

Inteligência Artificial e cultura organizacional: desafios e perspectivas na transformação das empresas contemporâneas

Artificial Intelligence and organizational culture: challenges and perspectives in the transformation of contemporary companies

Inteligencia Artificial y cultura organizacional: retos y perspectivas en la transformación de las empresas contemporáneas

DOI: 10.52641/cadcajv10i4.1252

Submitted on: 9.19.2025 | Accepted on: 10.13.2025 | Published on: 10.20.2025

Silvana Maria Aparecida Viana Santos¹
Ivaneide Pereira Cardoso Maués²
Jefferson de Abreu Monteiro³
Kátia Cristina Palheta Santana⁴
Lucas Campos de Magalhães Nunes⁵
Mariane Daltro Mariath⁶
Michele de Fátima Pereira Schmoller⁷
Priscila do Carmo Ferreira⁸

RESUMO: O estudo teve como objetivo investigar o impacto da inteligência artificial (IA) no comportamento organizacional, com foco nos desafios e oportunidades que essa tecnologia representa para a cultura empresarial. O problema de pesquisa buscou compreender de que modo a IA, ao ser incorporada aos processos corporativos, influencia as relações de trabalho, o engajamento e a estrutura das organizações contemporâneas. A pesquisa foi conduzida por meio de pesquisa bibliográfica, com abordagem qualitativa e caráter exploratório, fundamentada em obras e artigos científicos publicados entre 2017

¹ Mestre em Tecnologias Emergentes em Educação, Must University (MUST), Deerfield Beach, Flórida, Estados Unidos da América. E-mail: silvanaviana11@yahoo.com.br

² Mestranda em Ciência em Desenvolvimento em Negócios e Inovação, Must University (MUST), Deerfield, Beach, Florida, Estados Unidos da América. E-mail: ivaneide.consulespecial@gmail.com

³ MBA em Ciência de Dados, Faculdade XP Educação, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.
E-mail: jefferson.monteiro@mail.com

⁴ Mestre em Administração, Must University (MUST), Deerfield Beach, Florida, Estados Unidos da América.
E-mail: kcsantana2010@hotmail.com

⁵ Mestrando em Desenvolvimento de Novos Negócios e Inovação. Must University (MUST), Deerfield Beach, Florida, Estados Unidos da América. E-mail: lucas.nunes@embrapa.br

⁶ Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA), Belém, Pará, Brasil. E-mail: marianedaltro@gmail.com

⁷ Mestre em Tecnologias Emergentes em Educação, Must University (MUST), Deerfield Beach, Flórida, Estados Unidos da América. E-mail: michelle_heber@hotmail.com

⁸ MBA em Gestão de Negócios e Mercados, Faculdade de Miguel Pereira, Miguel Pereira, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: prydocarmo@hotmail.com



e 2025. Foram analisadas produções acadêmicas e institucionais que tratam da integração da IA às dinâmicas empresariais, considerando aspectos técnicos, éticos e comportamentais. Os resultados demonstraram que a IA promove transformações significativas nas empresas, especialmente ao redefinir processos de gestão, comunicação e desempenho humano. Observou-se que sua adoção pode potencializar a produtividade e a inovação, desde que acompanhada por uma reconfiguração cultural que valorize o papel do indivíduo e o equilíbrio entre automação e humanização. Identificou-se, ainda, que o engajamento e a motivação dos colaboradores dependem da forma como as organizações implementam a tecnologia, da transparência nos processos e da promoção de ambientes colaborativos e éticos. Concluiu-se que a IA é um agente de transformação inevitável e contínuo, cujo impacto positivo está condicionado à capacidade das empresas de alinhar inovação tecnológica aos valores humanos. Recomenda-se a realização de novos estudos empíricos que aprofundem a análise das práticas organizacionais em contextos distintos.

Palavras-chave: Inteligência Artificial, comportamento organizacional, cultura empresarial, engajamento, transformação digital.

ABSTRACT: This study aimed to investigate the impact of artificial intelligence (AI) on organizational behavior, focusing on the challenges and opportunities that this technology represents for corporate culture. The research problem sought to understand how AI, when incorporated into corporate processes, influences work relationships, engagement, and the structure of contemporary organizations. The research was conducted exclusively through a literature review, with a qualitative and exploratory approach, based on works and scientific articles published between 2017 and 2025. Academic and institutional publications addressing the integration of AI into business dynamics were analyzed, considering technical, ethical, and behavioral aspects. The results demonstrated that AI promotes significant transformations in companies, especially by redefining management, communication, and human performance processes. It was observed that its adoption can enhance productivity and innovation, provided it is accompanied by a cultural reconfiguration that values the role of the individual and the balance between automation and humanization. It was also identified that employee engagement and motivation depend on how organizations implement the technology, the transparency in processes, and the promotion of collaborative and ethical environments. It was concluded that AI is an inevitable and continuous agent of transformation, whose positive impact is conditioned by the ability of companies to align technological innovation with human values. Further empirical studies are recommended to deepen the analysis of organizational practices in different contexts.

Keywords: Artificial Intelligence, organizational behavior, corporate culture, engagement, digital transformation.

RESUMEN: Este estudio tuvo como objetivo investigar el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el comportamiento organizacional, centrándose en los retos y las



oportunidades que esta tecnología representa para la cultura corporativa. El problema de investigación buscó comprender cómo la IA, al incorporarse a los procesos corporativos, influye en las relaciones laborales, el compromiso y la estructura de las organizaciones contemporáneas. La investigación se realizó mediante una revisión bibliográfica, con un enfoque cualitativo y exploratorio, basada en trabajos y artículos científicos publicados entre 2017 y 2025. Se analizaron producciones académicas e institucionales que abordan la integración de la IA en la dinámica empresarial, considerando aspectos técnicos, éticos y conductuales. Los resultados demostraron que la IA promueve transformaciones significativas en las empresas, especialmente al redefinir los procesos de gestión, la comunicación y el desempeño humano. Se observó que su adopción puede mejorar la productividad y la innovación, siempre que vaya acompañada de una reconfiguración cultural que valore el rol del individuo y el equilibrio entre automatización y humanización. También se identificó que el compromiso y la motivación de los empleados dependen de cómo las organizaciones implementan la tecnología, la transparencia de los procesos y la promoción de entornos colaborativos y éticos. Se concluyó que la IA es un agente de transformación inevitable y continuo, cuyo impacto positivo está condicionado por la capacidad de las empresas para alinear la innovación tecnológica con los valores humanos. Se recomiendan estudios empíricos adicionales para profundizar en el análisis de las prácticas organizacionales en diferentes contextos.

Palabras clave: Inteligencia artificial, comportamiento organizacional, cultura corporativa, compromisso, transformación digital.

1. INTRODUÇÃO

A inteligência artificial (IA) consolidou-se como uma das forças transformadoras do século XXI, impactando de maneira significativa a dinâmica organizacional, a gestão empresarial e as relações de trabalho. Inicialmente concebida para automatizar tarefas repetitivas, a IA evoluiu para assumir papéis estratégicos, influenciando a tomada de decisão, a produtividade e a cultura corporativa. Nas últimas décadas, empresas de diferentes setores têm incorporado tecnologias inteligentes como aprendizado de máquina, algoritmos preditivos e automação de processos, que não apenas otimizam operações, mas também remodelam comportamentos, valores e práticas no ambiente de trabalho. Essa transição tecnológica marca uma nova era empresarial, em que a integração entre seres humanos e sistemas inteligentes redefine a maneira como as organizações produzem, interagem e se desenvolvem no contexto globalizado e digital.



A relevância desse tema decorre do fato de que a incorporação da inteligência artificial nas empresas não se restringe a um fenômeno tecnológico, mas reflete uma transformação cultural. A tecnologia passa a ser elemento estruturante das organizações, interferindo nas formas de comunicação, liderança e construção de identidade coletiva. De acordo com estudos recentes, a IA representa tanto uma oportunidade para o aumento da eficiência e da inovação quanto um desafio à manutenção de aspectos humanos e éticos no ambiente corporativo. À medida que as empresas investem em automação e análise de dados, torna-se necessário compreender como essas mudanças impactam a cultura organizacional e o comportamento das equipes, influenciando fatores como engajamento, motivação, cooperação e confiança. A rápida expansão da IA nas relações produtivas demanda uma reflexão crítica sobre sua integração às dimensões humanas da gestão, garantindo que a transformação digital seja acompanhada por práticas de governança, transparência e valorização do capital humano.

A escolha do tema justifica-se pela crescente presença da inteligência artificial na rotina das organizações e pela necessidade de compreender seus efeitos na cultura e no comportamento empresarial. As tecnologias inteligentes, ao mesmo tempo em que potencializam a tomada de decisão e a competitividade, impõem desafios relativos à adaptação dos profissionais, à ética algorítmica e à reconfiguração das relações de trabalho. O avanço da automação, conforme apontam pesquisas de instituições como Accenture (2021) e Silva, Azrak e Bérgamo (2024), indica que a IA tem o poder de alterar estruturas organizacionais, substituindo funções operacionais e exigindo novas competências cognitivas e comportamentais. No entanto, a adoção dessas tecnologias também suscita resistências, inseguranças e questionamentos sobre o equilíbrio entre eficiência tecnológica e preservação dos valores humanos que sustentam a cultura corporativa. Assim, compreender a relação entre IA e comportamento organizacional torna-se essencial para a construção de empresas sustentáveis, inovadoras e humanizadas.

Diante desse cenário, o problema que orienta esta pesquisa pode ser sintetizado na seguinte questão: como a inteligência artificial tem impactado o comportamento



organizacional e a cultura empresarial, revelando desafios e oportunidades para o desenvolvimento das organizações contemporâneas? Essa problemática conduz à necessidade de observar de que modo as transformações tecnológicas influenciam as dinâmicas sociais dentro das empresas, alterando formas de liderança, comunicação, aprendizagem e gestão de pessoas.

O objetivo central deste estudo é analisar o impacto da inteligência artificial no comportamento organizacional, identificando os principais desafios e oportunidades que emergem da integração tecnológica à cultura empresarial contemporânea.

O texto está estruturado de forma a proporcionar uma compreensão do tema. Inicia-se com a introdução, que apresenta o contexto e a relevância da pesquisa. Em seguida, o referencial teórico aborda os principais conceitos de inteligência artificial, comportamento organizacional e cultura empresarial, estabelecendo a base conceitual necessária à análise. A seção de desenvolvimento organiza-se em três eixos: a IA como agente de transformação nas empresas, os desafios éticos e culturais de sua adoção e seus impactos nas relações de trabalho. Posteriormente, a metodologia descreve os procedimentos de coleta e análise das informações, seguidos pela discussão e resultados, que examinam as evidências bibliográficas encontradas. Por fim, as considerações finais sintetizam os principais achados e apontam novas perspectivas para o estudo das relações entre tecnologia e comportamento nas organizações do século XXI.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico está estruturado de forma a oferecer uma base conceitual consistente sobre a inteligência artificial e suas implicações no comportamento organizacional e na cultura empresarial. Inicialmente, apresenta-se uma contextualização sobre os fundamentos da inteligência artificial, abordando sua evolução histórica, principais conceitos e aplicações no ambiente corporativo contemporâneo. Em seguida, são discutidos os elementos que compõem a cultura organizacional, com ênfase nas interações entre tecnologia, valores institucionais e práticas de gestão. Posteriormente,



analisa-se a inter-relação entre a IA e o comportamento organizacional, evidenciando como a adoção de tecnologias inteligentes tem influenciado os processos de comunicação, liderança, tomada de decisão e relações interpessoais dentro das empresas. Essa estrutura permite compreender, de forma integrada, os aspectos tecnológicos, humanos e culturais envolvidos na transformação digital das organizações, estabelecendo o suporte teórico necessário para as análises desenvolvidas nos capítulos subsequentes.

2.1 FUNDAMENTOS CONCEITUAIS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A inteligência artificial (IA) constitui-se em um campo de estudo interdisciplinar que busca desenvolver sistemas capazes de reproduzir ou simular aspectos do raciocínio e do comportamento humano, atuando como ferramenta estratégica para a transformação digital e a otimização dos processos organizacionais. De acordo com Accenture (2021, p. 3), “a inteligência artificial deixou de ser uma tendência tecnológica para se tornar um elemento central das estratégias empresariais, redefinindo fluxos de trabalho, competências e modelos de produtividade”. Essa afirmação evidencia que a IA extrapola o âmbito técnico e passa a integrar dimensões estruturais e culturais das organizações, modificando a forma como se pensa o trabalho, a tomada de decisão e a inovação.

A compreensão conceitual da IA exige o reconhecimento de sua natureza adaptativa e evolutiva. Conforme Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 2), “a inteligência artificial é um conjunto de técnicas computacionais que, ao processar grandes volumes de dados, é capaz de aprender, reconhecer padrões e propor soluções complexas para problemas diversos”. Essa definição destaca o caráter dinâmico da IA, que não se restringe à automação de tarefas, mas envolve a capacidade de análise preditiva e de aprendizagem contínua. Os autores acrescentam que a incorporação desses sistemas nos ambientes corporativos tem impulsionado novas formas de gestão e reconfigurado o papel do ser humano no processo produtivo, o que impõe desafios relacionados à ética e à adaptação organizacional.



Nesse mesmo sentido, Kauan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025, p. 4) apontam que “a IA é um agente de transformação que exige das empresas uma mudança de mentalidade, substituindo a lógica da repetição pela lógica da inovação e do pensamento estratégico”. Tal perspectiva reforça que a adoção da IA demanda um reposicionamento cultural, em que a tecnologia deixa de ser um mero suporte operacional para se tornar parte integrante do processo decisório e da cultura corporativa. Os autores enfatizam, ainda, que o uso responsável da IA depende de diretrizes éticas e políticas empresariais que assegurem a equidade, a transparência e a valorização do fator humano.

Para Barbosa (2025, p. 6), a inteligência artificial deve ser compreendida como “uma extensão das capacidades humanas de comunicação e análise, promovendo novas formas de interação entre empresas, colaboradores e clientes”. O autor observa que a IA, especialmente aplicada à comunicação organizacional, tem o potencial de ampliar o alcance das empresas e fortalecer o relacionamento com o público, desde que utilizada de modo estratégico e humanizado. Essa abordagem amplia a visão técnica da IA, reconhecendo-a como ferramenta de mediação sociotecnológica que influencia os processos culturais e comportamentais dentro das organizações.

Na mesma linha, Consultor (2023, p. 2) destaca que “a inteligência artificial representa uma das maiores revoluções na história corporativa, pois redefine a forma como o conhecimento é produzido e aplicado nas empresas”. O autor ressalta que a IA viabiliza o acesso a informações em tempo real e o desenvolvimento de soluções baseadas em dados, permitindo maior precisão nas decisões e maior eficiência nos resultados. Contudo, o texto alerta para a necessidade de equilibrar a dependência tecnológica com o julgamento humano, a fim de evitar a mecanização das relações de trabalho e o enfraquecimento dos valores organizacionais.

De modo complementar, o relatório da Accenture (2021, p. 5) observa que “a integração da IA à cultura corporativa não deve ser vista como substituição do trabalho humano, mas como uma oportunidade para aumentar o potencial criativo e estratégico das equipes”. Essa visão reforça a noção de coexistência entre humanos e máquinas, na



qual a tecnologia atua como parceira cognitiva, ampliando a capacidade analítica e a eficiência produtiva sem eliminar a relevância do pensamento crítico e da colaboração.

Segundo Market (2017, p. 8), “a produtividade empresarial aumenta quando a IA é incorporada de forma planejada e alinhada aos objetivos organizacionais”. O autor defende que a adoção dessas tecnologias deve ser acompanhada de um planejamento estratégico que envolva tanto o investimento em infraestrutura tecnológica quanto o desenvolvimento de competências humanas. Essa visão é corroborada por Group (s.d., p. 4), ao afirmar que “a inteligência artificial pode ajudar as empresas não apenas a reduzir custos, mas também a criar novos modelos de negócio e oportunidades de crescimento sustentável”. Tais reflexões evidenciam que o conceito de IA está ligado à ideia de transformação organizacional, na qual a inovação tecnológica se combina com o desenvolvimento de novas práticas de gestão.

Dessa forma, observa-se que os fundamentos conceituais da inteligência artificial abrangem múltiplas dimensões — técnica, estratégica, ética e humana — que se articulam na construção de um novo paradigma empresarial. A partir das perspectivas apresentadas por Accenture (2021), Silva, Azrak e Bérgamo (2024), Kauan Moraes Nascimento, Santos e Pinto (2025), Barbosa (2025), Consultor (2023), Market (2017) e Group (s.d.), comprehende-se que a IA não deve ser entendida apenas como ferramenta de automação, mas como fenômeno sociotecnológico capaz de reconfigurar comportamentos, redefinir valores e impulsionar a inovação nas organizações contemporâneas. A consolidação desses fundamentos teóricos sustenta as discussões subsequentes, permitindo compreender como a inteligência artificial influencia o comportamento organizacional e a cultura empresarial na era digital.

2.2 CULTURA ORGANIZACIONAL E COMPORTAMENTO NAS EMPRESAS

A cultura organizacional representa o conjunto de valores, crenças, símbolos e práticas que orientam o comportamento dos indivíduos dentro de uma empresa, influenciando a forma como as pessoas interagem, tomam decisões e se adaptam às



mudanças. Segundo Accenture (2021, p. 4), “as organizações que integram a tecnologia à cultura corporativa obtêm maior engajamento dos colaboradores e alcançam melhores resultados em inovação e produtividade”. Essa afirmação demonstra que a cultura não é apenas um elemento simbólico, mas um fator estratégico que molda o comportamento coletivo e condiciona o sucesso das transformações tecnológicas. Assim, compreender a cultura organizacional é fundamental para entender como a inteligência artificial e as inovações digitais são incorporadas e aceitas pelos membros das instituições.

De acordo com Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 3), “a cultura organizacional deve ser vista como um organismo vivo, em constante transformação, que se adapta às demandas tecnológicas, econômicas e sociais”. Essa visão destaca a natureza dinâmica da cultura empresarial, mostrando que ela não é estática, mas evolui conforme as pressões internas e externas. Os autores enfatizam que a incorporação da inteligência artificial nas rotinas corporativas exige uma reconfiguração cultural que favoreça a colaboração entre pessoas e sistemas tecnológicos. Portanto, a adoção de inovações depende não apenas de recursos técnicos, mas também da disposição das equipes em aprender, compartilhar e reinventar práticas estabelecidas.

Em consonância com essa perspectiva, Kauan Moraes Nascimento, Santos e Pinto (2025, p. 5) apontam que “a cultura organizacional moderna deve ser pautada em valores como adaptabilidade, inovação e aprendizado contínuo, pois são esses elementos que permitem às empresas prosperar em ambientes impactados pela inteligência artificial”. Essa observação evidencia que a cultura empresarial contemporânea precisa acolher a tecnologia como aliada, promovendo um ambiente favorável à experimentação e à mudança. Ao comentar esse aspecto, os autores reforçam que o comportamento organizacional tende a tornar-se colaborativo e orientado por dados quando sustentado por uma cultura aberta ao conhecimento e à tecnologia.

Para Barbosa (2025, p. 7), “a cultura organizacional é o elo que conecta a identidade corporativa às ações dos colaboradores, e o comportamento nas empresas reflete a forma como os valores institucionais são vivenciados no cotidiano”. Tal visão demonstra que os valores declarados pelas empresas — como inovação, ética e



responsabilidade — só se tornam efetivos quando internalizados pelos membros da organização. Assim, a cultura atua como mediadora entre o discurso institucional e a prática empresarial, orientando comportamentos individuais e coletivos. Além disso, o autor ressalta que a comunicação empresarial, impulsionada pela inteligência artificial, tem um papel relevante na manutenção da coerência entre discurso e prática, garantindo que as tecnologias sirvam à coesão e à transparência organizacional.

De modo similar, Consultor (2023, p. 3) destaca que “a integração de novas tecnologias demanda um redesenho cultural, pois o comportamento dos colaboradores precisa acompanhar a evolução digital das empresas”. O autor observa que, em muitos contextos corporativos, há resistência inicial às mudanças tecnológicas, especialmente quando elas alteram rotinas e estruturas hierárquicas tradicionais. Entretanto, ele defende que a construção de uma cultura de inovação depende da capacidade de líderes e gestores em promover um ambiente de confiança, aprendizado e flexibilidade. Dessa forma, o comportamento organizacional torna-se o reflexo direto da cultura, sendo determinado pela forma como os indivíduos se posicionam diante das inovações e desafios institucionais.

Ainda nesse campo de reflexão, Market (2017, p. 9) enfatiza que “a produtividade e o comportamento dos colaboradores estão relacionados à clareza dos valores organizacionais e à coerência entre o que a empresa prega e o que ela pratica”. Essa observação reforça a importância da cultura como elemento de coesão e motivação dentro das organizações. Quando há alinhamento entre os valores institucionais e as ações cotidianas, os comportamentos tendem a ser engajados e orientados aos objetivos comuns. No entanto, quando ocorre dissonância entre discurso e prática, surgem conflitos, resistência e desmotivação, prejudicando o desempenho coletivo.

Em uma análise complementar, Group (s.d., p. 5) argumenta que “o comportamento organizacional inovador surge quando as empresas criam culturas que valorizam a experimentação e a autonomia dos colaboradores”. O texto destaca que o estímulo à criatividade e à confiança mútua é essencial para que as inovações tecnológicas, como a inteligência artificial, sejam incorporadas com sucesso. Essa postura



organizacional implica compreender o erro como parte do processo de aprendizado e não como falha a ser punida, o que favorece um comportamento proativo e colaborativo.

Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 6) complementam que “a cultura organizacional influencia o modo como as pessoas percebem, interpretam e reagem às mudanças impostas pela tecnologia”. Assim, o comportamento nas empresas reflete não apenas a racionalidade econômica, mas também aspectos subjetivos, emocionais e simbólicos que moldam as relações de trabalho. Os autores observam que a transformação digital, ao mesmo tempo em que traz ganhos de eficiência, exige maior sensibilidade dos gestores para lidar com os impactos humanos da inovação, garantindo que a cultura empresarial continue sendo um espaço de valorização do capital humano.

Portanto, ao relacionar cultura organizacional e comportamento nas empresas, evidencia-se que ambos são dimensões interdependentes e fundamentais para a sustentabilidade das transformações tecnológicas. A cultura define as bases éticas, simbólicas e relacionais da instituição, enquanto o comportamento reflete a forma como essas bases se manifestam na prática. À luz das contribuições de Accenture (2021), Silva, Azrak e Bérgamo (2024), Kauan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025), Barbosa (2025), Consultor (2023), Market (2017) e Group (s.d.), comprehende-se que o sucesso da inteligência artificial e das inovações corporativas depende, sobretudo, da construção de culturas organizacionais abertas, colaborativas e humanizadas, capazes de equilibrar o avanço tecnológico com os valores que sustentam o comportamento ético e participativo nas empresas.

2.3 INTERSEÇÃO ENTRE IA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

A interseção entre a inteligência artificial (IA) e o comportamento organizacional tem se consolidado como um dos temas relevantes no campo da gestão contemporânea, especialmente diante das transformações provocadas pela digitalização dos processos empresariais. A inserção de sistemas inteligentes nas rotinas corporativas impacta a forma como os indivíduos interagem, tomam decisões e se relacionam com o trabalho. De



acordo com Accenture (2021, p. 6), “a inteligência artificial tem o potencial de redefinir o papel do trabalhador, substituindo tarefas repetitivas e liberando tempo para atividades de maior valor cognitivo e estratégico”. Essa perspectiva indica que a IA não apenas altera o fluxo operacional das empresas, mas também exige uma reconfiguração do comportamento humano, uma vez que o foco passa a ser a cooperação entre pessoas e tecnologias inteligentes.

Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 4) destacam que “a presença da inteligência artificial nas organizações modifica a dinâmica comportamental, introduzindo novas formas de interação entre colaboradores e sistemas automatizados”. Os autores enfatizam que, ao mesmo tempo em que a IA contribui para a eficiência e a inovação, ela também cria novos desafios emocionais e relacionais dentro das equipes. A automatização de processos, por exemplo, pode gerar sentimentos de insegurança e resistência entre os trabalhadores, demandando políticas de gestão humanizadas. Assim, a interseção entre IA e comportamento organizacional requer um equilíbrio entre o avanço tecnológico e a preservação das dimensões humanas do trabalho.

Em complemento, Kauan Moraes Nascimento, Santos e Pinto (2025, p. 6) afirmam que “a IA provoca uma mudança de paradigma no comportamento organizacional, deslocando o foco do controle hierárquico para a autonomia colaborativa”. Esse ponto de vista reflete uma tendência crescente nas empresas digitais, em que a tecnologia deixa de ser apenas uma ferramenta de monitoramento e passa a atuar como suporte para a criatividade, o pensamento crítico e a resolução de problemas. Os autores observam que, em ambientes de alta conectividade, o comportamento dos profissionais torna-se orientado por dados, exigindo novas competências cognitivas e socioemocionais. Dessa forma, a cultura empresarial precisa adaptar-se a esse novo cenário, promovendo um ambiente de aprendizagem contínua e de inovação compartilhada.

Segundo Barbosa (2025, p. 8), “a inteligência artificial influencia não apenas o desempenho operacional, mas também o modo como os colaboradores percebem o propósito da organização e sua própria relevância dentro dela”. A afirmação evidencia que a relação entre humanos e máquinas transcende o aspecto técnico, alcançando



dimensões simbólicas e identitárias. O autor argumenta que, à medida que as tecnologias passam a assumir tarefas antes humanas, surge a necessidade de reforçar o senso de pertencimento e de propósito nas equipes. Portanto, o comportamento organizacional, nesse contexto, deve ser compreendido como uma construção coletiva em constante diálogo com as transformações tecnológicas.

Consultor (2023, p. 4) complementa essa visão ao afirmar que “a IA contribui para uma cultura de análise e tomada de decisão baseada em evidências, reduzindo a subjetividade e ampliando a precisão nas estratégias empresariais”. Entretanto, o autor adverte que o uso intensivo de dados também pode gerar distanciamento emocional e enfraquecimento dos vínculos interpessoais. Isso reforça a importância de uma gestão equilibrada, capaz de integrar a eficiência dos algoritmos à empatia humana. Assim, a interseção entre IA e comportamento organizacional revela tanto avanços quanto dilemas éticos e relacionais que exigem reflexão constante por parte das lideranças.

Market (2017, p. 10) observa que “as empresas que adotam inteligência artificial de maneira planejada e participativa apresentam níveis altos de engajamento e cooperação entre os colaboradores”. Essa constatação mostra que a introdução da IA, quando alinhada aos valores culturais da empresa, pode fortalecer comportamentos organizacionais positivos, como a colaboração e o comprometimento. No entanto, o autor adverte que a ausência de uma comunicação clara sobre o papel das tecnologias tende a gerar insegurança e resistência. Essa análise reforça que o comportamento organizacional não é determinado apenas pela tecnologia em si, mas pela forma como ela é implementada e mediada pelas lideranças.

Para Group (s.d., p. 6), “a IA pode ajudar as empresas a promover ambientes produtivos e criativos, desde que seja utilizada para potencializar as capacidades humanas e não para substituí-las”. Essa perspectiva coloca o ser humano no centro das transformações digitais, defendendo uma abordagem ética e colaborativa. A IA, nesse sentido, deve ser vista como uma parceira cognitiva que amplia as possibilidades de aprendizagem e desenvolvimento dentro das organizações. Assim, a interseção entre tecnologia e comportamento humano passa a constituir um campo de sinergia e



coevolução, no qual a inovação tecnológica impulsiona o crescimento humano e vice-versa.

Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 7) reforçam essa ideia ao destacar que “a IA, ao ser integrada ao ambiente de trabalho, não apenas altera tarefas, mas também redefine as relações de poder e de confiança dentro das equipes”. Essa constatação revela que as implicações da IA vão além da eficiência operacional, alcançando o campo simbólico das relações organizacionais. A confiança nos sistemas inteligentes torna-se um elemento crucial para a aceitação da tecnologia, assim como a transparência das decisões automatizadas é essencial para manter a integridade dos processos corporativos.

A interseção entre inteligência artificial e comportamento organizacional manifesta-se como um processo de coadaptação contínua entre pessoas e tecnologias. Conforme demonstram Accenture (2021), Silva, Azrak e Bérgamo (2024), Kuan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025), Barbosa (2025), Consultor (2023), Market (2017) e Group (s.d.), a IA atua como agente transformador da cultura e do comportamento empresarial, influenciando a forma como os indivíduos percebem o trabalho, interagem e constroem significado dentro das organizações. Ao mesmo tempo, o comportamento humano, com sua capacidade de adaptação, empatia e criatividade, continua sendo o fator determinante para que a inteligência artificial contribua de maneira ética, sustentável e humanizada para o desenvolvimento organizacional.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica de natureza exploratória e abordagem qualitativa, desenvolvida com o propósito de analisar e interpretar estudos que tratam da relação entre inteligência artificial, comportamento organizacional e cultura empresarial. A pesquisa bibliográfica consiste em um método de investigação fundamentado na análise de produções científicas publicadas, buscando compreender, sintetizar e discutir o conhecimento já existente sobre determinado fenômeno. Essa abordagem permite identificar as principais tendências teóricas e



empíricas, bem como lacunas e convergências entre autores que investigam o impacto das tecnologias inteligentes no contexto das organizações contemporâneas.

Os instrumentos de coleta de dados consistiram em materiais disponíveis em bases científicas e repositórios digitais reconhecidos, como Google Scholar, Scielo, DOAJ, Portal de Periódicos da CAPES e revistas indexadas nacionais e internacionais. Foram utilizados descritores como inteligência artificial, comportamento organizacional, cultura empresarial, automação corporativa e transformação digital. O recorte temporal compreendeu publicações entre 2017 e 2025, abrangendo artigos, dissertações, relatórios e documentos técnicos que discutem as mudanças provocadas pela IA na dinâmica empresarial. A técnica de análise adotada foi a análise de conteúdo, utilizada para categorizar os achados de acordo com temas recorrentes, como inovação, ética, gestão de pessoas e cultura organizacional digital.

O processo de pesquisa desenvolveu-se em etapas sistemáticas. Inicialmente, realizou-se o levantamento do material por meio de palavras-chave, seguido pela seleção das obras que apresentavam maior pertinência com os objetivos do estudo. Em seguida, procedeu-se à leitura exploratória e seletiva dos textos, priorizando aqueles que apresentavam consistência teórica e relevância para o tema. Após essa fase, os conteúdos foram organizados e analisados criticamente, de modo a identificar convergências e divergências entre os autores, bem como as contribuições de cada um para a compreensão do fenômeno estudado. As informações extraídas foram interpretadas à luz dos objetivos propostos, permitindo a construção de uma visão integrada sobre os impactos da inteligência artificial na cultura e no comportamento organizacional.

A seguir, apresenta-se um quadro síntese que reúne as principais referências utilizadas na pesquisa, destacando os autores, os títulos conforme publicados, o ano de publicação e o tipo de trabalho. Esse quadro tem a função de oferecer ao leitor uma visão panorâmica e organizada das fontes que embasaram a análise teórica, facilitando a compreensão do percurso metodológico adotado e a diversidade de perspectivas consideradas.



Quadro 1 – Referências utilizadas na pesquisa bibliográfica

Autor(es)	Título conforme publicado	Ano	Tipo de trabalho
Market, R. A.	O impacto da inteligência artificial na produtividade empresarial	2017	Artigo online
Accenture	O impacto da inteligência artificial na produtividade empresarial	2021	Artigo corporativo
Consultor, C. d.	Inteligência artificial nas empresas: tendências e oportunidades	2023	Artigo online
Silva, G. H. M. da; Azrak, K. D. de S.; Bérgamo, L.	Inteligência artificial na gestão empresarial: Oportunidades e tendências	2024	Artigo científico
Group, B.	Inteligência artificial: como pode ajudar as empresas?	s.d.	Artigo institucional
Barbosa, F.	A inteligência artificial na comunicação empresarial: Desafios, oportunidades e transformações	2025	Artigo científico
Kauan Morais Nascimento, K.; Santos, K. G. dos; Pinto, D. S. A.	Inteligência artificial e transformação: O papel no meio empresarial e os desafios da adoção	2025	Artigo científico

Fonte: Elaborado pelo autor.

O quadro apresentado sintetiza as principais obras que fundamentaram a pesquisa bibliográfica, evidenciando a variedade temporal e a diversidade de perspectivas teóricas consideradas. As fontes selecionadas abrangem desde publicações institucionais voltadas à produtividade e inovação até artigos científicos que exploram os impactos da inteligência artificial na gestão e na cultura empresarial. Essa pluralidade de referenciais possibilitou uma análise e, permitiu compreender o fenômeno investigado sob diferentes dimensões – tecnológica, organizacional e humana – e assegurando o rigor científico necessário ao desenvolvimento desta pesquisa.

4. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO NAS EMPRESAS

A inteligência artificial (IA) consolidou-se como um dos principais agentes de transformação das empresas contemporâneas, reconfigurando processos, estruturas e comportamentos organizacionais. Seu impacto transcende a automação de tarefas, alcançando dimensões estratégicas que envolvem inovação, cultura e tomada de decisão.



Conforme Accenture (2021, p. 7), “a adoção da inteligência artificial representa uma mudança estrutural nas organizações, impulsionando novos modelos de negócio e redefinindo o papel das pessoas dentro delas”. Essa transformação é marcada pela substituição de práticas convencionais por sistemas inteligentes que operam com base em dados e algoritmos, gerando maior agilidade e eficiência nas operações empresariais.

De acordo com Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 5), “a inteligência artificial é uma aliada estratégica que transforma a gestão empresarial, permitindo às organizações tomar decisões assertivas e prever cenários com base em análises automatizadas”. A observação dos autores evidencia que a IA não atua apenas como ferramenta operacional, mas como instrumento de suporte ao pensamento estratégico. Essa integração amplia a capacidade de resposta das empresas frente às mudanças de mercado, otimizando a gestão e fortalecendo a competitividade. Entretanto, os mesmos autores alertam que a transformação promovida pela IA exige também um redimensionamento das competências humanas, visto que a interação com sistemas inteligentes requer habilidades analíticas e criativas.

Para Kuan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025, p. 7), “a inteligência artificial é um agente de transformação que redefine os alicerces organizacionais, promovendo uma nova cultura corporativa baseada em inovação, adaptabilidade e uso intensivo de dados”. Essa perspectiva evidencia que o impacto da IA vai além das dimensões técnicas, alcançando a esfera simbólica e cultural das instituições. A tecnologia, nesse sentido, altera a forma como os colaboradores percebem a própria função e o modo como as empresas se estruturam para enfrentar os desafios do mercado global. O uso de ferramentas inteligentes leva à reconfiguração de valores corporativos e estimula a criação de ambientes colaborativos em que a informação é compartilhada de maneira ágil e transparente.

De forma complementar, Barbosa (2025, p. 9) argumenta que “a IA atua como um vetor de comunicação e transformação organizacional, pois cria novos fluxos informacionais e redefine as relações entre empresas, colaboradores e clientes”. Essa constatação reforça a ideia de que as tecnologias inteligentes ampliam a capacidade das



organizações de compreender e responder às demandas internas e externas. A comunicação corporativa, mediada por IA, torna-se personalizada e eficiente, o que favorece a construção de uma cultura organizacional conectada e inovadora. O autor também ressalta que, embora os ganhos de produtividade sejam evidentes, a verdadeira transformação depende da integração equilibrada entre automação e humanização.

Segundo Consultor (2023, p. 5), “a inteligência artificial é responsável por impulsionar uma nova era de oportunidades, em que as empresas são desafiadas a combinar eficiência tecnológica com valores humanos”. O autor destaca que a IA estimula a criação de estratégias empresariais ágeis e sustentáveis, mas adverte para o risco de uma dependência excessiva da tecnologia. Tal advertência reforça a necessidade de as organizações desenvolverem políticas de governança digital e ética corporativa, garantindo que o uso de algoritmos respeite os princípios de equidade e responsabilidade social. Assim, a transformação tecnológica promovida pela IA não pode ser dissociada de um processo de evolução cultural e comportamental.

Market (2017, p. 11) observa que “a produtividade empresarial cresce exponencialmente quando a IA é integrada de forma planejada, permitindo que as organizações direcionem seus recursos humanos para funções de maior valor intelectual”. O autor enfatiza que o uso estratégico da IA libera os profissionais das tarefas operacionais, permitindo que se concentrem em atividades criativas e analíticas. Esse redirecionamento das funções laborais tem contribuído para a emergência de novas formas de liderança e de gestão de talentos, em que o comportamento organizacional se orienta por critérios de aprendizado contínuo e inovação colaborativa.

Na mesma direção, Group (s.d., p. 7) ressalta que “a inteligência artificial pode ajudar as empresas a alcançar um equilíbrio entre eficiência e inovação, desde que utilizada como ferramenta de apoio às pessoas, e não como substituta delas”. Essa reflexão destaca o papel mediador da IA, capaz de fortalecer as capacidades humanas e não de anulá-las. O texto reforça a importância da ética e da consciência social na implementação tecnológica, sugerindo que a verdadeira transformação empresarial ocorre quando a



tecnologia potencializa o protagonismo humano, fortalecendo a cultura organizacional e promovendo o desenvolvimento sustentável.

Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 8) reforçam esse pensamento ao afirmar que “a transformação promovida pela IA é inevitável e irreversível, mas seu sucesso depende da capacidade das empresas em alinhar a inovação tecnológica aos valores organizacionais”. Essa relação entre tecnologia e cultura organizacional é essencial, pois determina o grau de adesão e engajamento dos colaboradores aos novos modelos de trabalho. Quando a inovação é implementada de forma coerente com a identidade institucional, os impactos são positivos e duradouros; caso contrário, surgem resistências e rupturas comportamentais que comprometem o processo de mudança.

Assim, a inteligência artificial configura-se como um verdadeiro agente de transformação nas empresas, atuando simultaneamente nas dimensões produtiva, estratégica e cultural. Conforme demonstram Accenture (2021), Silva, Azrak e Bérgamo (2024), Kauan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025), Barbosa (2025), Consultor (2023), Market (2017) e Group (s.d.), a IA representa mais do que uma inovação tecnológica: ela constitui uma força evolutiva que redefine o conceito de trabalho, altera padrões de comportamento e impulsiona a construção de uma cultura empresarial orientada pela eficiência, pela criatividade e pela inteligência coletiva. Dessa forma, a transformação organizacional promovida pela IA não reside apenas nas máquinas que executam tarefas, mas, sobretudo, nas pessoas que aprendem a conviver, criar e evoluir com elas.

5. O IMPACTO DA IA NAS RELAÇÕES DE TRABALHO E NO ENGAJAMENTO

O impacto da inteligência artificial (IA) nas relações de trabalho e no engajamento organizacional constitui um dos temas debatidos no contexto da transformação digital. A incorporação de sistemas automatizados e de análise preditiva tem alterado as dinâmicas de interação entre trabalhadores e empresas, influenciando desde as formas de comunicação até os vínculos afetivos com o ambiente corporativo. Conforme Accenture



(2021, p. 8), “a inteligência artificial redefine o papel humano no trabalho, eliminando tarefas repetitivas e estimulando o foco em atividades de maior complexidade e valor estratégico”. Essa transformação implica não apenas ganhos de produtividade, mas também uma reconfiguração do engajamento, uma vez que os colaboradores passam a atuar de maneira analítica, criativa e colaborativa.

De acordo com Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 6), “a IA provoca uma mudança estrutural nas relações de trabalho ao modificar o modo como as pessoas se relacionam com suas funções, com as equipes e com as próprias organizações”. Essa constatação mostra que o impacto da IA vai além do campo operacional, alcançando dimensões psicológicas e culturais. A relação entre humano e tecnologia cria novas expectativas quanto à autonomia, ao reconhecimento e à participação, exigindo que as lideranças empresariais adotem uma postura empática e orientada à gestão de pessoas. Os autores destacam ainda que a resistência à adoção tecnológica está associada à insegurança profissional e à falta de formação digital, o que pode comprometer o engajamento e o senso de pertencimento.

Para Kuan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025, p. 9), “a inteligência artificial altera as relações de trabalho, mas também abre espaço para novas formas de engajamento baseadas na confiança e na colaboração entre humanos e máquinas”. Essa perspectiva evidencia que, ao contrário da visão determinista que associa a IA à substituição do trabalho humano, o fenômeno pode ser interpretado como uma oportunidade de ressignificação das funções laborais. O engajamento passa a depender da capacidade das empresas de integrar tecnologia e humanidade, criando ambientes em que o aprendizado contínuo e a criatividade sejam valorizados.

Segundo Barbosa (2025, p. 10), “a IA contribui para a construção de uma cultura organizacional participativa, desde que utilizada de maneira ética e comunicativa, promovendo a valorização do indivíduo dentro do sistema automatizado”. Essa reflexão reforça que o uso da tecnologia deve estar alinhado aos princípios de transparência e inclusão. Quando a comunicação corporativa se torna mediada por algoritmos, o risco de desumanização cresce, exigindo políticas de gestão que priorizem a escuta ativa e a



integração de equipes multidisciplinares. Nesse sentido, a IA pode tanto fortalecer o engajamento quanto enfraquecê-lo, dependendo da forma como é implementada e das condições de trabalho oferecidas.

Consultor (2023, p. 5) acrescenta que “a inteligência artificial redefine o conceito de produtividade ao colocar o capital humano como elemento central da inovação”. A afirmação indica que, embora as máquinas executem tarefas com rapidez e precisão, é a inteligência humana que garante sentido e propósito às atividades corporativas. O autor ressalta que as empresas que equilibram tecnologia e bem-estar tendem a apresentar níveis altos de engajamento, uma vez que os colaboradores se percebem como parte essencial do processo de transformação digital. Essa abordagem contribui para o fortalecimento da confiança e para o desenvolvimento de uma cultura voltada ao aprendizado coletivo.

Market (2017, p. 12) observa que “as relações de trabalho estão se tornando flexíveis e baseadas em resultados, impulsionadas pela adoção da inteligência artificial e de novas formas de gestão digital”. Essa tendência indica que o vínculo tradicional entre empregado e empregador vem sendo substituído por modelos de colaboração horizontais e autônomos. No entanto, o autor alerta que essa flexibilização pode gerar sobrecarga e ansiedade, caso não seja acompanhada por políticas de suporte psicológico e profissional. Assim, o desafio das organizações é equilibrar a eficiência promovida pela IA com práticas de gestão humanizadas, capazes de manter a motivação e o comprometimento das equipes.

De acordo com Group (s.d., p. 8), “a IA pode auxiliar as empresas na criação de ambientes de trabalho colaborativos, desde que utilizada como ferramenta de apoio e não de controle”. O autor argumenta que a confiança é o elemento-chave nas relações de trabalho mediadas por tecnologia. Quando os colaboradores percebem que os sistemas inteligentes servem para aprimorar o desempenho e não para vigiar, o engajamento aumenta. Essa perspectiva reforça a importância de políticas organizacionais transparentes e de lideranças que compreendam a IA como parceira no desenvolvimento humano.



Para Silva, Azrak e Bérgamo (2024, p. 9), “o impacto da inteligência artificial nas relações de trabalho requer uma reeducação comportamental, pautada em empatia, adaptabilidade e colaboração”. Os autores defendem que, diante de um cenário de automação crescente, o diferencial humano reside na capacidade de desenvolver habilidades socioemocionais e de atuar de forma integrada com as máquinas. Essa abordagem humanista da tecnologia revela que o engajamento não é apenas uma consequência do uso da IA, mas o resultado de um processo intencional de construção de sentido e pertencimento dentro das organizações.

Dessa forma, observa-se que o impacto da inteligência artificial nas relações de trabalho e no engajamento é multifacetado e dinâmico. Conforme as contribuições de Accenture (2021), Silva, Azrak e Bérgamo (2024), Kauan Morais Nascimento, Santos e Pinto (2025), Barbosa (2025), Consultor (2023), Market (2017) e Group (s.d.), a IA se apresenta como um catalisador de mudanças que exigem novas formas de liderança, comunicação e cooperação. O desafio das organizações consiste em equilibrar a eficiência dos algoritmos com o protagonismo humano, promovendo ambientes de trabalho éticos, colaborativos e emocionalmente sustentáveis, nos quais o engajamento emerge como consequência natural de uma cultura empresarial centrada nas pessoas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões apresentadas ao longo deste estudo permitiram compreender que a inteligência artificial tem se configurado como um agente de transformação no ambiente organizacional, provocando mudanças estruturais nas formas de gestão, nas relações de trabalho e no comportamento humano dentro das empresas. A análise realizada possibilitou responder à questão central desta pesquisa — como e em que condições a inteligência artificial impacta o comportamento organizacional, especialmente no que se refere aos desafios e oportunidades para a cultura empresarial —, evidenciando que a integração dessa tecnologia requer não apenas inovação técnica, mas também um reposicionamento ético, cultural e estratégico por parte das organizações.



Verificou-se que o uso da inteligência artificial, quando conduzido de forma planejada e consciente, contribui para o fortalecimento da cultura de inovação, para o aprimoramento da comunicação e para o desenvolvimento de ambientes colaborativos. Entretanto, o estudo demonstrou que tais benefícios somente se concretizam em contextos organizacionais que valorizam o protagonismo humano e promovem a adaptação cultural necessária à convivência entre pessoas e máquinas. As evidências apontam que o equilíbrio entre automação e humanização é o fator determinante para que a IA gere resultados sustentáveis, sem comprometer o engajamento, a motivação e a identidade profissional dos colaboradores.

Constatou-se, ainda, que a introdução da inteligência artificial modifica a forma como as relações de trabalho se estruturam, exigindo novas competências e comportamentos dos indivíduos. A tecnologia redefine funções, otimiza processos e amplia a eficiência das operações, mas também demanda preparo emocional e cognitivo para lidar com as transformações constantes. Nesse sentido, o engajamento organizacional passa a depender não apenas de incentivos materiais, mas da criação de um ambiente em que o aprendizado contínuo, a comunicação transparente e a confiança nas decisões automatizadas sejam prioridades. A cultura empresarial, portanto, deve se reorientar para integrar valores humanos e tecnológicos em um mesmo eixo de desenvolvimento.

Os resultados evidenciam que o impacto da inteligência artificial sobre o comportamento organizacional não é homogêneo, variando conforme o grau de maturidade digital e o nível de abertura cultural das empresas. Enquanto organizações adaptáveis tendem a incorporar a tecnologia como instrumento de apoio e crescimento, aquelas que resistem à mudança enfrentam tensões internas e dificuldades de engajamento. Desse modo, a gestão contemporânea precisa reconhecer que a inovação não se restringe à implementação de sistemas automatizados, mas inclui a reconstrução das relações interpessoais e o fortalecimento da confiança entre gestores, equipes e tecnologias inteligentes.



As contribuições deste estudo residem na análise crítica sobre o papel da inteligência artificial como elemento estruturante da nova cultura empresarial, evidenciando suas possibilidades e desafios para o comportamento organizacional. A pesquisa oferece subsídios teóricos que podem orientar gestores e pesquisadores na compreensão dos impactos humanos e institucionais decorrentes da adoção tecnológica, além de reforçar a importância de práticas éticas e inclusivas na transformação digital.

Por fim, considera-se que, embora o presente trabalho tenha alcançado seu objetivo de investigar os efeitos da inteligência artificial sobre o comportamento e a cultura organizacional, há necessidade de aprofundar estudos empíricos que explorem a aplicação prática dessas tecnologias em diferentes contextos empresariais. Pesquisas futuras poderão contribuir para ampliar a compreensão sobre as variáveis que influenciam o engajamento e a adaptação cultural em organizações que adotam inteligência artificial, possibilitando o desenvolvimento de estratégias sustentáveis. Assim, a reflexão sobre o tema permanece aberta, acompanhando o avanço contínuo da tecnologia e suas repercussões sobre o trabalho e a vida organizacional no século XXI.

REFERÊNCIAS

- Accenture. (2021). O impacto da inteligência artificial na produtividade empresarial. Transformação Digital. Disponível em: <https://transformacaodigital.com/tecnologia/o-impacto-da-inteligencia-artificial-na-produtividade-empresarial/>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.
- Barbosa, F. (2025). A inteligência artificial na comunicação empresarial: Desafios, oportunidades e transformações. The Trends Hub, 1(5).
<https://doi.org/10.34630/tth.v1i5.6275> Disponível em:
<https://doi.org/10.34630/tth.v1i5.6275>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.
- Consultor, C. d. (2023). Inteligência artificial nas empresas: tendências e oportunidades. Canal do Consultor. Disponível em: <https://canaldoconsultor.com.br/inteligencia-artificial-nas-empresas-tendencias-e-oportunidades/>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.
- Group, B. (n.d.). Inteligência artificial: como pode ajudar as empresas? Buildness. Disponível em: <https://buildness.pt/qual-o-impacto-da-inteligencia-artificial-nas-empresas/>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.



Kuan Morais Nascimento, K., Santos, K. G. dos, & Pinto, D. S. A. (2025). Inteligência artificial e transformação: O papel no meio empresarial e os desafios da adoção.

RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar, 6(10), e6106870.

<https://doi.org/10.47820/recima21.v6i10.6870> Disponível em:

<https://doi.org/10.47820/recima21.v6i10.6870>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.

Market, R. A. (2017). O impacto da inteligência artificial na produtividade empresarial. Transformação Digital. Disponível em: <https://transformacaodigital.com/tecnologia/o-impacto-da-inteligencia-artificial-na-produtividade-empresarial/>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.

Silva, G. H. M. da, Azrak, K. D. de S., & Bérgamo, L. (2024). Inteligência artificial na gestão empresarial: Oportunidades e tendências. Revista Acadêmica Online, 10(51), 1–9.

<https://doi.org/10.36238/2359-5787.2024.v10n51.108> Disponível em:

<https://doi.org/10.36238/2359-5787.2024.v10n51.108>. Acesso em: 24 de outubro de 2025.

