financeiras, sócios e da própria equipe empreendedora (PEREIRA, 2022).

Ainda seguindo com o guia do Sebrae (2024), para a elaboração de um plano de negócios, é necessário seguir etapas que são classificadas em: resumo executivo, descrição da empresa, análise de mercado, produtos e serviços, plano operacional, estratégias de vendas, equipe de gestão e também a projeção financeira, pelo qual cada uma tem uma função primordial dentro do desenvolvimento da empresa, já que seguindo esta lógica é fundamental o controle a longo prazo, sendo assim, de acordo com Mintzberg, (2017, p. 135) "O planejamento estratégico é um processo contínuo e sistemático de formulação e implementação de decisões que definem a direção de longo prazo da organização e a forma como ela deve se adaptar às mudanças do ambiente externo e interno".

Sendo assim, segue o quadro com os itens importantes dentro da elaboração de um plano de negócio:

Quadro 1 – Etapas a serem seguidas na elaboração de um plano de negócio

Sumário Executivo	<p>É o primeiro passo a ser feito na execução do plano de negócios, visto que ele é o fator principal para identificar sua empresa em meio as outras.</p> <p>O sumário executivo é um resumo de todo projeto. Nele deve constar a proposta do planejamento, quais serviços ou produtos serão ofertados, quais estratégias de vendas serão atribuídas, quais necessidades dos clientes serão supridas, quem são os clientes, valor a ser investido, informações sobre estimativas de vendas, custos, lucros, tempo de retorno de investimento, além de todas as características do negócio. Para que desta forma, o leitor visualize a ideia ofertada. (Cruz e Silva 2015, p.6)</p>
A empresa	<p>De acordo com o Sebrae (2024), em relação a empresa é preciso apresentar uma visão geral da sua empresa, incluindo a missão, que significa o propósito da empresa, ou seja, por qual razão ela foi criada, a visão, que é até onde ela quer chegar e alcançar seus objetivos, e os valores, que são os princípios que guiam as ações e decisões da empresa. Além disso, deverá ser informada a estrutura do empreendimento, a sua descrição legal, nome fantasia, localização, setor, dentre outras informações básicas.</p>
Análise de Mercado	<p>“O mercado é um grupo de consumidores que têm necessidades e interesses similares, poder aquisitivo e disposição para comprar”. Sendo assim, ser aceito pelo mercado é o objetivo de qualquer empreendimento, pois se trata dos futuros consumidores do projeto, ou seja, o sucesso ou fracasso do planejamento é resultado da aceitação</p>

	ou não do mercado/público alvo. (Maximiniano 2011, p. 104 apud)
Produtos e serviços	<p>Nessa parte, serão pontuados os produtos ou serviços pelo qual a empresa oferece.</p> <p>O empreendedor deverá informar os produtos ou serviços ofertados, com suas características próprias, a diferença do produto desenvolvido com os demais que estão no mercado, sua competitividade frente a concorrência, os itens que farão parte do pacote de serviços, o material utilizado, insumos e demanda. (TÓFOLI, 2014 apud Cruz e Silva, p.7)</p>
Plano de Marketing	Segundo Sife (2014), “Um Plano de Marketing é um documento que detalha as ações necessárias para atingir um ou mais objetivos de marketing, adaptando-se a mudanças e identificando tendências.” Já que para uma boa divulgação da empresa, e otimizar as vendas, é necessário estratégias de marketing, para atingir o público-alvo da empresa.
Plano Operacional	Segundo o guia do Sebrae (2024), é necessário detalhar como sua empresa funcionará no dia a dia, listando os fornecedores, parceiros e recursos necessários. É importante também uma boa equipe de gestão, já que essas pessoas contribuirão para o sucesso da empresa.
Projeções Financeiras	A parte financeira deverá refletir sobre todo o plano, incluindo ganhos, despesas gerais, com marketing, com pessoal, custos fixos e variáveis, além de projeções e indicadores, de forma que os objetivos e as metas descritas no plano, desenhem os dados financeiros por meio

	dos demonstrativos. (Dornelas, 2008 apud Cruz e Silva 2015, p. 10)
--	--

Fonte: Elaborada pelos próprios autores com base em Sebrae, 2024.

2.3 PROCESSOS PARA FORMALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Segundo Caetano (2006), “Abrir a primeira empresa é como ganhar asas! Ser empreendedor é voar”. Abrir uma empresa é realmente como ganhar asas, é um passo emocionante rumo à liberdade e à realização pessoal e profissional. Ser empreendedor é voar alto, mas requer coragem, planejamento e a disposição para enfrentar os desafios que surgem pelo caminho.

Depois de identificada a oportunidade de empreendimento e uma vez redigido o plano de negócio, se inicia um momento muito importante que é hora do empreendedor colocar as suas ideias em prática e abrir a empresa. Criar uma empresa legalmente exige muita paciência e determinação para lidar com os procedimentos burocráticos exigidos por alguns órgãos governamentais. (DIAS, 2010, p.37).

Segundo Júnior e Pisa (2010, p. 74), “Um empreendedor de verdade não pode deixar-se abater nessa primeira fase da realização de seu sonho.” A formalização de uma empresa é o processo pelo qual um negócio é registrado e reconhecido legalmente. Essa fase inicial é fundamental para garantir que a empresa opere dentro da lei, além de possibilitar benefícios como acesso a crédito, proteção jurídica e a possibilidade de emitir notas fiscais.

Ter uma empresa devidamente registrada conforme a lei não só é importante para se evitar a informalidade como também para o seu crescimento, quando ela cresce, se torna conhecida e ganha espaço no mercado, tendo assim a oportunidade de fornecer seus produtos ou serviços para grandes redes de varejo ou até mesmo participar de licitações públicas para ter como um de seus clientes o governo. Para isso a empresa deverá ser registrada legalmente, tendo um CNPJ (cadastro nacional da pessoa jurídica). (DIAS, 2010, p.37).

A formalização de uma empresa é um passo importante para garantir sua legalidade e acesso a benefícios, mas muitos empreendedores ainda hesitam em dar esse passo. Um dos principais motivos para esse receio é a preocupação com o impacto que a formalização pode ter sobre o emprego e a dinâmica do mercado de trabalho.

Apesar de o desemprego ser um dos grandes motivos pela expansão da informalidade não é o único, outros se destacam como baixa-escolaridade, condição habitacional ruim e acesso limitado a tecnologia e informação. Existem também aquelas pessoas que optam por esse tipo de trabalho, pela liberdade de fazer escolhas, quanto a horário, tipo de serviço, ausência de um superior, ou seja, para terem liberdade de agirem conforme seu interesse e necessidades. (SILVA, 2011, p.20)

O receio das empresas em se tornarem formais é compreensível diante da complexidade das leis estabelecidas. Porém, entender que a formalização não apenas protege os direitos dos empresários, mas também contribui para um mercado mais justo.

As principais circunstâncias que levam os trabalhadores a optarem pelo trabalho informal decorrem da privação da capacidade para tornarem-se trabalhadores assalariados, desemprego (pela falta de capacidade ou por exclusão) e escolha pessoal. (SILVA, 2011, p.20)

2.4 IMPACTO DA TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO

Para Gonçalves (1994) a tecnologia é essencial para as operações empresariais em diversas áreas, influenciando tanto a produção quanto a gestão. A importância dada a cada tipo de tecnologia pode variar conforme as prioridades e conhecimentos dos líderes empresariais, bem como as condições do mercado ou outros fatores externos. Isso sugere que a tecnologia é não apenas uma ferramenta operacional, mas também estratégica, com diferentes aspectos ganhando destaque conforme as necessidades e circunstâncias da empresa.

De acordo com Santos e Pinheiro (2007, p.13) "É uma ferramenta que relaciona todos os detalhes relevantes para a implantação do negócio, assim foi possível avaliar a viabilidade do empreendimento."

Segundo Stragia (2006), no atual quadro econômico, marcado pela alta competitividade, qualidade dos produtos e concorrência acirrada, cada vez mais o êxito empresarial depende da capacidade de a empresa inovar tecnologicamente. Colocando novos produtos no mercado, a um preço menor, com uma qualidade melhor e a uma velocidade maior do que seus concorrentes.

Paletta (2008) entende que em um cenário econômico caracterizado por alta competitividade e concorrência intensa, o sucesso das empresas está cada vez mais ligado à sua habilidade de inovar tecnologicamente, oferecendo novos produtos com melhor qualidade, preços mais baixos e maior agilidade em comparação aos concorrentes.

2.5 INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS EMPRESAS

Segundo Souza (2023), a crescente evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e a popularização dos dispositivos digitais têm levado as Inteligências Artificiais (IAs) a desempenharem um papel cada vez mais relevante em diversos setores, incluindo o de vendas. Essas tecnologias têm transformado significativamente as estratégias das empresas ao interagir com clientes, otimizando e tornando o processo de vendas mais eficiente.

Oliveira (2021, p. 5-10 apud Souza, 2023), apresenta a incorporação das IAs nas operações comerciais teve um impacto dramático no processo de vendas. Estima-se que até 2025, 30% das auditorias corporativas serão

conduzidas por bots de IA devido à automação e ao processamento de esquemas. Embora essa adoção tenha trazido benefícios como a redução de custos e o aumento da eficiência, também criou desafios, sendo um dos principais as perdas de empregos. Além disso, questões de responsabilidade também foram apontadas como um problema do uso de IAs. A inteligência artificial é utilizada para melhorar as interações com os clientes, especialmente através de chatbots que podem fornecer informações em tempo real.

Pereira (2021, apud Souza, 2023) destaca que as abordagens para avaliar o sucesso das Inteligências Artificiais (IAs) consideram a capacidade humana de desempenho e raciocínio. Nesse sentido, as IAs funcionam como sistemas informatizados que simulam o pensamento humano e são empregadas em diversas áreas, como finanças, educação, saúde, negócios e casas inteligentes. Além disso, essas tecnologias impulsionam a inovação empresarial e oferecem benefícios como redução de custos, aumento da produtividade, flexibilidade e melhoria da qualidade. A utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) é essencial, pois permite a coleta, armazenamento, gestão e processamento de dados necessários para alcançar os objetivos de negócios.

Souza (2023) observa que a integração da inteligência artificial no atendimento ao cliente e nas interações comerciais trouxe avanços como o uso de chatbots, incluindo assistentes virtuais como Siri, Alexa e Cortana, que oferecem respostas instantâneas e personalizadas. Embora esses recursos apresentem vantagens significativas, também surgem preocupações sobre as limitações da interação humana e a eficácia dessas tecnologias. A inteligência artificial está influenciando estratégias de marketing e melhorando a comunicação com os consumidores. Além disso, na gestão de vendas, a IA enfrenta desafios relacionados a dados incompletos, colaboração entre departamentos e gestão de informações. A combinação de IA e ciência de dados tem promovido melhorias na eficiência da produção e na previsão de vendas, impactando os perfis dos clientes, os chatbots e a precificação dinâmica, apesar da resistência à adoção de novas tecnologias. Em suma, a IA tem o potencial de transformar as operações empresariais, aumentando a eficiência, a personalização e a automação dos processos.

Vladimirovich (2020, p. 1-10 apud Souza, 2023) afirma que estes sistemas baseados em IA podem ajudar a promover uma evolução nas estratégias de vendas e podem ajudar a otimizar o processo de venda, aumentar o valor dos produtos e melhorar a comunicação com o cliente. À medida que o cenário do marketing Business to Business (B2B) evolui, a IA tem o potencial de fornecer um maior grau de precisão nas informações relacionadas aos clientes, previsões de demanda mais precisas, ciclos de negócios mais curtos e uma comunicação mais eficaz entre as equipes de marketing e vendas. Este fenômeno está associado à transição da era do marketing humano para a era do marketing digital, durante a qual a tecnologia de IA fornece às empresas o entendimento e as capacidades necessárias para compreender e satisfazer as necessidades de cada um dos seus clientes.

3 COMO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PODE CONTRIBUIR NA ESTRUTURAÇÃO DE UM NEGÓCIO

3.1 Cenário de empresas não formalizadas

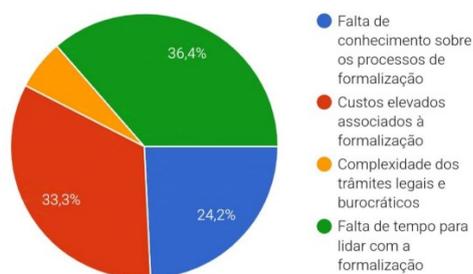
Conforme pesquisas bibliográficas realizadas, fica perceptível a eficiência em formalizar uma empresa, através do desenvolvimento de um plano de negócios. Para evidenciar esta necessidade, foi desenvolvido um questionário via ferramenta Google Forms para identificar a porcentagem de empresas que não são formalizadas e entender seus motivos.

Entre os indivíduos questionados, a maior fonte de respostas fora indicada pelos setores de Varejo, Tecnologia e Alimentação, com percentual respectivo de: 38,7%, 6,5% e 9,7%. Um dos desafios enfrentados, foram atingir o público alvo correto referente ao setor, além de competir com empresas maiores que já estão a mais tempo no mercado, o que acarreta também a dificuldade em criar campanhas eficazes para chamar atenção de seu público. Os custos elevados associados a formalização, é uma das opções de maior problematização sobre o tema, atingindo um percentual de 35,5%, além da falta de tempo para lidar essa burocracia, com 38,7% das respostas. Com isso, indica que 51,6% dos empreendedores questionados, talvez consideraria utilizar as ferramentas da Inteligência Artificial para análise de dados e concorrência durante a elaboração do Plano de Negócio.

Gráfico 1 – Dados coletados do Google Forms

Qual é o principal motivo que impede sua empresa de se formalizar atualmente?

33 respostas



Fonte: Elaborada pelos próprios autores, 2024.

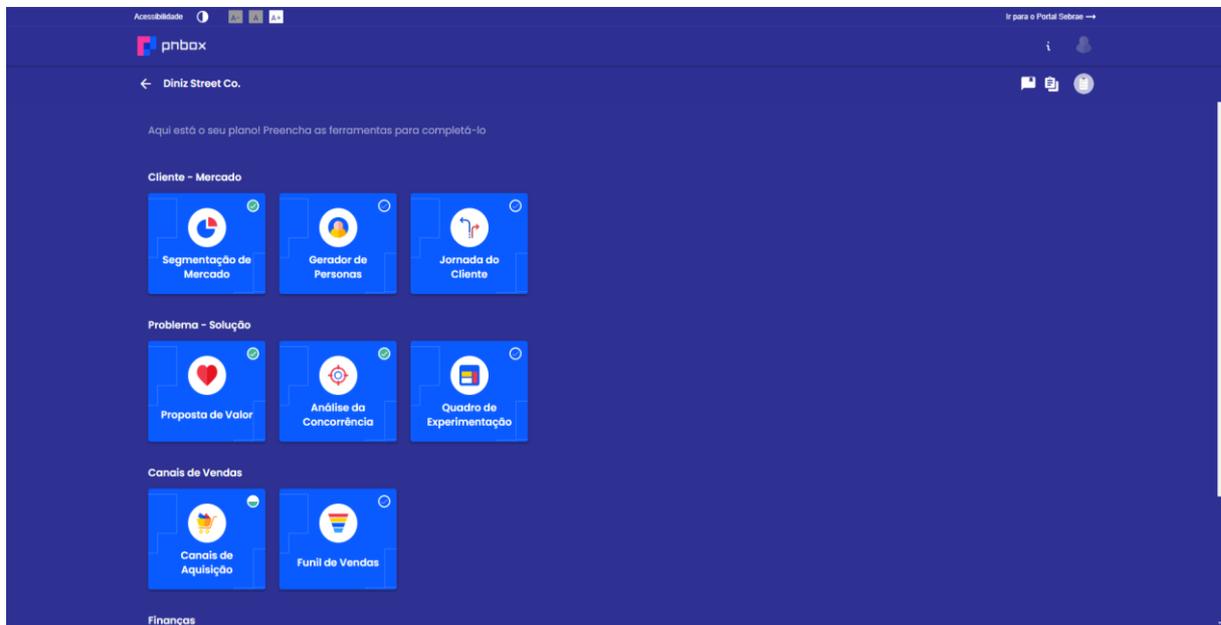
Assim, mediante a coleta de dados, uma loja de roupas se interessou pela formalização e a criação de plano de negócio por meio da inteligência artificial. Sendo possível identificar os problemas que possam estar atrapalhando o crescimento da empresa, além de implementar novas estratégias de negócios e acelerar processos que são repetitivos.

3.2 Estudo de caso em uma loja de roupas

Foi realizado um estudo de caso em uma loja criada em 2024, no setor comercial especializada na venda de camisetas streetwear, focada com vendas online na rede social Instagram, pela qual não possui loja física mas pretende expandir seu ambiente comercial. Sua missão é oferecer um vestuário confortável e de boa qualidade para os seus clientes.

Aplicou a PNBOX, uma ferramenta totalmente digital desenvolvida pelo Sebrae que auxilia na construção do plano de negócio, facilitando a compreensão do CEO da empresa, possibilitando uma ampla visão da sua empresa.

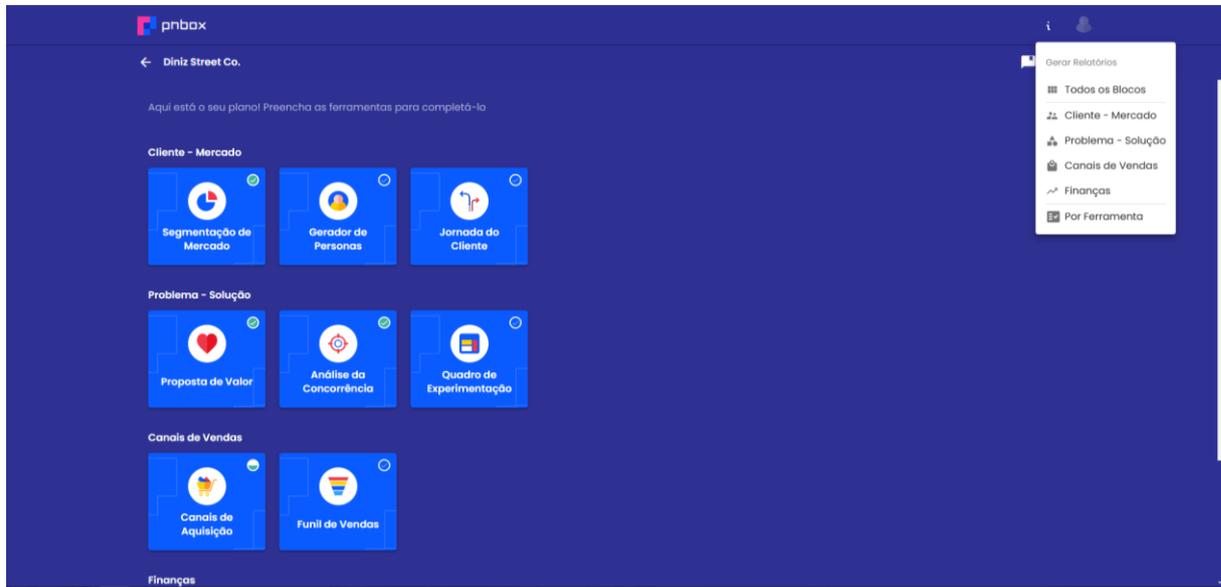
Figura 1 – Tela de início da ferramenta PNBOX



Fonte: PNBOX – Sebrae, 2024

Nessa ferramenta, é possível gerar relatórios, além de proporcionar uma melhor visão sobre projeções financeiras que ocorrem dentro da empresa, e também a relação com clientes, canais de vendas, possíveis problemas e soluções.

Figura 2 – Aba para gerar relatórios



Fonte: PNBOX – Sebrae, 2024

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho investigou o potencial da Inteligência Artificial (IA) no apoio à formalização de empresas, especialmente na simplificação do processo de criação de planos de negócios. Utilizando uma loja de roupas streetwear como estudo de caso, demonstrou-se que a IA pode aprimorar a análise de mercado e facilitar a definição de estratégias financeiras, otimizando tempo e reduzindo custos para pequenos e médios empreendedores. Além disso, a IA se mostrou extremamente eficiente no atendimento ao público, otimizando esses processos e aumentando a produtividade.

Embora desafios como o investimento inicial e a adaptação tecnológica ainda representem barreiras significativas, os resultados deste estudo indicam um impacto positivo da IA no aumento da competitividade e sustentabilidade das empresas, promovendo um ambiente mais acessível para o desenvolvimento de novos negócios.

5 REFERÊNCIAS

BERNARDI, L. A.. **Manual de Plano de Negócios: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2008.

CRUZ, et al. **EMPREENDEDORISMO E EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: CONFRONTAÇÃO ENTRE A TEORIA E PRÁTICA**. Revista de Ciências da Administração, Santa Catarina, v. 8, n. 15, p. 26, 2006.

DA SILVA; SILVA. **ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**. Revista Estudos e Pesquisas em Administração, Goiânia, Vol. 3, n. 2, p. 09, maio-agosto/2019.

DIAS, H. S. **Guia Para Abertura de Empresas**. 2010. 37 p. Dissertação (Graduação em Departamento de Ciências Administrativas) – Escola de administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/29616>. Acesso em: 23 ago, 2024.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **Os Impactos das Novas Tecnologias nas Empresas Prestadoras de Serviços**. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, p. 63-81, jan./fev. 1994.

GREGGIO, M. C., & JARONSKI, P. G. **Plano de Negócios como ferramenta nas organizações**. Faculdade Sant'Ana Em Revista, 4(1), p. 74-87. 2020. Recuperado de <https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/fsr/article/view/1264>. Acesso em: 30 ago. 2024.

MINTZBERG, H. **O Processo da Estratégia: Conceitos e Contextos**. Saraiva, 2017.

PALETTA, Francisco Carlos. **Tecnologia da informação, Inovação e Empreendedorismo: fatores críticos de sucesso no uso de ferramentas de gestão em empresas incubadas de base tecnológica**. 2008. 156 p. Tese (Doutorado em Ciências na área de Tecnologia Nuclear) – Autarquia Associada à Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

PEREIRA, R. R. **Plano de Negócios: Estratégias para Empreendedores**. Atlas, 2022.

Plano de Negócios e Planejamento: sua importância para o empreendimento. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=resumo+executivo+plano+de+neg%C3%B3cios#d=gs_qabs&t=1726838836065&u=%23p%3D9rcEifZUsMAJ. Acesso em: 30 ago 2024

Plano de Negócios: o que é, como fazer e modelo do Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/plano-de-negocios-o-que-e-como-fazer-e-modelo-do-sebrae>. Acesso em: 30 ago. 2024

PNbox: Plano de Negócios do Sebrae. Disponível em: <https://pnbox.sebrae.com.br/>. Acesso em: 31 de ago. 2024

SALIM, et al. **CONSTRUINDO PLANO DE NEGÓCIOS**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 03 p.

SILVA, S. S. **O Trabalho Informal no Brasil**. 2011. 20 p. Dissertação (Graduação em Administração) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Fundação Educacional do Município de Assis, Assis, 2011. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&lr=lang_pt&as_sdt=0%2C5&q=receio+de+formalizar+uma+empresa. Acesso em: 23 ago, 2024.

SOUZA, João Vitor Sartori de. **Uso de Inteligência Artificial nas Organizações**. 25 p. Trabalho de conclusão de curso (TCC) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2023.