

ANÁLISE DO IMPACTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO CRESCIMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE MOGI GUAÇU

Beatriz de Oliveira Avelino

Daiana de Cássia Antunes

Diego Daniel de Camargo

Maria Eduarda Moreira de Barros

Márcia Eliza de Godoi dos Santos

RESUMO: O presente trabalho teve como objetivo analisar de que forma a aplicação da Inteligência Artificial (IA) pode contribuir para o crescimento de micro e pequenas empresas no contexto regional de Mogi Guaçu. A importância do estudo se justifica pela necessidade de compreender como tecnologias inovadoras podem ser utilizadas para enfrentar os desafios operacionais e estratégicos enfrentados por pequenos negócios. Para isso, foram analisadas duas empresas locais de setores distintos: o Supermercado Irmãos Teixeira, no varejo, e a Clínica Odontológica Oliver, no setor de serviços de saúde. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa descritiva, com apoio de dados quantitativos obtidos por meio de questionário estruturado aplicado a colaboradores, gestores e proprietários. Os resultados demonstraram que o nível de conhecimento sobre IA influencia diretamente sua adoção prática, pois enquanto o supermercado apresentou uso mais estruturado da tecnologia e ganhos em eficiência, a clínica ainda enfrenta resistências e limitações técnicas. Nesse contexto a análise evidenciou que, apesar das diferenças setoriais, ambas reconhecem o potencial estratégico da IA, principalmente em áreas como atendimento ao cliente e gestão de processos, resultando assim em recomendações práticas que incluem capacitação de equipes, adoção de soluções simples, parcerias com instituições de apoio e estímulo à cultura de inovação. Conclui-se que a IA pode ser uma ferramenta relevante para promover competitividade, inovação e sustentabilidade nas pequenas empresas, contribuindo com o desenvolvimento econômico regional e com o fortalecimento de práticas alinhadas aos objetivos de inclusão e crescimento sustentável.

Palavras-chave: inovação tecnológica; inteligência artificial; pequenas empresas; competitividade regional; transformação digital.

1 INTRODUÇÃO

A Inteligência Artificial (IA) é uma tecnologia transformadora, com potencial para otimizar processos, aumentar a eficiência e melhorar a competitividade das organizações, inclusive micro e pequenas empresas (Silva, Rodrigues e Rodrigues, 2024). Em cidades como Mogi Guaçu, a IA representa uma oportunidade estratégica para superar limitações de recursos e dificuldades no acesso a tecnologias avançadas. No entanto, ainda persiste uma lacuna no entendimento sobre sua aplicação prática em empresas de menor porte e em contextos regionais. Diante disso, a questão central desta pesquisa é investigar de que

maneira a aplicação da inteligência artificial pode influenciar o crescimento de micro e pequenas empresas em Mogi Guaçu.

Com esse objetivo, foram selecionadas duas pequenas empresas da região para análise prática da questão proposta. O Supermercado Irmãos Teixeira, atuante no setor varejista, é uma das principais empresas de seu segmento na cidade, com foco em atendimento ao consumidor em larga escala e operações que envolvem gestão de estoque, logística e análise de demanda (Econodata, 2025b). Já a Clínica Odontológica Oliver, inserida no setor de serviços de saúde, apresenta um modelo de negócios centrado no atendimento personalizado e especializado, com uma estrutura mais enxuta, mas igualmente desafiadora em termos de gestão de dados e relacionamento com clientes (Econodata, 2025a).

Apesar das diferenças nos ramos de atuação e no perfil de atendimento, ambas compartilham desafios semelhantes que podem ser diminuídos com a adoção da IA, como a necessidade de otimizar processos, melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência operacional (Silva e Cury, 2024). O supermercado, por exemplo, pode aplicar IA na gestão de inventário, previsão de demanda e personalização da experiência de compra (SAP, 2024). Por sua vez, a clínica odontológica pode utilizar a IA para otimizar a agenda dos profissionais, gerenciar prontuários com mais eficiência e oferecer um atendimento mais personalizado aos pacientes (Martins et al., 2024).

Embora atuem em setores distintos, essas empresas enfrentam contextos de mercado semelhantes, marcados pela pressão para se manterem competitivas frente a grandes corporações e pela necessidade constante de inovação. O supermercado busca aprimorar suas operações diante da alta competitividade e da exigência por preços baixos; já a clínica odontológica foca na excelência do atendimento e na fidelização de clientes, em um cenário de crescente demanda por serviços personalizados e eficientes. Conforme apontado por Motta (2023), a adoção de sistemas de gestão integrados e eficientes é essencial para enfrentar esses desafios, algo que pode ser viabilizado pela IA. Machado (2023) também ressalta os benefícios dessa tecnologia, como a criação de conteúdos inovadores e a melhoria na interação com os consumidores, enquanto Brandão (2024) destaca barreiras relevantes, como a dificuldade de integração com sistemas já existentes e a necessidade de dados de qualidade.

Além disso, o estudo está alinhado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8, que visa promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável (Nações Unidas, 2024). Segundo o SEBRAE (2023), a IA pode impulsionar a competitividade

local, gerar empregos e incentivar práticas sustentáveis. Assim, esta pesquisa busca preencher uma lacuna acadêmica e, ao mesmo tempo, oferecer diretrizes práticas para gestores locais, contribuindo para a inovação, sustentabilidade e fortalecimento da economia regional.

Dessa forma, o objetivo do estudo foi proporcionar uma análise comparativa sobre como a IA pode ser aplicada de maneiras distintas, mas igualmente eficazes, em diferentes contextos empresariais de pequeno porte. Para isso, buscou-se avaliar o nível de conhecimento dos colaboradores sobre a tecnologia, as práticas atualmente adotadas, os benefícios percebidos e os desafios enfrentados. Com base nesses elementos, foram propostas recomendações para a implementação eficaz da IA considerando as particularidades regionais e setoriais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A inovação é um fator essencial para o crescimento de micro e pequenas empresas, que frequentemente enfrentam restrições de recursos (Vasconcelos, Santos e Andrade, 2021). Segundo Mattar (2024), a Inteligência Artificial (IA) tem potencial para transformar modelos de negócios tradicionais, automatizando tarefas repetitivas, aprimorando a experiência do cliente e acelerando o lançamento de novos produtos ou serviços. Assim, essa tecnologia representa uma oportunidade estratégica para MPEs que lidam com limitações operacionais e estruturais (Prodest, 2024).

A inovação aberta, ao promover colaboração entre empresas e seus *stakeholders*, é facilitada pela IA, que permite a coleta e análise de grandes volumes de dados, favorecendo decisões mais informadas e soluções personalizadas ao mercado local (Baggio, Gavronski e Lima, 2020). Além disso, Lucena (2023) destaca os ganhos em eficiência operacional, como redução de custos, aumento da produtividade e melhoria na qualidade dos produtos e serviços. Para Lopes (2024), a adoção da IA permite que as empresas concentrem seus esforços em atividades de maior valor agregado, como inovação e estratégia. Silva e Cury (2024) corroboram que a automação de tarefas administrativas e a análise preditiva otimizam recursos limitados e processos logísticos. Complementarmente, Nascimento et al. (2020) apontam que a análise preditiva baseada em IA auxilia na previsão da demanda, contribuindo diretamente para a eficiência operacional.

Nesse contexto, verifica-se que a adoção da Inteligência Artificial por micro e pequenas empresas ainda enfrenta obstáculos significativos, como a falta de conhecimento

técnico, escassez de recursos financeiros e infraestrutura tecnológica inadequada, o que limita a implementação de soluções mais avançadas (Cinnecta, 2024). Borges (2024) observa que a integração com sistemas legados é um desafio crítico, uma vez que muitas tecnologias antigas são incompatíveis com ferramentas modernas de IA.

Machado (2024) destaca ainda a carência de dados estruturados e de qualidade, indispensáveis ao funcionamento eficaz dos algoritmos de IA. Segundo Barros (2023), a complexidade técnica dessas ferramentas dificulta a adoção, especialmente em empresas sem equipes capacitadas. Wolf (2024) acrescenta a resistência cultural como outro fator limitante, já que muitas empresas ainda preferem métodos tradicionais de gestão e demonstram dificuldade em compreender os benefícios da IA. Superar essas barreiras demanda mudanças na mentalidade dos gestores, além de investimentos em capacitação profissional, criando condições para o uso estratégico e eficiente da tecnologia.

Sob essa ótica, o impacto da IA no crescimento das MPEs pode ser analisado sob diferentes perspectivas. Em Mogi Guaçu, cuja economia é amplamente sustentada por micro e pequenas empresas, esses negócios enfrentam desafios relacionados à globalização e à concorrência com grandes corporações (Carvalho, 2020). Nesse cenário, o SEBRAE (2023) aponta a IA como uma estratégia eficaz para aumentar a competitividade dessas empresas.

Camargo (2023) destaca o potencial da IA para oferecer serviços personalizados e utilizar chatbots, melhorando a experiência do cliente. Mello (2023) ressalta a aplicação da IA no marketing digital, possibilitando o alcance de novos públicos e a otimização de campanhas com base na análise de dados. Além de promover eficiência, a IA também contribui para práticas sustentáveis, como a redução de desperdícios, por meio da análise de dados operacionais, alinhando-se ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8, que visa o crescimento econômico inclusivo e sustentável (Pereira, 2024).

Assim, a adoção da IA se consolida como uma ferramenta estratégica para o fortalecimento das micro e pequenas empresas, promovendo inovação, sustentabilidade e competitividade regional.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a aplicação da Inteligência Artificial (IA) em micro e pequenas empresas de Mogi Guaçu, com foco no Supermercado Irmãos Teixeira e na Clínica Odontológica Oliver. A escolha dessas duas empresas, representando setores distintos, permite uma comparação abrangente sobre a adoção da IA em diferentes

contextos empresariais. Justifica-se essa seleção pela necessidade de compreender os desafios e oportunidades relacionados à implementação da IA em pequenos negócios, onde a tecnologia pode ser um diferencial para crescimento e sustentabilidade.

O público-alvo da pesquisa foi composto por proprietários, gestores e colaboradores diretamente envolvidos nos processos operacionais e administrativos. Isso possibilitou a obtenção de percepções sobre o nível de conhecimento, práticas de adoção e benefícios percebidos da IA, com o intuito de avaliar os impactos reais da tecnologia nas empresas analisadas.

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa descritiva, complementada por elementos quantitativos. A abordagem descritiva, conforme Gil (2010), visa caracterizar fenômenos ou situações, descrevendo detalhadamente como as MPEs estão lidando com a adoção da IA. Já a abordagem qualitativa, baseada em Lakatos e Marconi (2003), busca compreender as percepções, opiniões e significados atribuídos pelos participantes, oferecendo uma visão subjetiva dos benefícios e desafios da tecnologia.

Para a coleta de dados, foi aplicado um questionário estruturado via Google Forms, contendo perguntas fechadas relacionadas ao nível de familiaridade com a IA, tecnologias utilizadas e desafios enfrentados pelas duas empresas. A abordagem quantitativa permitiu a análise estatística das respostas, favorecendo a comparação entre os diferentes tipos de negócios.

As autorizações necessárias foram obtidas previamente, assegurando a condução ética da pesquisa. Os participantes foram informados sobre os objetivos do estudo, com garantia de anonimato e uso exclusivo dos dados para fins acadêmicos. Dessa forma, a metodologia adotada visou garantir rigor científico, transparência e replicabilidade, permitindo a ampliação e aprofundamento da pesquisa em estudos futuros.

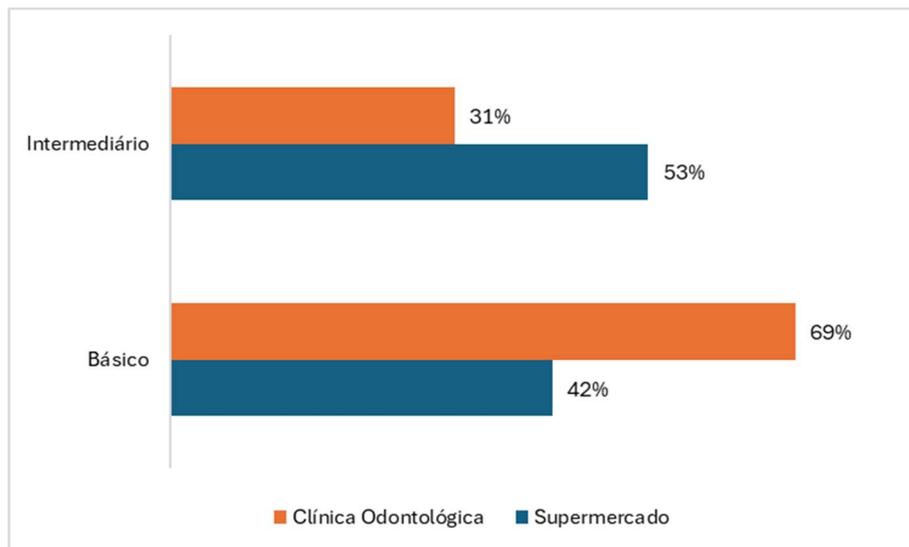
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados demonstram que o Supermercado Irmãos Teixeira possui um quadro de colaboradores majoritariamente jovem (20 a 30 anos), enquanto a Clínica Odontológica Oliver apresenta maior concentração entre 31 e 40 anos. Essa diferença etária pode influenciar diretamente a familiaridade com novas tecnologias, como sugere Vasconcelos et al. (2021), reforçando o maior engajamento com a IA entre os funcionários do supermercado.

O nível de conhecimento sobre IA também difere, pois conforme a figura 1 ilustra, 53% dos colaboradores do supermercado afirmaram ter conhecimento intermediário,

contrastando com 69% dos colaboradores da clínica, que relataram ter apenas conhecimento básico.

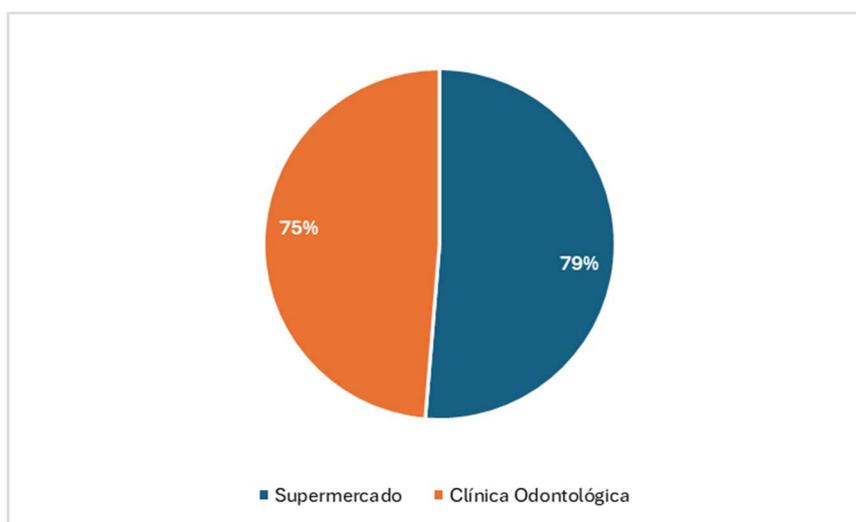
Figura 1 - Nível de Conhecimento sobre IA



Fonte: As autoras

Tal diferença se reflete na figura 2 abaixo, que demonstra a adoção prática da IA, onde 79% dos participantes do supermercado afirmaram utilizá-la de alguma forma, enquanto na clínica o uso é limitado. Esse dado reforça o argumento de Borges (2024), que aponta a falta de capacitação como barreira crítica à implementação tecnológica.

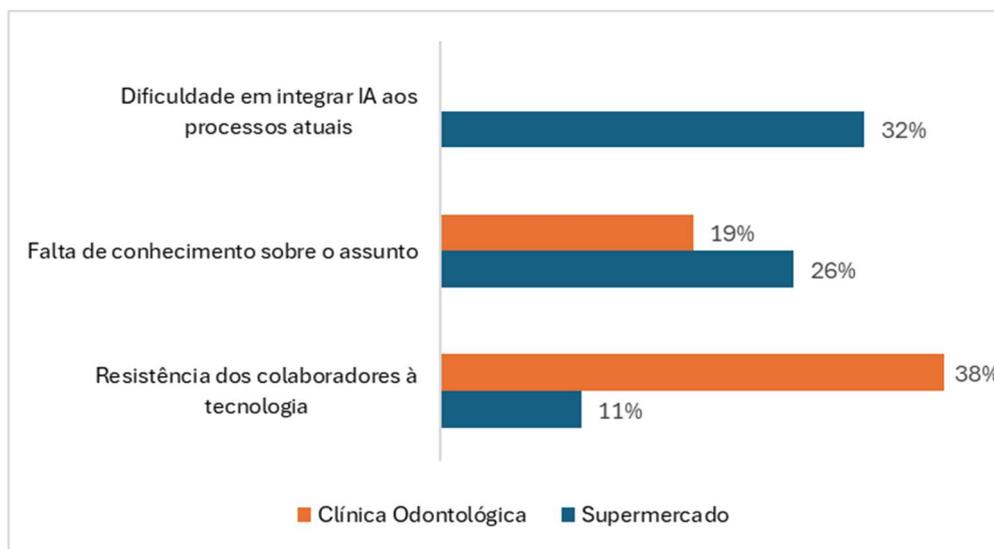
Figura 2 - Utilização de Tecnologia baseada em IA



Fonte: As autoras

No que diz respeito aos principais desafios enfrentados, a figura 3 corrobora que o supermercado enfrenta maior dificuldade na integração da IA aos seus processos (32%), enquanto a clínica destaca a resistência dos colaboradores (38%). Tais barreiras são compatíveis com os estudos de Barros (2023) e Wolf (2024), que destacam respectivamente os entraves técnicos e culturais na transformação digital de micro e pequenas empresas.

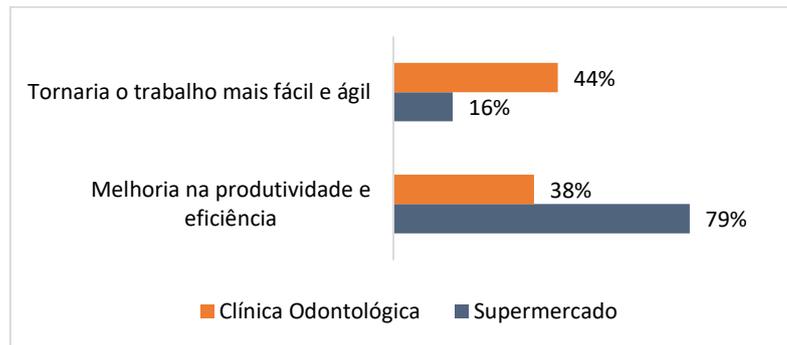
Figura 3 - Principal desafio para a adoção de IA



Fonte: As autoras

Apesar das dificuldades, a figura 4 demonstra que a percepção dos colaboradores em relação aos impactos da IA é predominantemente positiva. No supermercado, 79% afirmam que a tecnologia melhora a produtividade e a eficiência. Já na clínica, 44% acreditam que a IA torna o trabalho mais ágil. Essas percepções corroboram os apontamentos de Lucena (2023) e Lopes (2024), que associam o uso de IA à otimização de processos e ao foco em atividades estratégicas.

Figura 4 - Impactos da IA na rotina de trabalho

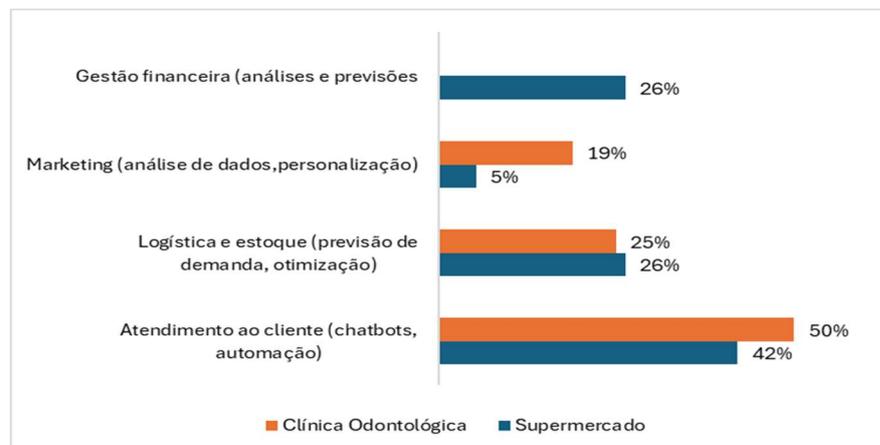


Fonte: As autoras

Entre os benefícios concretos percebidos por quem já utiliza IA, destacam-se o aumento da eficiência, enfatizado por aproximadamente 53% dos respondentes e a melhoria na experiência do cliente. Esses dados dialogam com as contribuições de Camargo (2023) e Silva e Cury (2024), que ressaltam o papel da IA na automação de tarefas operacionais e na personalização do atendimento.

Conforme é possível verificar na figura 5 abaixo, tanto o supermercado quanto a clínica consideram o atendimento ao cliente como a área mais beneficiada pela IA, o que está alinhado com os estudos de Mello (2023) e Machado (2024), que destacam o papel dessa tecnologia na qualificação das interações com o consumidor. No setor varejista, a logística e previsão de demanda também aparecem como áreas estratégicas, em consonância com as contribuições de Nascimento et al. (2020) sobre a aplicação da análise preditiva.

Figura 5 - Benefícios percebidos pelo uso da IA



Fonte: As autoras

Além disso, 79% dos colaboradores do supermercado e 69% da clínica acreditam que a empresa deveria investir mais em IA, reconhecendo seu valor como diferencial competitivo, posicionamento respaldado pelo SEBRAE (2023) e por Pereira (2024), que destacam a IA como ferramenta de crescimento econômico sustentável, especialmente para pequenos negócios.

Sendo assim, os dados mostram que, apesar das diferenças setoriais e níveis de maturidade digital, ambas as empresas reconhecem o potencial estratégico da Inteligência Artificial. O supermercado apresenta uso mais consolidado da tecnologia, enquanto a clínica ainda enfrenta obstáculos iniciais. Os resultados reforçam a necessidade de capacitação, integração tecnológica e mudança cultural como fatores essenciais para que a IA contribua efetivamente para o crescimento das micro e pequenas empresas, especialmente em realidades locais como a de Mogi Guaçu.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise comparativa entre o Supermercado Irmãos Teixeira e a Clínica Odontológica Oliver, foi possível compreender de que maneira a aplicação da Inteligência Artificial (IA) pode impactar o crescimento de micro e pequenas empresas em Mogi Guaçu. O estudo revelou que, apesar de operarem em setores distintos, ambas as empresas compartilham desafios similares em relação à adoção da tecnologia, como a resistência à inovação, a carência de conhecimento técnico e a dificuldade de integração da IA aos processos existentes.

Os dados coletados evidenciam que o nível de familiaridade com a IA é determinante para sua aplicação prática. No supermercado, onde os colaboradores demonstraram maior domínio técnico, a IA já é utilizada de forma mais estruturada, resultando em melhorias significativas na eficiência dos processos. Já na clínica odontológica, embora exista uma percepção positiva sobre os benefícios da IA, o uso ainda é limitado, especialmente pela predominância de colaboradores com conhecimento apenas básico e pela resistência organizacional à mudança.

Frente a esse cenário, torna-se evidente que a adoção eficaz da Inteligência Artificial em pequenas empresas requer não apenas acesso à tecnologia, mas também preparação humana e estrutural. Por isso, com base nos resultados obtidos, este estudo propõe algumas recomendações práticas para apoiar esse processo. Entre elas, destaca-se a importância de investir na capacitação dos colaboradores, promovendo treinamentos introdutórios que facilitem o entendimento e reduzam a resistência à inovação.

Recomenda-se também iniciar a implementação da IA com soluções simples e acessíveis, como sistemas automatizados de atendimento e ferramentas de previsão de demanda, priorizando áreas que já demonstraram maior potencial de ganho, como o atendimento ao cliente e a logística.

Além disso, a criação de parcerias com instituições de ensino e tecnologia pode facilitar o acesso a suporte especializado, e programas públicos de incentivo, como os do SEBRAE, devem ser explorados para viabilizar economicamente essa transformação. Por fim, é essencial cultivar uma cultura organizacional voltada à inovação, onde os colaboradores sejam incentivados a participar ativamente do processo de modernização.

Conclui-se, portanto, que a IA tem potencial concreto para fortalecer a inovação, aumentar a produtividade e tornar os serviços mais eficientes nas micro e pequenas empresas. No entanto, sua adoção bem-sucedida depende de uma estratégia que considere as particularidades regionais, setoriais e humanas de cada organização. Os achados desta pesquisa também reforçam o papel da IA como instrumento de desenvolvimento econômico sustentável, alinhando-se ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8, que visa promover o crescimento inclusivo, a geração de empregos e o fortalecimento das economias locais.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Daniela; GAVRONSKI, Iuri; LIMA, Vinicius Zanchet De. **Inovação aberta: uma vantagem competitiva para pequenas e médias empresas.** Revista Ciências e Journal of Administrative Sciences, e-ISSN 2318-0722, 2020. DOI: 10.5020/2318-0722.2020.7507. Disponível em: <https://ojs.unifor.br/rca/article/view/7507>. Acesso em: 15 nov. 2024.

BARROS, Hildenê Moreira. **Transformação digital para MEI, micro e pequenas empresas: o papel das ferramentas digitais para a inovação e o desenvolvimento do negócio.** Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, São Paulo, v. 9, n. 09, set. 2023. ISSN 2675-3375. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/11570>. Acesso em: 18 nov. 2024.

BORGES, Natália Marroni. **Desafio da adoção e recrutamento de Inteligência Artificial no Brasil.** ABES, 11 set. 2024. Disponível em: <https://abes.com.br/desafio-da-adoacao-e-recrutamento-de-inteligencia-artificial-no-brasil/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

BRANDÃO, Marcelo. **Lacuna entre prática e resultados de IA ainda é desafio para empresas.** Consumidor Moderno, São Paulo, 11 abr. 2024. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/ia-desafio-resultados/>. Acesso em: 06 set. 2024.

CAMARGO, Gabriel. **Como a inteligência artificial pode ajudar nas suas vendas online?** 16 jun. 2023. Atualizado em: 28 jun. 2023. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/inteligencia-artificial-para-vendas/>. Acesso em: 19 nov. 2024.

CARVALHO, Ulysses Melo. **Cidade média e centralidade: Mogi-Guaçu e sua formação e desenvolvimento a partir do centro.** Revista Geografia em Atos, Presidente Prudente, v. 1, n. 10, jan./jun. 2020, p. 56-69. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/geografiaematos/article/viewFile/224/ulyssesn10v1>. Acesso em: 19 nov. 2024.

CINNECTA. **Desafios da aplicação de inteligência artificial (IA) nos negócios: conheça e supere os principais obstáculos!** Cinnecta, 15 out. 2024. Disponível em: <https://cinnecta.com/conteudos/principais-desafios-da-aplicacao-de-IA-nos-negocios/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

ECONODATA. **Clinic Dental Oliver Serviços Odontológicos Ltda.** 2025a. Disponível em: <https://www.econodata.com.br/consulta-empresa/51372229000198-CLINIC-DENTAL-OLIVER-SERVICOS-ODONTOLOGICOS-LTDA>. Acesso em: 29 mar. 2025.

ECONODATA. **Supermercado Irmãos Teixeira Ltda.** 2025b. Disponível em: https://www.econodata.com.br/consulta-empresa/06159472000178-SUPERMERCADO-IRMAOS-TEIXEIRA-LTDA#google_vignette. Acesso em: 29 mar. 2025.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 13 nov. 2024.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: https://docentes.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/at_download/file. Acesso em: 13 nov. 2024.

LOPES, André. **Empresas que usam tecnologias como IA são 23% mais lucrativas, diz estudo.** Exame, 31 jul. 2024. Disponível em: <https://exame.com/inteligencia-artificial/empresas-que-usam-tecnologias-como-ia-sao-23-mais-lucrativas-diz-estudo/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

LUCENA, Eric Murillo Matos de. **A era da inteligência artificial e seus efeitos nos pequenos empreendedores: explorando desafios e oportunidades no ambiente de negócios.** 2024. Disponível em: <https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/31043/4/TCC%20-%20Eric%20Murillo%20Matos%20de%20Lucena>. Acesso em: 18 nov. 2024.

MACHADO, Alexandre de Oliveira Bittencourt. **A inteligência artificial generativa como novo agente disruptor de mercado.** 2023. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/39246/1/Alexandre%20Machado.%20TCC%20-%20gradua%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 06 set. 2024.

MACHADO, Patricia. **Projetos de IA: veja a importância da qualidade dos dados para bons resultados.** Leega, 23 set. 2024. Disponível em: <https://leega.com.br/artificial-intelligence/2024/09/23/projetos-de-ia/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

MARTINS, Gabriella Karolyne Pompeu et al. **Inteligência Artificial e a prática clínica odontológica.** 1. ed. 2024. p. 1–20. DOI: 10.56238/sevened2024.012-039. Disponível em: <https://sevenpublicacoes.com.br/editora/article/download/4756/9013/19955>. Acesso em: 15 abr. 2025.

MATTAR, Auana. **Inteligência artificial como realidade no atendimento ao cliente.** MIT Technology Review Brasil, 12 jul. 2024. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/ia-atendimento-cliente/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

MELLO, Bruno. **Inteligência Artificial no Marketing Digital: veja como tirar o melhor proveito para suas estratégias.** 28 jul. 2023. Disponível em: <https://mundodomarketing.com.br/inteligencia-artificial-no-marketing-digital-veja-como-tirar-o-melhor-proveito-para-suas-estrategias>. Acesso em: 19 nov. 2024.

MOTTA, Lorena Oliveira dos Santos. **O impacto da inteligência artificial nos processos de negócios, e como as empresas estão se adaptando para aproveitar essa tecnologia.** 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <http://bib.pucminas.br:8080/pergamumweb/vinculos/0000b8/0000b8ca.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2025.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).** 2024. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 13 nov. 2024.

NASCIMENTO, Alexandre Moreira; et al. **Inteligência artificial aplicada a pequenas empresas: o uso da engenharia automática de recursos e do aprendizado de máquina para um planejamento mais preciso.** Revista de Contabilidade e Organizações, 2020, v. 14, e171481. Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesquisa-eaesp-files/arquivos/inteligencia_artificial_aplicada_a_peq.pdf. Acesso em: 18 nov. 2024.

PEREIRA, Flavia. **A revolução da IA na sustentabilidade.** 25 set. 2024. Disponível em: <https://www.dataex.com.br/a-revolucao-da-ia-na-sustentabilidade/>. Acesso em: 19 nov. 2024.

PRODEST. **Veja como a inteligência artificial é utilizada em vários setores.** 2024. Disponível em: <https://prodest.es.gov.br/veja-como-a-inteligencia-artificial-e-utilizada-em-varios-setores>. Acesso em: 15 nov. 2024.

SAP. **O que é IA no varejo?.** 2024. Disponível em: <https://www.sap.com/resources/ai-in-retail>. Acesso em: 29 mar. 2024.

SEBRAE. **Veja o potencial da inteligência artificial para os negócios.** 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/veja-o-potencial-da-inteligencia-artificial-para-os->

negocios,2b9665efc4b94810VgnVCM100000d701210aRCRD. Acesso em: 13 nov. 2024.

SEBRAE. **Saiba como a inteligência artificial vai impactar os negócios.** 23 mai. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/saiba-como-a-inteligencia-artificial-vai-impactar-os-negocios,70ef16d8d6f28810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 19 nov. 2024.

SILVA, Guilherme Antônio Ramos da; CURY, Lacordaire Kemel Pimenta. **Os impactos do uso de inteligência artificial para empresas de pequeno porte.** 2024. Disponível em: https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/4647/3/tcc_Guilherme%20Ant%C3%B4nio%20Ramos%20da%20Silva.pdf. Acesso em: 18 nov. 2024.

SILVA, Fabricio Vieira da; RODRIGUES, Thais Fernandes; RODRIGUES, Isabel Cristina. **Análise do uso da inteligência artificial na gestão das empresas.** In: IX Workshop de Tecnologia da Fatec Ribeirão Preto. Ribeirão Preto: Fatec, 2024. Disponível em: http://www.fatecrp.edu.br/WorkTec/edicoes/2024-1/trabalhos/GNI/artigo_3.pdf. Acesso em: 24 mar. 2025.

VASCONCELOS, Renata Braga B. de; SANTOS, Joséte Florencio dos; ANDRADE, Jackeline Amantino de. **Inovação em Micro e Pequenas Empresas: Recursos e Capacidades.** Revista de Administração Contemporânea, v. 25, n. 2, 2021. DOI: 10.1590/1982-7849rac2021190106.por. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/GMyVXhGHytngzb7ND6mvRsf/?lang=pt>. Acesso em: 19 nov. 2024.

WOLFF, Fernando. **Muito além da IA: por que tantas empresas resistem à adoção de novas tecnologias?** TI Inside, 9 out. 2024. Disponível em: <https://tiinside.com.br/09/10/2024/muito-alem-da-ia-por-que-tantas-empresas-resistem-a-adocao-de-novas-tecnologias/>. Acesso em: 18 nov. 2024.