

A INTEGRAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NA CONSULTORIA EMPRESARIAL: IMPACTOS, BENEFÍCIOS E DESAFIOS ÉTICOS

Marcos Vinícius Bianchini Silva¹, Maria Rafaela J. B. Rodrigues¹,
Helenita R. da Silva Tamashiro¹

¹Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto (FATEC)
Ribeirão Preto, SP – Brasil

marcos.vbianchini@hotmail.com,
maria.rodriques3@fatec.sp.gov.br,
helenita.tamashiro@fatec.sp.gov.br

Resumo. Este estudo investiga os impactos, benefícios e desafios éticos da aplicação da Inteligência Artificial Generativa (IAG) na consultoria empresarial, com foco nas dimensões estratégica e tecnológica da gestão. Utiliza-se o método dedutivo, com base em revisão bibliográfica e análise do caso Bain & Company. Os resultados indicam que a IAG amplia a capacidade analítica, personaliza serviços e qualifica a tomada de decisão em diferentes níveis, sem substituir a expertise humana. Identificam-se desafios como viés algorítmico, governança de dados e responsabilidade ética. Conclui-se que a adoção crítica da IAG é essencial para a inovação sustentável e a evolução do papel do consultor.

Abstract. This study investigates the impacts, benefits, and ethical challenges of applying Generative Artificial Intelligence (GAI) in business consulting, focusing on the strategic and technological dimensions of management. The research adopts the deductive method, based on a literature review and the analysis of the Bain & Company case. Results indicate that GAI enhances analytical capacity, personalizes services, and supports decision-making at various levels without replacing human expertise. Challenges include algorithmic bias, data governance, and ethical responsibility. It is concluded that critical adoption of GAI is essential for sustainable innovation and the evolving role of consultants.

1. Introdução

Vivemos uma era marcada pela Quarta Revolução Industrial, caracterizada pela convergência de tecnologias digitais dos seres humanos. Segundo Lang (2024), esse novo paradigma tecnológico inclui a Internet das Coisas (IoT), Big Data, computação em nuvem, automação e, mais recentemente, as Inteligências Artificiais Generativas (IAG), cuja aplicação vem impactando significativamente a dinâmica organizacional. Essas inovações exigem que empresas e profissionais se adaptem a um cenário de transformações contínuas e complexas.

No contexto empresarial, a Inteligência Artificial Generativa se apresenta como uma ferramenta poderosa, capaz de automatizar tarefas, personalizar processos e ampliar a capacidade analítica das organizações (Pereira; Costa, 2024). No entanto, sua incorporação no ambiente corporativo exige reflexão crítica, planejamento estratégico e

avaliação de impactos éticos, especialmente quando aplicada à consultoria de empresas.

Este trabalho propõe-se a analisar como a IAG está sendo integrada na consultoria empresarial, área essencial da gestão de negócios, responsável por apoiar organizações na resolução de problemas, definição de estratégias e adaptação a novos contextos mercadológicos. O estudo parte da premissa de que a adoção responsável de tecnologias emergentes, como a IAG, pode fortalecer o papel do consultor como agente de inovação e transformação organizacional.

O objetivo geral deste artigo é, portanto, investigar os impactos, benefícios e desafios éticos da aplicação da IAG na consultoria empresarial. Os objetivos específicos incluem a análise de aplicações práticas dessa tecnologia, a identificação de limitações e riscos, bem como a oferta de *insights* relevantes para gestores e pesquisadores do setor.

A abordagem metodológica utilizada é de natureza qualitativa, fundamentada no método dedutivo. A investigação baseia-se em uma revisão bibliográfica e na análise do caso da consultoria Bain & Company, que ilustra a integração prática da IAG nos processos de consultoria.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: a seção 2 delimita o conceito de consultoria empresarial no campo da gestão de negócios; a seção 3 apresenta um panorama do mercado de consultoria no Brasil; a seção 4 aborda os fundamentos conceituais e tecnológicos da IAG; a seção 5 discute aplicações práticas da IAG na consultoria; a seção 6 trata dos desafios éticos e legais; a seção 7 analisa os impactos na tomada de decisão e no papel do consultor; por fim, a seção 8 apresenta as considerações finais, com as contribuições e limitações do estudo.

2. Consultoria Empresarial: Delimitação Conceitual e Estratégica

A consultoria empresarial é uma prática consolidada no campo da administração, sendo definida como a atividade de assessorar organizações no diagnóstico de problemas e na proposição de soluções que contribuam para o alcance de objetivos estratégicos. Katz (1986) reforça esse entendimento ao apontar que o consultor precisa dominar três habilidades fundamentais: técnica, humana e conceitual. Essas competências, aplicadas de forma integrada, são essenciais para a leitura crítica dos ambientes organizacionais e para a formulação de intervenções efetivas.

No Brasil, segundo Donadone, Silveira e Ralio (2012), o mercado de consultoria apresenta diversidade de modelos e especializações. Contudo, este estudo concentra-se especificamente na consultoria empresarial de foco estratégico e tecnológico, isto é, aquela que atua tanto na definição de diretrizes organizacionais quanto na implementação de soluções digitais inovadoras.

Esse recorte se justifica por duas razões principais. Primeiramente, a transformação digital tem exigido das empresas um reposicionamento estratégico, em que tecnologias emergentes como a Inteligência Artificial Generativa (IAG) desempenham papel central. Em segundo lugar, a natureza da IAG, baseada em automação de processos, análise preditiva e geração de *insights*, está diretamente relacionada a demandas típicas de consultorias que operam nos níveis estratégico e tecnológico.

Peter Drucker (1986) já antecipava que a função da administração seria, cada vez mais, voltada à promoção da inovação contínua e à adaptação a ambientes em transformação. Para o autor, organizações eficientes são aquelas capazes de integrar mudanças externas com respostas internas consistentes. Ele destaca ainda que as inovações deverão ser o foco da administração no futuro e alerta: “teremos, portanto, de aprender cada vez mais a fazer com que organizações existentes se tornem capazes de rápida e contínua inovação” (Drucker, 1986, p. 15-16). Essa visão permanece atual ao se observar o papel do consultor empresarial como agente de transformação, especialmente diante da incorporação de tecnologias emergentes como a Inteligência Artificial Generativa.

Nesse contexto, o consultor não apenas orienta decisões de alto impacto, como também integra tecnologias disruptivas aos processos organizacionais. Segundo Queiroz (2013), esse profissional precisa antecipar tendências, alinhar expectativas e interpretar dados com visão crítica, atuando como elo entre a complexidade tecnológica e as necessidades práticas das empresas.

Portanto, ao delimitar o campo da consultoria empresarial neste artigo, parte-se da compreensão de que o consultor moderno é um agente estratégico, que combina domínio técnico com capacidade analítica, sendo capaz de integrar recursos tecnológicos avançados, como a IAG, aos processos decisórios e operacionais das organizações.

3. Panorama do Mercado de Consultoria no Brasil

O mercado de consultoria empresarial no Brasil é caracterizado por sua diversidade e crescente importância na economia nacional. Segundo o SEBRAE (2023), aproximadamente 80% das consultorias ativas no país são compostas por micro e pequenas empresas, muitas vezes formadas por um único consultor. Essa estrutura descentralizada favorece a proximidade com o cliente e a flexibilidade nos serviços, mas também apresenta desafios relacionados à escalabilidade, padronização e adoção de tecnologias emergentes.

Empresas multinacionais como PwC, Deloitte e KPMG também mantêm forte presença no Brasil, oferecendo soluções integradas e adaptadas às exigências regulatórias e mercadológicas locais. A atuação dessas organizações tem impulsionado o desenvolvimento de práticas mais robustas, inclusive no uso de ferramentas digitais e metodologias baseadas em dados (Donadone; Silveira; Ralio, 2012).

O mercado de consultoria no Brasil movimentou cerca de US\$14,4 bilhões em 2021, representando 31% do faturamento do setor na América Latina. (Forbes, 2022). Esse crescimento tem sido impulsionado, em grande parte, pela transformação digital das organizações, que buscam apoio consultivo para implementar tecnologias como computação em nuvem, big data e inteligência artificial.

No entanto, apesar da importância do setor, há uma lacuna significativa na produção acadêmica nacional sobre o tema. Kobal (2023) observa que apenas 6% das pesquisas globais sobre consultoria empresarial têm origem no Brasil, o que limita a compreensão aprofundada sobre as especificidades do mercado nacional e suas demandas por inovação tecnológica.

Nesse cenário, torna-se evidente a necessidade de estudos que articulem práticas consultivas à adoção de tecnologias emergentes, como a Inteligência Artificial Generativa. A presente pesquisa, portanto, busca contribuir para essa lacuna, ao investigar como a IAG pode fortalecer a atuação consultiva em um ambiente cada vez mais digitalizado e competitivo.

4. Fundamentos da Inteligência Artificial Generativa (IAG)

O conceito de Inteligência Artificial (IA) surge na década de 1950, quando Alan Turing, em seu artigo *Computing Machinery and Intelligence*, propôs o famoso "Teste de Turing", que visava identificar se uma máquina seria capaz de simular o comportamento inteligente humano (Gizmodo, 2023). O campo se consolidou em 1956, com a Conferência de Dartmouth, onde pesquisadores como John McCarthy e Claude Shannon discutiram os primeiros caminhos para que máquinas pudessem resolver problemas e aprender com dados (The Economist, 2024).

Desde então, a IA evoluiu significativamente com a introdução de técnicas como *Machine Learning* e *Deep Learning*, possibilitando o desenvolvimento de modelos que aprendem com grandes volumes de dados e executam tarefas de forma autônoma (Bordas *et al.*, 2024). Esse avanço culminou no surgimento da Inteligência Artificial Generativa (IAG), uma subárea que se destaca por sua capacidade de criar conteúdos originais, como textos, imagens, códigos e vídeos, com base em padrões extraídos de dados de treinamento.

A IAG utiliza modelos de linguagem de larga escala (*LLMs*), como o ChatGPT, alimentados por redes neurais profundas que simulam funções cognitivas humanas, como percepção, raciocínio e aprendizado contínuo. Essas redes operam em três camadas principais: a camada de entrada (*input layer*), que recebe os dados; as camadas ocultas (*hidden layers*), que processam e extraem padrões; e a camada de saída (*output layer*), que gera as respostas com base na inferência probabilística (Piva *et al.*, 2023).

Segundo Pereira e Costa (2024), a principal inovação da IAG está na sua capacidade de interagir em linguagem natural, o que permite sua aplicação direta em contextos empresariais para tarefas como redação de relatórios, geração de *insights* estratégicos e automação de atendimento ao cliente. Trata-se de uma evolução em relação à IA tradicional, limitada a tarefas específicas e pouco flexíveis.

No ambiente corporativo, a IAG se diferencia por oferecer personalização em escala, agilidade na análise de dados e capacidade de suporte a decisões em tempo real. Como destaca o Google Research (2023), essa tecnologia permite a criação de sistemas adaptativos que respondem a contextos complexos, como os encontrados em processos de consultoria empresarial.

Assim, a IAG representa um marco na transformação digital das organizações, oferecendo uma nova forma de integrar conhecimento, automação e estratégia. Para o campo da consultoria, seu potencial reside na ampliação da capacidade analítica, na personalização dos serviços prestados e na aceleração da geração de valor para os clientes, como será detalhado na próxima seção.

5. Aplicações da IAG na Consultoria Empresarial

A adoção da Inteligência Artificial Generativa (IAG) no setor de consultoria empresarial tem promovido uma reconfiguração das práticas tradicionais, viabilizando soluções mais ágeis, personalizadas e orientadas por dados. A transformação digital do setor, intensificada nos últimos anos, permitiu que consultorias incorporassem ferramentas baseadas em IAG para ampliar sua capacidade analítica e gerar valor estratégico para seus clientes.

Um exemplo emblemático é a atuação da Bain & Company, que, em 2023, estabeleceu uma parceria com a OpenAI para integrar soluções baseadas no ChatGPT em seus serviços de consultoria (Bain & Company, 2023). A prática de *Advanced Analytics* da empresa, composta por centenas de especialistas, combina dados, tecnologia e conhecimento de negócios para apoiar seus clientes na tomada de decisões estratégicas. Como resultado, observou-se aumento da eficiência, qualidade do atendimento e geração de *insights* em tempo real.

Entre os ativos digitais aplicados, destaca-se a plataforma NIWA, desenvolvida para a Banca Investis. Utilizando um assistente virtual alimentado por IAG, o sistema fornece recomendações financeiras personalizadas, responde a dúvidas e interage com clientes em tempo real, gerando mais de 500 informações estratégicas durante o projeto (Bain & Company, 2023). Essa abordagem ilustra como a IAG pode automatizar o relacionamento com o cliente sem comprometer a qualidade da experiência.

Além dos casos práticos, a literatura especializada tem destacado o conceito de consultoria baseada em ativos digitais, modelo em que as empresas desenvolvem ferramentas reutilizáveis baseadas em IAG para resolver problemas específicos dos clientes com mais rapidez e escala (Herr *et al.*, 2024). Esses ativos podem incluir:

- Modelos de IA e algoritmos: usados para prever cenários e oferecer recomendações estratégicas.
- Ferramentas de automação de processos: que reduzem tarefas operacionais em áreas como finanças e TI.
- Bancos de dados e benchmarks exclusivos: que geram comparações setoriais personalizadas.
- Chatbots e assistentes virtuais: aplicados ao suporte e ao atendimento consultivo.
- Métodos e frameworks replicáveis: que aceleram a entrega de soluções.

Gabriel (2024) ressalta que a simbiose entre o ser humano e a tecnologia é inevitável. Para ela, o consultor moderno precisa evoluir junto às tecnologias emergentes, preservando sua relevância como intérprete estratégico das informações geradas pelos sistemas inteligentes.

Portanto, a aplicação da IAG na consultoria empresarial não se restringe à automação de tarefas. Trata-se de uma reconfiguração do modelo de entrega de valor, em que o consultor passa a atuar de forma mais estratégica, interpretando dados complexos, antecipando cenários e promovendo a personalização em larga escala. Essa integração potencializa a inovação, a escalabilidade dos serviços e a vantagem

competitiva das consultorias que souberem adaptar-se a esse novo paradigma.

6. Desafios Éticos e Legais quanto ao Uso da IA Generativa

A incorporação da Inteligência Artificial Generativa (IAG) no setor de consultoria empresarial, embora repleta de oportunidades, também traz à tona uma série de desafios éticos, legais e operacionais que exigem atenção crítica. O uso de tecnologias baseadas em grandes modelos de linguagem (LLMs) implica não apenas questões técnicas, mas também implicações profundas sobre privacidade, segurança, responsabilidade e transparência.

Um dos principais desafios está relacionado à proteção de dados pessoais, especialmente em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018). Consultorias que utilizam ferramentas baseadas em IAG precisam assegurar o tratamento adequado das informações sensíveis de clientes, sob risco de violações legais e danos à reputação. A LGPD impõe princípios como finalidade, necessidade, livre acesso e consentimento, que devem orientar o uso ético da tecnologia no contexto consultivo (LGPD Brasil, 2018).

Além disso, os riscos de viés algorítmico e discriminação exigem uma governança robusta. Como explicam Kirova *et al.* (2023), os LLMs podem reproduzir ou amplificar preconceitos existentes nos dados de treinamento, comprometendo a qualidade e a justiça das recomendações geradas. Para consultores, isso significa a necessidade de compreender os limites das ferramentas e validar criticamente os resultados apresentados pelas inteligências artificiais.

Outro ponto crítico é a ocorrência das chamadas "alucinações" da IA, respostas imprecisas ou inventadas, que, quando não identificadas, podem comprometer decisões estratégicas. Missawa (2024) destaca a importância de implementar mecanismos de segurança, validação contínua e limitação de escopo nas respostas dos sistemas. Isso é particularmente relevante para consultorias que utilizam a IAG em contextos de alto risco ou complexidade regulatória.

A propriedade intelectual também constitui um desafio relevante. Modelos generativos, ao aprender com grandes volumes de dados públicos e privados, podem gerar conteúdos cuja autoria é ambígua ou disputável. Para o setor de consultoria, isso implica em avaliar as fontes utilizadas pelas IAGs e adotar práticas que garantam a originalidade e a legalidade dos entregáveis.

Por fim, a responsabilidade ética do consultor permanece irrenunciável. Mesmo com o apoio de sistemas inteligentes, é o consultor quem responde pelas orientações oferecidas ao cliente. Gabriel (2024) defende uma abordagem humanizada da IAG, em que empatia, discernimento e responsabilidade social não sejam substituídos, mas amplificados pela tecnologia.

Assim, a adoção da IAG nas consultorias exige mais do que domínio técnico. Requer postura crítica, preparo jurídico e consciência ética, de modo a garantir que os ganhos obtidos com a automação e a personalização não venham à custa da confiança, da justiça e da integridade que devem nortear a prática consultiva.

7. Impactos na Tomada de Decisão e no Papel do Consultor

A tomada de decisão é uma das funções centrais da administração, exigindo julgamento analítico, visão estratégica e capacidade de lidar com incertezas. Katz (1986) destaca que gestores e consultores precisam dominar habilidades conceituais para interpretar cenários complexos e formular soluções adequadas. Nesse contexto, a Inteligência Artificial Generativa (IAG) surge como uma aliada na ampliação da capacidade analítica, transformando profundamente os processos decisórios nas organizações.

Segundo Koetz (2025), a IAG permite analisar volumes massivos de dados em tempo real, identificar padrões ocultos e oferecer recomendações baseadas em evidências. Essa capacidade de processamento ultrapassa a cognição humana, oferecendo suporte estratégico aos consultores e gestores. No entanto, a ferramenta deve ser entendida como auxiliar da decisão humana, e não substituta, exigindo do profissional uma leitura crítica dos resultados apresentados.

A influência da IAG pode ser observada em três níveis distintos:

- Estratégico: a tecnologia auxilia na definição de mercados-alvo, planejamento de investimentos e antecipação de tendências, contribuindo para decisões de longo prazo fundamentadas em dados.
- Tático: permite a otimização de processos internos, melhor alocação de recursos e identificação de gargalos operacionais.
- Operacional: oferece *insights* sobre desempenho, riscos e eficiência de processos, facilitando ajustes em tempo real.

Buonopane (2024), CEO da GFT Technologies, afirma que a IAG torna as decisões mais rápidas e precisas, liberando os profissionais para focar em aspectos mais estratégicos e criativos. Contudo, ressalta que a responsabilidade sobre a decisão permanece com o humano, exigindo que consultores estejam preparados para interpretar, questionar e validar os dados gerados.

Nesse cenário, o papel do consultor empresarial passa por uma reconfiguração. O profissional deixa de ser apenas um especialista em diagnósticos e passa a atuar como intérprete qualificado das informações geradas por sistemas inteligentes. Gabriel (2024) reforça que atividades como criatividade, julgamento ético e interação humana permanecem insubstituíveis, sendo potencializadas, e não ameaçadas, pela tecnologia.

Assim, a efetiva integração da IAG no trabalho consultivo demanda uma nova postura: mais analítica, crítica e colaborativa. O consultor do futuro será aquele que conseguir aliar visão estratégica com domínio tecnológico, assumindo seu papel não apenas como executor, mas como agente transformador da realidade organizacional na era da inteligência artificial.

8. Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo investigar os impactos, benefícios e desafios éticos da aplicação da Inteligência Artificial Generativa (IAG) na consultoria empresarial, com

foco nos aspectos estratégicos e tecnológicos dessa prática no contexto da gestão de negócios. A partir de uma abordagem dedutiva e de revisão bibliográfica, foram discutidos os fundamentos da IAG, suas aplicações práticas, seus riscos éticos e legais, e sua influência sobre o processo decisório e o papel do consultor.

Os resultados obtidos indicam que a integração da IAG no setor de consultoria tem potencial para transformar significativamente a forma como os serviços são prestados. Ferramentas baseadas em modelos generativos permitem personalizar o atendimento ao cliente, otimizar tarefas operacionais e gerar *insights* estratégicos em tempo real. A análise de casos, como o da Bain & Company, evidencia ganhos concretos em produtividade, escalabilidade e inovação.

No entanto, a pesquisa também ressalta que a adoção da IAG não elimina a importância da expertise humana. Ao contrário, exige dos consultores novas competências, como pensamento crítico, domínio técnico e responsabilidade ética. Desafios como privacidade de dados, vies algorítmico, propriedade intelectual e “alucinações” das inteligências artificiais requerem governança rigorosa e uso consciente da tecnologia.

Reconhece-se que esta pesquisa possui limitações, especialmente quanto à ausência de análise empírica aprofundada. Além disso, o ritmo acelerado de evolução da IAG implica que parte das tecnologias e práticas aqui discutidas podem rapidamente ser superadas por inovações emergentes das próprias.

Como contribuição, este estudo oferece uma estrutura conceitual e aplicada para compreender como a IAG se insere na prática consultiva, destacando oportunidades e riscos. Acredita-se que o trabalho possa subsidiar tanto a atuação de consultores quanto o debate acadêmico sobre o tema.

Para pesquisas futuras, recomenda-se a realização de estudos de caso com consultorias brasileiras, bem como investigações quantitativas que avaliem o impacto da IAG sobre produtividade, desempenho estratégico e percepção dos clientes. A continuidade dessas reflexões será essencial para adaptar a prática consultiva às exigências éticas e tecnológicas da nova era digital.

Referências

- BAIN & COMPANY. (2023) **Bain & Company anuncia aliança exclusiva com a OpenAI, criadora do ChatGPT.** Disponível em: <https://www.bain.com/pt-br/about/media-center/press-releases/south-america/2023/bain--company-anuncia-alianca-exclusiva-com-a-openai-criadora-do-chatgpt/>. Acesso em: 29 mar. 2025.
- BAIN & COMPANY. (2023) **Banca Investis transforma a interação com clientes com IA Generativa.** Disponível em: <https://www.bain.com/pt-br/client-results/ai/banca-investis/>. Acesso em: 29 mar. 2025.
- BORDAS, A. *et al.* (2024) **What is generative in generative artificial intelligence? A design based perspective.** *Research in Engineering Design*, 35, 427-443.

- DONADONE, J. C.; SILVEIRA, A.; RALIO, M. (2012) **Consultoria Empresarial: Teorias e Práticas no Brasil**. São Paulo: Atlas.
- DRUCKER, P. F. (1986) **O novo papel da administração**. Coleção Harvard de Administração, vol. 1. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda.
- FORBES. (2022) **Mercado de Consultoria Empresarial no Brasil: Desafios e Perspectivas**. Disponível em: <https://www.forbes.com.br/>. Acesso em: 25 maio 2025.
- GABRIEL, M. (2024) **Inteligência artificial: do zero a superpoderes**. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- GIZMODO. **De Turing ao ChatGPT: conheça a história da IA, que nasceu como arma de guerra**. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/de-turing-ao-chatgpt-conheca-historia-da-ia-que-nasceu-como-arma-de-guerra/>. Acesso em: 29 mar. 2025.
- GOOGLE RESEARCH. (2023) **Google Research, 2022 & beyond: Language, vision and generative models**. Disponível em: <https://research.google/blog/google-research-2022-beyond-language-vision-and-generative-models/#GenerativeModels>. Acesso em: 30 dez. 2024.
- HERR, M. *et al.* (2024) **Ferramentas de IA para consultoria**. Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/think/topics/ai-tools-for-consulting>. Acesso em: 01 maio 2025.
- KATZ, R. L. (1986) **As habilitações de um administrador eficiente**. Coleção Harvard de Administração, vol. 1. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda.
- KIROVA, V. D. (2023) **The Ethics of Artificial Intelligence in the Era of Generative AI**. Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics, 21(4), 42-50.
- KOBAL, L. (2023) **O Mercado de Consultoria no Brasil: Desafios e Oportunidades**. Tese (Doutorado em Administração). Universidade de São Paulo, São Paulo.
- KOETZ, E. (2025) **O impacto da IA na tomada de decisões empresariais**. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/422678/o-impacto-da-ia-na-tomada-de-decisoes-empresariais>. Acesso em: 02 maio 2025.
- LANG, M. J. S. (2024) **Impactos da Inteligência Artificial na contabilidade: uma análise do mercado da região central do Rio Grande do Sul**. Cadernos de Iniciação Científica - “Eu vejo, eu faço”, p. 324-334, fev. 2024.
- LGPD BRASIL. (2018) **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018)**. Brasília: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 24 abr. 2025.
- MISSAWA, E. (2024) **Os quatro desafios da implementação de IA generativa no atendimento ao cliente**. Disponível em: <https://icarotech.com/midia/4-desafios-implementacao-ia-generativa/>. Acesso em: 02 maio 2025.

PEREIRA, J.; COSTA, M. (2024) **Aplicações Práticas da Inteligência Artificial Generativa na Consultoria**. Revista Brasileira de Consultoria Empresarial, 13(1), 25-39.

PIVA, D. *et al.* (2023) **Deteção e reconhecimento facial**: uma abordagem prática. Salto/SP: FoxTablet. Disponível em:
<https://www.foxtablet.com.br/baixe-ebook-gratuito-sobre-deteccao-e-reconhecimento-facial/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

QUEIROZ, E. (2013) **Qual o verdadeiro papel do consultor empresarial?** Disponível em:
<https://www.administradores.com.br/artigos/qual-o-verdadeiro-papel-do-consultor-empresarial/>. Acesso em: 30 maio 2025.

SEBRAE. (2023) **Escritório de Consultoria**. Disponível em:
https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/IDEIAS_DE_NEGOCIO/PDFS/ideia-de-negocio_escritorio-de-consultoria.pdf. Acesso em: 26 maio 2025.

THE ECONOMIST. (2024) **A short history of AI**. Disponível em:
<https://www.economist.com/schools-brief/2024/07/16/a-short-history-of-ai>. Acesso em: 30 dez. 2024.