

A APLICAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO COMBATE A FRAUDES FINANCEIRAS: benefícios, desafios e impactos em uma empresa do setor de marketing de experiência¹,

**Thierry Lucas de Souza Oliveira²,
Tales Antão de Alencar Carvalho³,**

RESUMO: Este trabalho investiga a aplicação da inteligência artificial (IA) no combate a fraudes financeiras, analisando seus benefícios, desafios e impactos em uma empresa do setor de marketing de experiência. A pesquisa parte do problema: como a IA pode ser aplicada para aumentar a segurança dos processos financeiros corporativos? O objetivo geral consiste em analisar como ferramentas inteligentes podem prevenir e detectar fraudes, fortalecendo os controles internos. A metodologia adotada foi um estudo de caso único com abordagem quali-quantitativa, por meio de entrevistas, questionários e análise documental em uma empresa localizada em Teresina-PI. Os resultados indicam que, embora a IA seja percebida como uma tecnologia promissora na detecção de irregularidades e no aumento da eficiência operacional, sua adoção enfrenta entraves estruturais, como a falta de suporte técnico, baixa capacitação dos colaboradores e resistência à mudança. Apesar disso, os participantes demonstraram expectativa positiva quanto ao futuro da IA, reconhecendo seu potencial para transformar o setor financeiro. A pesquisa conclui que a eficácia da IA depende da integração entre algoritmos, supervisão humana, cultura organizacional receptiva e governança de dados. Por fim, sugere-se que a adoção bem-sucedida de IA requer investimento contínuo em capacitação, suporte especializado e alinhamento estratégico com os objetivos do negócio, contribuindo para a construção de ambientes corporativos mais seguros, inovadores e éticos

Palavras-Chave: Inteligência Artificial; Fraudes Financeiras; Eficiência Operacional;

ABSTRACT: This paper investigates the application of artificial intelligence (AI) in combating financial fraud, analyzing its benefits, challenges, and impacts on a company in the experience marketing sector. The research starts with the problem: how can AI be applied to increase the security of corporate financial processes? The general objective is to analyze how intelligent tools can prevent and detect financial fraud, strengthening internal controls. The methodology adopted was a single case study with a qualitative-quantitative approach, through interviews, questionnaires, and document analysis in a company located in Teresina-PI. The results indicate that, although AI is perceived as a promising technology in detecting irregularities and increasing operational efficiency, its adoption faces structural obstacles, such as lack of technical support, low employee training, and resistance to change. Despite this, participants demonstrated positive expectations regarding the future of AI, recognizing its potential to transform the financial sector. The research concludes that the effectiveness of AI depends on the integration of algorithms, human supervision, receptive organizational culture, and data governance. Finally, it is suggested that successful adoption of AI requires continuous investment in training, specialized support and strategic alignment with business objectives, contributing to the construction of safer, more innovative and ethical corporate environments.

Keywords: Artificial Intelligence; Financial Fraud; Operational Efficiency;

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Piauí, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Campus Poeta Torquato Neto, como requisito indispensável para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

² Aluno do Curso de Administração. E-mail: tldeso@aluno.uespi.br

³ Professor Orientador. E-mail: talesantao@ccsa.uespi.br

INTRODUÇÃO:

Diante da perspectiva da crescente busca de tornar os processos financeiros cada vez mais seguros, Menegon et al. (2024) destaca que a evolução de tecnologias que tornam o Sistema Financeiro Nacional (SFN) mais eficientes tem sido benéfica as companhias. Neste contexto de constante introdução de mudanças tecnológicas no meio organizacional, os processos que as compõem deixam de ser apenas operacionais e passam a demandar análises mais aprofundadas das transações realizadas devido à velocidade com que a internet proporciona ao âmbito, além de soluções mais estratégicas capazes de proporcionar segurança, agilidade e precisão na tomada de decisão quanto à realização das tarefas. Surgem, assim, expectativas quanto a ferramentas baseadas em Inteligência Artificial (IA) capazes de oferecer recursos avançados de análise, monitoramento e tomada de decisão, especialmente no setor financeiro.

De acordo com Garcia (2021), o âmbito financeiro das empresas vem passando por transformações significativas, geradas pela necessidade de adequação à nova roupagem do mundo informatizado. Informações e dados se tornaram cada vez mais acessíveis devido ao avanço tecnológico, contudo, o meio se tornou mais propício a carregar vícios capazes de afetar a saúde financeira de um negócio. Dessa forma, Garcia destaca a eventual inclusão de ferramentas que auxiliem na análise de grandes volumes de dados, ao mesmo tempo que geram mais segurança no tratamento de transações e nas observações das informações obtidas.

A Inteligência Artificial, nesse cenário, desponta como uma das principais aliadas na busca por eficiência nas rotinas financeiras. Com a habilidade de processamento de grandes quantidades de dados em curto período de tempo, identificando padrões e aprendendo com os próprios resultados, a IA não apenas otimiza processos, mas também pode atuar na prevenção de fraudes, detecção de comportamentos atípicos e aumento da segurança nas operações financeiras a qual, segundo Bagó (2023), seria necessário para suprir a inevitável falha manual na análise de dados devido à alta demanda no ambiente financeiro. Tais características tornam sua aplicação cada vez mais atrativa para organizações que buscam mitigar riscos e garantir maior confiabilidade nas informações geradas.

Diante do exposto, a questão norteadora desta pesquisa consiste em responder: Como a inteligência artificial pode ser aplicada no combate a fraudes financeiras, contribuindo para a segurança das operações dos processos financeiros em uma empresa do setor de marketing de experiência?

Com base nessa indagação, o objetivo geral deste trabalho é investigar como a inteligência artificial pode ser aplicada na prevenção e detecção de fraudes financeiras, analisando seus benefícios, desafios e impactos em uma empresa do setor de marketing.

Como objetivos específicos, definem-se os seguintes: identificar os principais tipos de fraudes financeiras que ocorrem em ambientes corporativos; levantar as principais tecnologias e ferramentas

de inteligência artificial aplicadas à prevenção e detecção de fraudes; analisar como a inteligência artificial pode ser integrada aos sistemas de gestão financeira (como ERPs), para monitorar transações e identificar comportamentos atípicos; avaliar os impactos da utilização da inteligência artificial na segurança e na eficiência operacional dos processos financeiros; e investigar os desafios enfrentados por uma empresa de live marketing na adoção de soluções baseadas em inteligência artificial.

Este estudo apresenta relevância acadêmica ao contribuir com o aprofundamento das discussões sobre inovação tecnológica na área financeira, contextualizando-as com a teoria da racionalidade limitada e os sistemas de apoio à decisão. No aspecto prático, fornece subsídios à implementação de ferramentas inteligentes voltadas ao combate de fraudes, apoiando-se na teoria da vantagem competitiva e nas capacidades dinâmicas organizacionais. No âmbito social, a pesquisa se justifica pelo incentivo à construção de ambientes organizacionais mais éticos, transparentes e eficientes, discutindo também os desafios éticos da implementação da IA.

A estrutura deste trabalho está organizada em três seções teóricas, sendo a quinta seção sobre os procedimentos metodológicos, a sexta seção sobre a análise e discussão dos resultados, e a sétima seção sobre considerações finais.

A segunda seção trata da Inteligência Artificial e Apoio à Tomada de Decisão, abordando sua aplicação na prevenção de fraudes financeiras com base na Teoria da Racionalidade Limitada, nos Fundamentos da IA e nos Sistemas de Apoio à Decisão (DSS).

A terceira seção discute a Automação Financeira e a Eficiência Operacional, analisando como a IA contribui para otimizar processos financeiros. Destaca-se a tomada de decisão orientada por dados e os fundamentos da Teoria das Vantagens Competitivas.

A quarta seção aborda Inovação, crescimento e a IA nas organizações, com foco no setor de live marketing. Explora o crescimento organizacional aliado à inovação e adaptação estratégica, destacando a Teoria das Capacidades Dinâmicas, a Teoria da Inovação Disruptiva, a Capacidade de Absorção Tecnológica, a Transformação Digital no Marketing de Experiência e os desafios éticos da IA ressaltando o papel da tecnologia na competitividade empresarial.

A quinta seção apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa, incluindo o tipo, a abordagem, os objetivos, as técnicas de coleta e análise de dados, a definição da amostra, o campo empírico, as etapas do trabalho de campo e os aspectos éticos considerados.

A sexta seção apresenta e analisa os dados da pesquisa com base nos objetivos específicos, utilizando a análise de conteúdo de Bardin (2011) e a triangulação de dados, o que permitiu uma interpretação mais consistente e aprofundada do fenômeno estudado.

Por fim, a sétima seção apresenta as considerações finais, sintetizando os principais resultados, destacando as contribuições da pesquisa, suas limitações e sugestões para estudos futuros.

2. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E APOIO À TOMADA DE DECISÃO

Diante dos avanços tecnológicos nos setores financeiros das empresas, com sistemas cada vez mais integrados, seja com os setores internos das organizações, seja com o meio externo, as operações realizadas tornaram-se mais eficientes, seguras e ágeis. Contudo, tais recursos, por si só, não garantem a superação das incertezas decorrentes da complexidade das informações e da velocidade com que os dados se transformam, o que exige, portanto, intervenção humana qualificada nas operações.

Nesse contexto, a Inteligência Artificial se apresenta como uma aliada estratégica, auxiliando na redução de erros de avaliação causados pelas limitações humanas diante da complexidade do ambiente. Além disso, ela oferece suporte às atividades realizadas em diferentes níveis hierárquicos, proporcionando ao ser humano maior conhecimento sobre o seu ambiente e mais efetividade em suas decisões. A interação humano-digital promove uma nova sensibilidade cognitiva, distinta das transformações anteriores, como a Revolução Industrial (PINTO, 2020).

A Inteligência Artificial (IA) é considerada uma das tecnologias mais promissoras e impactantes da atualidade, sendo objeto de estudo em diversas áreas do conhecimento (ARÃO, 2024). Sua aplicabilidade estende-se a múltiplas esferas, especialmente em organizações públicas e privadas que lidam com grande movimentação de dados, proporcionando avanços significativos na eficiência dos processos operacionais (PALLETTA, 2024).

Embora amplamente discutida atualmente, o estudo da IA tem origens mais antigas. A origem formal da IA remonta à conferência de Dartmouth em 1956, com avanços contínuos desde então (SICHMAN, 2021). Na era digital, a gestão da informação demanda cada vez mais ferramentas capazes de transformar dados em conhecimento e, posteriormente, em inteligência estratégica. A IA, nesse cenário, atua como suporte tecnológico para a tomada de decisão, contribuindo para que as organizações se posicionem de forma competitiva na transformação digital (PALLETTA, 2024).

O avanço da inteligência artificial ao longo dos anos está intrinsecamente ligado à sua capacidade de processar e interpretar grandes volumes de dados, extraíndo deles padrões relevantes para apoiar a tomada de decisão. Essa habilidade é fundamental para que a IA funcione como uma ferramenta eficaz de análise e suporte organizacional.

Devido às incertezas geradas pelas máquinas quanto à exatidão dos resultados que produzem, Sichman (2021) ressalta a necessidade de intenso treinamento dos algoritmos, aperfeiçoados pela inteligência humana. Para que se alcance um resultado confiável, é necessária uma geração contínua de soluções possíveis para o problema em questão. Isso envolve treinamentos intensivos do algoritmo, a fim de identificar padrões semelhantes àqueles resolvidos por seres humanos, permitindo que a IA defina a melhor solução para a tomada de decisão ou alerte sobre determinadas divergências observadas nos dados.

Apesar dos avanços, o uso da IA como agente autônomo de decisão ainda exige precaução. A mediação humana continua sendo essencial para interpretar os resultados e adaptá-los ao contexto organizacional e ético envolvido (MURARI, 2025). Essa necessidade de supervisão evidencia que,

embora a IA seja uma ferramenta poderosa, deve ser utilizada como complemento, e não como substituta, do julgamento humano em processos decisórios complexos.

2.1. Racionalidade Limitada e Sistemas de Apoio à Decisão:

A Teoria da Racionalidade Limitada, desenvolvida por Herbert Simon (1980), parte do princípio de que os seres humanos não têm capacidade ilimitada de processamento de informações. Devido às limitações cognitivas e à complexidade do ambiente, os indivíduos frequentemente tomam decisões com base em informações incompletas ou simplificadas, optando por alternativas satisfatórias em vez das ideais, que poderiam ser geradas a partir de uma análise mais aprofundada da situação.

De acordo com Barros (2016), a capacidade cognitiva da mente humana é muito pequena quando comparada à complexidade dos problemas que exigiriam um comportamento plenamente racional, o que evidencia a dificuldade de alcançar decisões perfeitamente racionais em contextos reais de gestão. Essa limitação torna-se ainda mais evidente no meio financeiro, onde, segundo Souza et al. (2006), o processo decisório que envolve os gestores nem sempre é simples e claro. Os gestores, rodeados de incertezas e informações incompletas, causadas pelos processos e limitações de infraestrutura vinculadas às condições de investimento das organizações, a rationalidade dos indivíduos sofre ainda mais restrições, somando-se à já limitada rationalidade humana.

Diante desse cenário, reconhece-se a necessidade de apoio à tomada de decisão o mais racional possível. Macedo et al. (2008) reforçam essa necessidade ao afirmar que “os seres humanos não podem processar todos os dados sensoriais em um cálculo racional”.

Nesse sentido, com o avanço constante da tecnologia e o crescimento exponencial do volume de informações disponíveis e transacionadas entre os setores de uma organização, ou entre a empresa e seu ambiente externo, surge a necessidade de ferramentas capazes de transformar esses dados em elementos visíveis que gerem conhecimento útil para a tomada de decisão. Diante desse cenário, Power (2002) destaca que há riscos crescentes no âmbito organizacional devido ao grande fluxo de informações, permitindo que os sistemas de apoio se diferenciem conforme as necessidades de cada gestor. Essas diferenciações, segundo Lacerda (2022), devem-se aos níveis decisórios das organizações: estratégico, tático e operacional.

Sendo o nível operacional do setor financeiro frequentemente o mais crítico, por lidar com processos rotineiros, detalhados e que exigem alto grau de precisão, torna-se essencial a integração das informações como forma de apoio aos sistemas decisórios. Com o auxílio da Inteligência Artificial (IA), essa integração possibilita um salto qualitativo ao identificar padrões de comportamentos fraudulentos, seja no contas a pagar, seja no contas a receber, reduzindo riscos e recomendando ações.

Destacando a IA como importante auxílio à tomada de decisão, Power (2002) apresenta duas premissas fundamentais relacionadas ao apoio computadorizado: a primeira afirma que os computadores e a tecnologia da informação podem ajudar as pessoas a tomar decisões importantes; a segunda sustenta que o DSS computadorizado auxilia e apoia os gestores, mantendo-os conectados ao ciclo decisório, sendo o objetivo final “melhorar a eficácia e a eficiência da tomada de decisão, não automatizar decisões”.

Dessa forma, o uso de ferramentas baseadas em algoritmos de aprendizado de máquina, que observam repetições e analisam cuidadosamente as diferenciações, não se mostra apto a tomar decisões por si só, mas sim a auxiliar na prevenção de fraudes e no apoio às atividades executadas pelos colaboradores e gestores do setor financeiro, contribuindo assim para a segurança, eficiência e assertividade no ambiente organizacional.

3. AUTOMAÇÃO FINANCEIRA E EFICIÊNCIA OPERACIONAL:

No cenário econômico contemporâneo, marcado por crescente volatilidade e complexidade, destaca-se que "a capacidade de aprender e prever com precisão o comportamento do mercado financeiro é uma habilidade altamente desejada" pelas organizações (SOBRINHO et al., 2023). Essa busca por previsibilidade em ambientes incertos impulsiona o desenvolvimento de soluções tecnológicas sofisticadas, transformando radicalmente as práticas tradicionais de análise financeira.

Diante dessa necessidade, a automação financeira encontra na inteligência artificial seu principal catalisador tecnológico. Segundo Sobrinho et al. (2023), a IA possibilitou o desenvolvimento de máquinas capazes de analisar dados, prever resultados, recuperar informações e classificar conteúdos com precisão, consolidando-se como uma ferramenta valiosa para o mercado financeiro. Essa capacidade analítica automatizada representa um avanço significativo na eficiência operacional, pois permite o processamento rápido e preciso de grandes volumes de informações que anteriormente demandavam recursos humanos consideráveis e longos períodos de análise.

Por meio da observação dos benefícios oferecidos pela IA, a sofisticação dos sistemas automatizados de análise financeira expandiu-se com o desenvolvimento de técnicas computacionais avançadas como redes neurais, algoritmos genéticos e lógica fuzzy. De acordo com SOBRINHO et al. (2023), “o uso de sistemas inteligentes, como redes neurais (ZHANG et al., 2021), algoritmos genéticos (LIU; XIAO, 2021) e lógica fuzzy (TEALAB et al., 2018), para previsões financeiras tem se mostrado extremamente versátil e aplicável em diversas situações. Esses sistemas são capazes de lidar com grandes quantidades de dados de forma rápida e precisa, e podem ser usados em várias áreas do mercado financeiro, como previsão de preços de ações, detecção de anomalias, previsão de risco de crédito, análise de séries temporais, entre outros”. Essa versatilidade se traduz em ganhos diretos de eficiência operacional, permitindo a automação simultânea de diversas atividades.

A necessidade de automação financeira surge também como resposta às limitações humanas frente à complexidade informacional atual. Conforme apontam SOBRINHO et al. (2023), “com a crescente disponibilidade de dados e a alta complexidade do mercado, é cada vez mais difícil para os operadores e investidores financeiros tomarem decisões informadas e precisas em tempo hábil. Nesse sentido, as técnicas de inteligência computacional, como redes neurais, algoritmos genéticos e lógica fuzzy, têm se mostrado uma opção promissora para automatizar processos e auxiliar na tomada de decisões no mercado financeiro”. Assim, a automação não é apenas uma conveniência, mas uma necessidade estratégica para manter a competitividade.

Diante da consequência da necessidade de processamento avançado, a otimização de processos rotineiros representa assim um pilar fundamental na revolução da eficiência operacional promovida pela automação financeira. Esta transformação na gestão de processos rotineiros é apenas um aspecto de um fenômeno muito mais amplo, pois a abrangência das aplicações de automação inteligente no setor financeiro ilustra sua centralidade na transformação operacional contemporânea, onde "O uso de IA no ambiente financeiro inclui aplicações como previsão de fluxo de caixa, automação de relatórios, detecção de fraudes, análise preditiva de investimentos e decisões de crédito" (Brealey; Myers; Allen, 2020, apud Krisciunas, 2025). Esta diversidade aplicativa demonstra como a automação financeira inteligente penetrou em praticamente todos os aspectos operacionais do setor, criando um novo paradigma de eficiência que redefine expectativas e possibilidades.

Em síntese, a convergência entre automação financeira e eficiência operacional, potencializada pela inteligência artificial, representa não apenas uma evolução incremental, mas uma revolução fundamental na arquitetura operacional das instituições, proporcionando ganhos substantivos em velocidade, precisão e capacidade analítica, enquanto simultaneamente reduz custos operacionais e expande horizontes de possibilidades para inovação contínua no setor.

3.1. Tomada de Decisão Baseada em Dados:

Com a transformação digital avançando em ritmo acelerado, as organizações passaram a enfrentar um novo desafio: como lidar com a imensa quantidade de dados gerados diariamente e utilizá-los de forma estratégica para embasar decisões mais eficientes e seguras.

Diante desse cenário, como ressaltam Carvalho et al. (2018), “com a quantidade cada vez maior de dados disponíveis, a tomada de decisão baseada em dados é usada por quase todas as indústrias com o intuito de conseguir vantagens competitivas no mercado”. Observando no viés financeiro, essa abordagem não se limita apenas à identificação de padrões contábeis característicos do ambiente, mas se estende à previsão de situações que possam beneficiar indivíduos, equipes e organizações, ou os prejudicar, ampliando o alcance das decisões inteligentes.

Ainda segundo Carvalho et al. (2018), “é importante para qualquer organização saber colher as informações corretas [...] como precursoras para a tomada inteligente de decisão”. No entanto,

observa-se que o simples acesso aos dados não garante decisões eficazes: é necessário interpretar corretamente essas informações e, nesse ponto, a visualização adequada desempenha um papel decisivo. Os autores complementam que “uma boa visualização pode não só dar rapidez ao processo, como também influenciá-lo positivamente, ou seja, levar a decisões melhores”. Assim, a proposta de tomar decisão baseada nos dados colhidos ou observados através do auxílio da IA é justamente substituir o achismo ou a intuição por evidências estatísticas, favorecendo decisões fundamentadas em análises precisas, transformando assim essa ferramenta em um recurso estratégico indispensável, permitindo que os dados sejam compreendidos, contextualizados e aplicados de forma inteligente ao processo decisório.

3.2. Teoria das Vantagens Competitivas:

Nas últimas décadas, a evolução do pensamento estratégico empresarial tem sido moldada por discussões fundamentais acerca dos fatores determinantes do crescimento organizacional, sendo destacada a Teoria das Vantagens Competitivas, como afirmam Leite et al (2003) em seu estudo sobre como as organizações competem e aprendem para se diferenciarem e terem vantagens que as destacam.

Introduzido pelo trabalho de Porter (1980), intitulado *Competitive Strategy*, a Teoria das Vantagens Competitivas ganha destaque entre as abordagens mais influentes para o sucesso organizacional em âmbitos competitivos. Como observam Leite et al. (2003), esta obra enfatiza a relação entre as “condições externas do ambiente e as estratégias internas das organizações”, oferecendo uma análise empírica dos fatores que explicam o sucesso ou fracasso de empresas em distintos setores e contextos. Tal abordagem estrutura-se na análise das empresas e de suas forças competitivas, propondo que a vantagem competitiva pode ser alcançada por meio da liderança em custos ou da diferenciação, estratégias que permitem a organização obter desempenho superior ao dos concorrentes.

A Teoria da Competição Baseada em Competências, ainda segundo Leite et al. (2003), propõe que a estrutura da organização não é imposta externamente, mas é, em parte, moldada pelas próprias competências, tornando o conhecimento gerencial e a capacidade de aprendizagem elementos centrais da mudança estratégica. Nesse novo paradigma, as empresas não apenas competem por recursos críticos e mercados, mas também “cooperam para criar novos recursos e ambientes de negócio”, o que reforça o papel da inovação contínua como elemento chave para a criação e desenvolvimento de vantagens competitivas.

Além disso, o ambiente de negócios contemporâneo é caracterizado por altos níveis de incerteza e ambiguidade, tornando a mudança organizacional uma constante necessidade para sobreviver, como indicam Leite et al. (2003), onde “a mudança organizacional é vista não como um evento raro, mas como uma ocorrência cada vez mais frequente” devido às mudanças realizadas no

escopo fora do controle empresarial, o que exige das empresas um comportamento estratégico ágil e adaptativo para permanecer no mercado. A performance das organizações, nesse cenário, passa a depender da maneira como definem estratégias, na forma como realizam cooperação, investimentos e políticas de inovação (Leite et al., 2003), indicando assim que a vantagem competitiva está intimamente mais ligada à capacidade das empresas de interagir com o ambiente externo e dinâmico.

4. INOVAÇÃO, CRESCIMENTO E A IA NAS ORGANIZAÇÕES:

O crescimento empresarial pode ocorrer tanto pela expansão externa quanto pelo desenvolvimento interno das organizações. De acordo com Machado (2016), esse desenvolvimento é fruto do aumento de recursos e da capacidade empreendedora para articular estratégias. Nate et al. (2022) destacam que o sucesso também está vinculado à coordenação eficiente de recursos financeiros, humanos e da comunicação com stakeholders. Nesse contexto, a inovação desempenha papel essencial. Barbosa (2022) enfatiza que a adoção combinada de inovações tecnológicas e não tecnológicas fortalece as capacidades organizacionais e influencia positivamente o desempenho empresarial. Empresas inovadoras demonstram agilidade na responder às mudanças do ambiente externo, detectar oportunidades e explorar novos mercados, consolidando assim uma posição estratégica sustentável.

Apesar disso, a incorporação de tecnologias depende de fatores subjetivos e estruturais. Hamid (2022) destaca que a predisposição individual, a percepção de sentido no trabalho e a personalidade proativa influenciam diretamente a adesão às inovações. Malek e Almarri (2023) complementam que lideranças transformacionais são cruciais para contornar resistências, estimular engajamento e criar um ambiente favorável à mudança tecnológica. Isso se aplica diretamente à realidade das micro e pequenas empresas, como demonstrado nos dados analisados neste estudo, em que a falta de capacitação e o uso de rotinas manuais limitam a efetiva inserção da IA nos processos financeiros.

4.1. Capacidade Dinâmica e Inovação Disruptiva:

Em ambientes altamente voláteis, a Teoria das Capacidades Dinâmicas explica como empresas sustentam vantagens competitivas por meio da reconfiguração deliberada de seus recursos e competências. Guerra et al. (2016) destacam que essas capacidades compreendem processos gerenciais de aprendizado, inovação e antecipação de mudanças, permitindo às organizações responder estrategicamente às exigências do mercado.

Paralelamente, a teoria da inovação disruptiva, proposta por Christensen e explorada por Cândido (2011), mostra como novas tecnologias acessíveis e eficientes podem romper padrões estabelecidos e gerar novos modelos de negócio. Essas inovações, inicialmente voltadas a nichos desvalorizados, tornam-se competitivas ao evoluir, substituindo soluções tradicionais. Silveira (2020) observa que esse processo de transformação é tão profundo quanto a Revolução Industrial.

A aplicação dessas ideias ao uso da inteligência artificial no setor financeiro é clara: a IA tem potencial disruptivo para transformar o modo como empresas gerenciam riscos, detectam fraudes e tomam decisões. Contudo, como revelado neste estudo, tal potencial só é efetivamente explorado quando acompanhado de capacidades dinâmicas e ambiente organizacional receptivo.

4.2. Transformação Digital no Setor de Marketing de Experiência:

Diante de um ambiente empresarial cada vez mais orientado e evoluído pela transformação digital e pela busca por diferenciação competitiva diante da necessidade de se destacar em um mercado com alta concorrência, compreender o comportamento do consumidor tornou-se essencial para a criação de valor e para entregar resultados satisfatórios. Atualmente, a percepção de valor por parte dos clientes não se restringe apenas ao serviço ou produto em si, mas envolve atributos intangíveis, como a imagem da marca, a qualidade percebida da entrega, as funcionalidades e os benefícios oferecidos por eles (Almeida, 2022). Esses elementos funcionam como garantias simbólicas, que influenciam diretamente a decisão de compra e na fidelização. Para tanto, é necessário que a experiência gerada crie valor simultaneamente para o cliente e para a organização. Conforme afirmam Gentile et al. (2007), não basta proporcionar uma vivência memorável, é fundamental que essa experiência estreite o vínculo entre os dois polos da relação, criando significados compartilhados e duradouros.

Nesse cenário, assim, o Marketing de Experiência é altamente explorado. Devido a sua entrega direta aos consumidores, esse meio é amplamente usado em diferentes ambientes que tentam envolver o público, seja na ativação de uma marca, seja na criação de vínculo com o consumidor. Dessa forma, o uso da transformação digital atua como catalisadora para esse âmbito, permitindo que a utilização dessa visão estratégica de aproximar as marcas de seus clientes proporcione a reformulação de seus processos de vendas, produtos, serviços e modelos de negócio de maneira integrada e orientada para o cliente com base nos dados analisados pela entrega das ações.

4.3. Desafios Éticos e Organizacionais da IA:

A ascensão da inteligência artificial nas empresas não se limita aos benefícios operacionais; ela também levanta questões éticas relevantes. Elias (2023) observa que a IA depende da coleta massiva de dados, o que exige atenção à privacidade, ao consentimento informado e à segurança da informação. Além disso, a crescente autonomia dos sistemas inteligentes impõe desafios às estruturas tradicionais de responsabilização.

Dignum (apud KRISCIUNAS, 2025) argumenta que a IA deve ser compreendida como tecnologia social, pois influencia relações de poder, decisões humanas e reputação organizacional. Os desafios incluem vieses algorítmicos, falta de transparência e limitações na regulamentação. Assim, é necessária uma governança que integre princípios de robustez, ética, transparência e

supervisão humana, garantindo que a IA seja uma aliada do desenvolvimento, sem comprometer os direitos individuais e o controle social sobre as decisões automatizadas.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS:

A pesquisa será realizada em uma empresa do setor de live marketing, localizada na cidade de Teresina, PI, especializada na organização de eventos promocionais e na criação de experiências de marca. A escolha da organização justifica-se pela relevância da área financeira no contexto da digitalização e pelo interesse em avaliar a adoção da inteligência artificial (IA) no combate a fraudes internas.

Este estudo classifica-se como uma pesquisa aplicada, pois visa à resolução de um problema prático no ambiente organizacional (GIL, 2008). Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, uma vez que pretende explorar o uso da IA em um contexto específico e descrever os impactos observados (VERGARA, 2009). A abordagem metodológica será quali-quantitativa, com ênfase na dimensão qualitativa, utilizando fontes documentais e entrevistas. O estudo configura-se como um estudo de caso único, conforme definição de Yin (2015), por investigar em profundidade um fenômeno inserido em seu contexto real.

A população da pesquisa é composta por colaboradores dos setores financeiro, de tecnologia da informação e de operações da empresa. A amostragem será não probabilística por julgamento, envolvendo os seguintes participantes: um coordenador financeiro, o sócio administrador da empresa e três colaboradores operacionais que atuam diretamente com rotinas financeiras ou suporte técnico. Os critérios de inclusão e seleção basearam-se na atuação direta desses participantes nos processos de gestão de transações financeiras e no uso de tecnologias de apoio.

Os instrumentos de coleta de dados serão: a) entrevistas semiestruturadas com o coordenador financeiro e com o sócio administrador, objetivando compreender as percepções estratégicas sobre a aplicação da IA, os benefícios percebidos e os desafios enfrentados; b) questionário com escalas fechadas direcionado aos colaboradores operacionais, visando captar o grau de concordância com afirmações relativas à segurança, agilidade e eficácia das ferramentas digitais adotadas; c) análise documental de registros financeiros e relatórios operacionais da empresa, tendo ênfase nos dados relacionados à detecção de fraudes antes e depois da implementação da IA.

Os dados qualitativos serão analisados por meio da análise de conteúdo temática, conforme Bardin (2011), o que permitirá a identificação de categorias analíticas alinhadas aos objetivos específicos. Os dados quantitativos serão tratados por categorização descritiva, sem aplicação de procedimentos estatísticos complexos, priorizando-se a identificação de padrões e recorrências. Para garantir a confiabilidade e a validade dos achados, será empregada a triangulação metodológica (YIN, 2015; STAKE, 1995), com o cruzamento das informações oriundas das entrevistas, dos documentos internos e da literatura científica.

Para a consecução do primeiro objetivo, será realizada uma entrevista semiestruturada e análise documental com o coordenador financeiro. Os dados serão analisados por meio da categorização das ocorrências e aplicação da análise de conteúdo.

Para alcançar o segundo objetivo, serão conduzidas entrevistas e consultas a relatórios técnicos com o sócio administrador. Os dados serão interpretados mediante análise de conteúdo baseada em categorização temática.

O terceiro objetivo será atendido por meio da aplicação de entrevistas e questionários fechados ao sócio administrador e aos colaboradores operacionais, de forma concomitante. A análise será realizada por meio do cruzamento das percepções obtidas com os registros técnicos disponíveis.

Quanto ao quarto objetivo, serão utilizados entrevistas, questionários e análise documental envolvendo todos os participantes. A interpretação dos dados ocorrerá a partir da triangulação das percepções com os registros operacionais e com a literatura científica.

Por fim, o quinto objetivo será alcançado por meio de entrevistas com o coordenador financeiro e com o sócio administrador, e os resultados serão analisados por meio de análise de conteúdo e confronto com os referenciais teóricos.

6. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO COMBATE A FRAUDES FINANCEIRAS

Esta seção apresenta os resultados obtidos a partir da coleta e análise dos dados qualitativos e quantitativos, organizados em três eixos temáticos que dialogam diretamente com os objetivos propostos na pesquisa. A investigação foi realizada em uma empresa do setor de marketing de experiência, localizada em Teresina, PI, com atuação regional no Nordeste brasileiro. Especializada na promoção de eventos físicos e experiências de marca, a organização possui estrutura operacional voltada para a entrega de soluções, como festas corporativas, ações promocionais e ativações em pontos de venda.

Segundo dados da plataforma Conta Azul (2025), ERP centralizador de informações financeiras focado em simplificar a gestão de pequenas e médias empresas, os principais tipos de fraudes identificadas em empresas de pequeno, médio e grande porte incluem: as falsificações de transferências PIX, caracterizadas pela manipulação de dados de origem ou destinatário; boletos fraudulentos, que se subdividem em adulterações de destinatários em documentos gerados por instituições bancárias legítimas e envios por meio de contas de e-mail comprometidas ou clonadas; e a criação de empresas fictícias que estabelecem contas bancárias fraudulentas, registradas indevidamente em nome das vítimas para recebimento ilícito de valores. Sendo assim, há de se observar as formas organizadas de realização das fraudes financeiras contemporâneas através de padrões específicos de ataques que variam conforme o porte organizacional, porém mantendo características similares em sua estrutura.

No panorama atual de soluções tecnológicas disponíveis, destacam-se plataformas de Enterprise Resource Planning (ERP) que incorporam inteligência artificial em suas funcionalidades de gestão financeira. Entre estas, sobressaem o Feedzai, plataforma especializada em detecção de fraudes transacionais que utiliza algoritmos avançados de machine learning para análise comportamental em tempo real, e o SAP Business AI para finanças, que empregam dados coletados através de integrações bancárias para implementar estratégias proativas de combate a fraudes. Estas soluções exemplificam a materialização prática da integração entre inteligência artificial e sistemas de gestão financeira, demonstrando a viabilidade técnica e operacional desta convergência tecnológica.

Considerando este contexto tecnológico e as modalidades de fraudes identificadas, a coleta de dados foi estruturada em duas etapas complementares. A primeira consistiu na realização de entrevistas com profissionais do nível estratégico da empresa, com ênfase no setor financeiro, incluindo a Diretora Administrativa e Financeira e a Coordenadora Financeira. A segunda etapa envolveu a aplicação de um questionário com escalas fechadas junto a colaboradores do nível operacional diretamente envolvidos nas rotinas financeiras e no suporte à produção, abrangendo um auxiliar financeiro, a Coordenadora de Produção e dois produtores da área de eventos. Os dados foram organizados a partir de três dimensões centrais: os tipos de fraudes identificados e o processo de adoção da inteligência artificial; a integração das ferramentas de IA aos sistemas de gestão financeira da empresa; e, por fim, os principais desafios e perspectivas identificadas na aplicação da IA no contexto específico do setor de live marketing. As análises apresentadas foram estruturadas com base na triangulação metodológica, conforme delineado por Yin (2015), cruzando percepções dos diferentes participantes e documentos internos para ampliar a validade dos achados. Enquanto a análise dos dados qualitativos foi realizada com base na Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), permitindo a organização dos relatos em categorias temáticas alinhadas aos objetivos da pesquisa.

O quadro 01 apresenta as categorias e subcategorias construídas por meio da análise de conteúdo temática, conforme Bardin (2011), com base na codificação e interpretação dos dados coletados. Cada categoria foi associada a trechos textuais extraídos das seções 6.1, 6.2 e 6.3, garantindo coerência com os objetivos da pesquisa

Quadro 01 – Categorias de análise de conteúdo com base em Bardin (2011)

Categorias	Subcategorias	Exemplos de registro	Fonte
Percepções sobre fraudes financeiras	Tipos de fraudes enfrentadas;	“Boletos falsos e empresas fictícias”	Seção 6.1

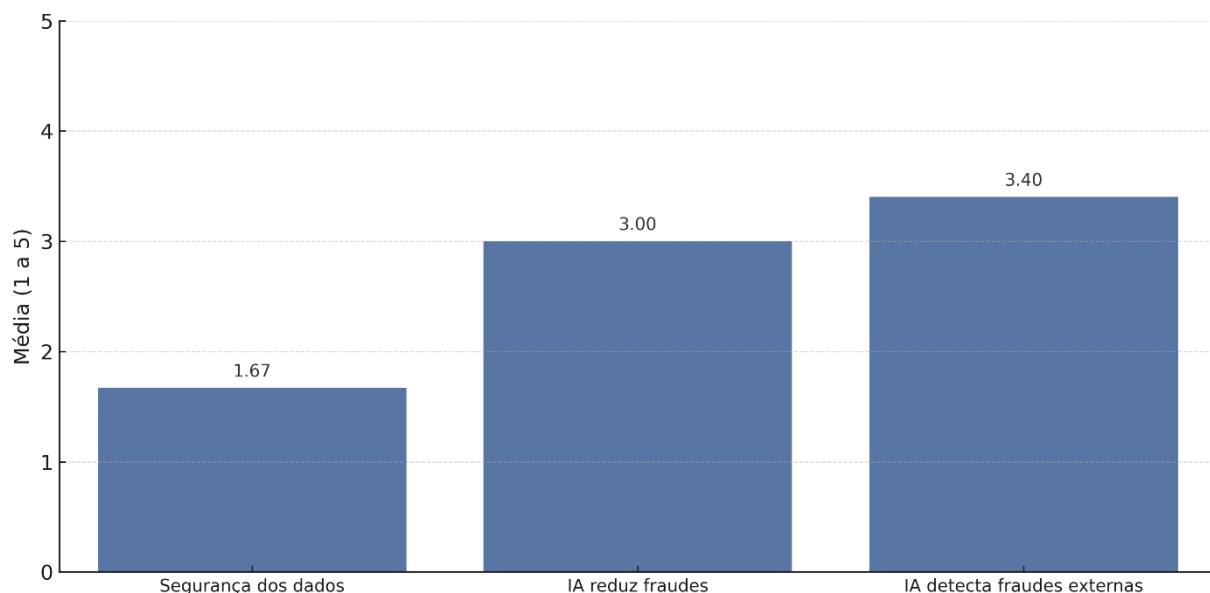
	Insegurança digital; Dificuldade de controle manual.	“Há sensação de insegurança com os pagamentos online.”	
Adoção da IA e resposta organizacional	Implementação da IA; Barreiras iniciais; Resistência à mudança.	“A empresa tem receio da perda de controle.” “Não houve capacitação sobre IA até agora.”	Seções 6.1 e 6.2
Impactos operacionais da IA	Agilidade; Eficiência nas análises financeiras; Integração aos sistemas.	“A IA trouxe mais eficiência à rotina financeira.” “Percebemos melhora nas análises.”	Seção 6.2
Desafios organizacionais e futuro da IA	Cultura de inovação; Expectativas futuras; Preparo institucional.	“A empresa ainda não tem estrutura para IA.” “Há um potencial grande, mas falta iniciativa.”	Seção 6.3

Fonte: (Elaborado pelo autor, com base em Bardin, 2011)

6.1. Análise dos Tipos de Fraude e Adoção de Inteligência Artificial na Empresa

Esta seção investigou a percepção dos colaboradores sobre o uso da Inteligência Artificial (IA) na prevenção de fraudes e na segurança dos dados financeiros demonstrados no gráfico 01.

Gráfico 01: Percepção dos Colaboradores no uso da Inteligência Artificial



Fonte: (Elaborado pelo autor/2025)

Durante as entrevistas com o nível estratégico e operacional da empresa, observou-se que a média das respostas para a afirmação “As ferramentas digitais utilizadas pela empresa são seguras para lidar com dados financeiros” foi de 1,67, refletindo uma percepção negativa ou ausência de confiança nas ferramentas digitais. Por seu porte pequeno, mesmo com atuação regional no Nordeste, a agência ainda mantém o fluxo de transações e registros bancários de maneira manual devido não apenas à baixa confiança nas ferramentas digitais integradas, mas também na segurança das informações envolvidas nas atividades financeiras e na falta de suporte necessário para a implementação e manutenção dessas ferramentas dentro dos setores, sendo uma análise destacada pela Coordenadora Financeira.

A análise da primeira média revela que a baixa confiança nas ferramentas digitais constitui uma barreira que ultrapassa aspectos meramente técnicos. As informações obtidas foram organizadas conforme os princípios da Análise de Conteúdo proposta por Bardin e atualizada por Ferreira (2025), que defende a categorização sistemática das falas e a identificação de padrões interpretativos latentes. Neste caso, o discurso de insegurança operacional evidencia uma resistência à mudança, em que perder o controle sobre processos familiares à gestão é percebido como risco. Tal resistência se apresenta como estratégia de sobrevivência organizacional diante das incertezas causadas pela inovação. A fala da Coordenadora Financeira sobre “falta de suporte necessário” reforça a percepção social da tecnologia como “risco sem apoio”, confirmando a expectativa de que mudanças tecnológicas devem ser acompanhadas de uma estrutura de suporte institucional adequada

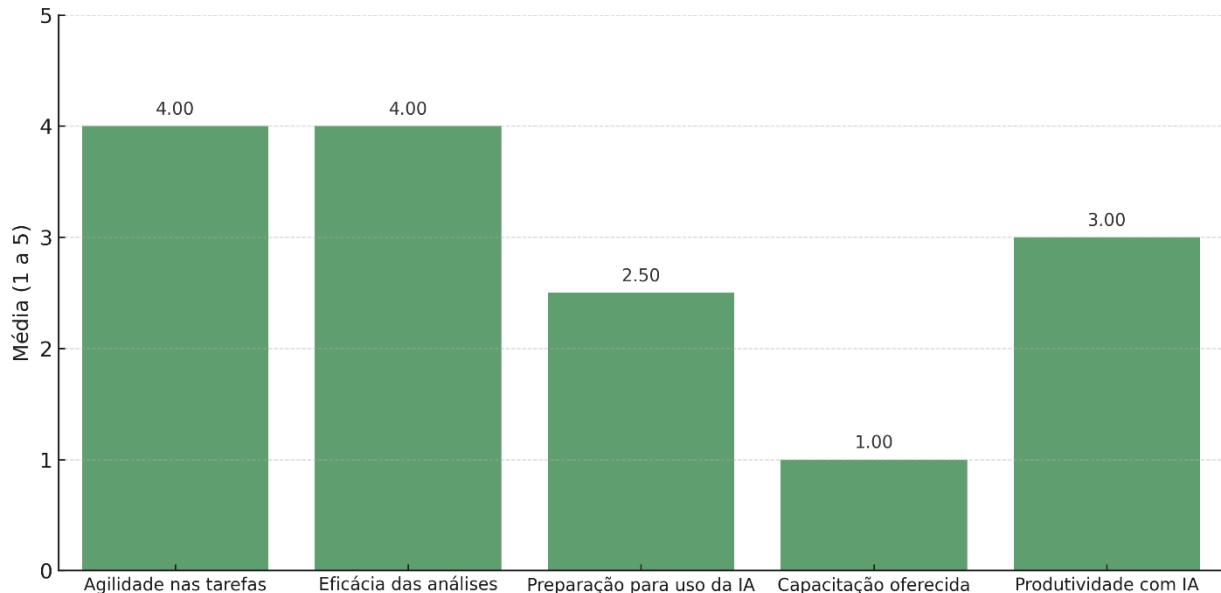
Por outro lado, quando questionados aos níveis entrevistados, a afirmação “A IA contribuiu para reduzir riscos de fraudes nas transações financeiras” obteve média 3,00, indicando uma avaliação mediana sobre os benefícios da tecnologia nesse aspecto. Embora seja observada uma aparente contradição, a situação reflete uma distinção importante entre as limitações das ferramentas digitais atualmente em uso e a expectativa quanto aos benefícios futuros da IA. Isso foi identificado a partir da triangulação metodológica, conforme orientado por Meydan e Akkaş (2025), ao se cruzarem entrevistas, questionários e documentos para aprofundar a compreensão do fenômeno. Tecnologias mais avançadas são reconhecidas como potenciais promotoras de proteção e eficiência operacional, sendo refletido na percepção sobre a capacidade da IA em “detectar fraudes em setores não financeiros”, cuja média foi de 3,40. Isso sinaliza uma visão promissora quanto ao uso da IA de forma transversal nos setores da empresa. Apesar da desconfiança nas ferramentas atuais, observa-se expectativa positiva quanto ao uso futuro da IA, percebida como alternativa mais eficaz.

Esses dados evidenciam, assim, que embora a IA seja reconhecida como potencialmente útil no combate às fraudes, a efetividade percebida ainda é incerta, especialmente no que diz respeito à segurança das ferramentas digitais já implementadas. A integração entre métodos e fontes reforça, portanto, a confiabilidade das interpretações e contribui para uma compreensão mais robusta do fenômeno investigado (Meydan & Akkaş, 2025; Ferreira, 2025).

6.2. Integração da Inteligência Artificial aos Sistemas de Gestão Financeira

Nesta seção avaliaram-se os impactos da integração da IA nos sistemas e processos financeiros da empresa demonstrados no gráfico 02.

Gráfico 02: Impactos da Integração da Inteligência Artificial



Fonte: (Elaborado pelo autor/2025)

As respostas indicam uma percepção positiva quanto aos ganhos operacionais, com destaque para as afirmações “Houve melhoria na agilidade das tarefas” e “O uso da IA tornou as análises financeiras mais eficazes”, ambas com média de 4,00. Isso sugere uma aceitação significativa pelos entrevistados sobre as tecnologias implementadas em termos de eficiência.

Analizando a perspectiva das primeiras médias obtidas, observa-se que a alta valorização da eficiência operacional revela um discurso do potencial inexplorado, onde os colaboradores reconhecem os benefícios concretos das tecnologias. Pode-se interpretar que as unidades de registro “agilidade nas tarefas” e “eficácia das análises” representam uma valorização da IA como ferramenta de auxílio profissional, capaz de elevar a qualidade do trabalho executado. Esse achado encontra respaldo em pesquisa de Dall'Agnol et al. (2024), que identificaram em empresas de pequeno porte a associação entre automação baseada em IA e aumento da eficiência, embora dependente de suporte técnico adequado.

Logo, percebe-se que, quando implementada adequadamente, a IA encontra receptividade organizacional por sua contribuição à eficiência das atividades, embora barreiras relacionadas à forma de implantação persistam. Essa situação é reforçada por estudo de Donkoh (2023), que evidencia que, mesmo com boa aceitação tecnológica, a ausência de capacitação reduz a efetividade das ferramentas digitais no ambiente corporativo.

No entanto, esse otimismo não se refletiu nos indicadores ligados à preparação e capacitação dos colaboradores. A afirmação “Houve capacitação adequada para o uso das ferramentas digitais adotadas” obteve a média mais baixa da seção (1,00), enquanto “Sinto-me preparado(a) para utilizar sistemas com recursos de IA” ficou em 2,50. Tal contraste entre os benefícios percebidos (4,00) e a capacitação oferecida (1,00) revela uma disparidade crítica de implementação, indicando que os colaboradores reconhecem o valor da tecnologia, mas se sentem desamparados para operá-la de forma segura e eficiente.

A unidade de registro "capacitação oferecida" cuja média 1,00 representa o ponto mais crítico identificado na análise, evidenciando a percepção da capacitação como uma lacuna institucional. Essa interpretação é corroborada por Silveira et al. (2025), que defendem que a ausência de treinamento estruturado gera resistência e insegurança, mesmo entre colaboradores dispostos à inovação.

Nota-se, portanto, uma predisposição dos colaboradores para o uso de ferramentas digitais em suas rotinas, mesmo sem incentivo institucional. Contudo, no caso de tecnologias mais sofisticadas, como a IA, seria necessária a oferta de treinamentos específicos e suporte contínuo, como sugerido pela Diretora Administrativa e Financeira e pela Coordenadora Financeira.

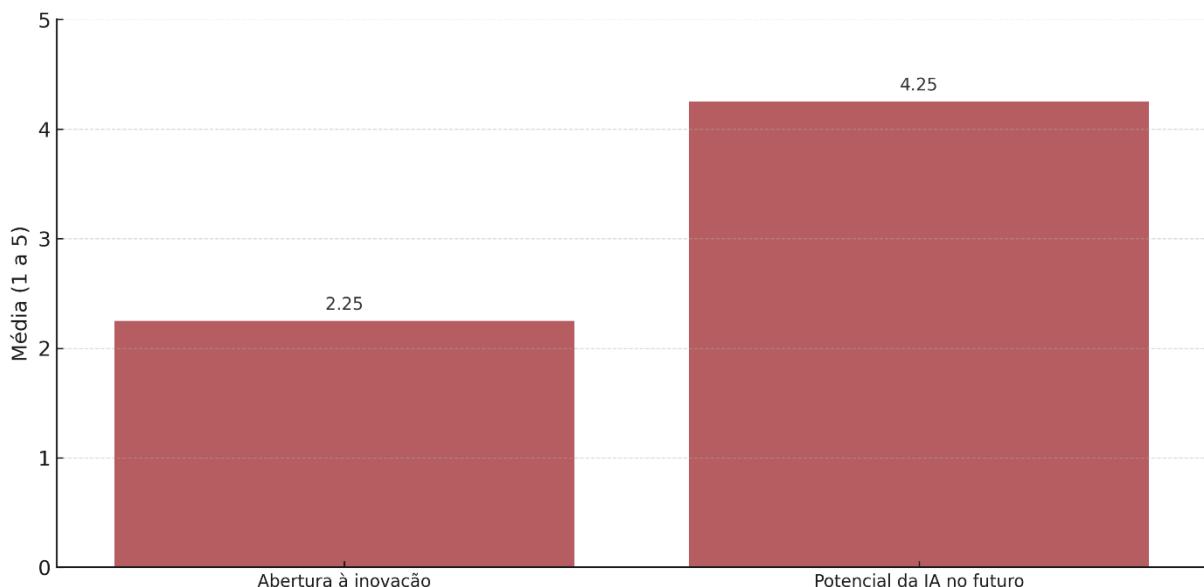
O contraste revela um descompasso entre os benefícios percebidos da tecnologia e a qualificação dos profissionais para operá-la. O item “A IA melhorou minha produtividade” apresentou média 3,00, valor intermediário que reforça a hipótese de que a produtividade poderia ser ainda maior caso houvesse investimento em suporte tecnológico especializado. Essa constatação é alinhada ao estudo de Meydan e Akkaş (2025), que apontam que a presença de especialistas no processo de implementação é fator crítico para o sucesso da adoção de IA em pequenas empresas.

A análise desse índice final revela um dilema entre a autonomia atual (manutenção de controle sobre processos manuais) e a eficiência futura (dependência de sistemas complexos). A média de produtividade com IA (3,00) sugere que os colaboradores enfrentam um conflito entre o desejo de inovação e o receio de perda de domínio sobre suas tarefas. A Coordenadora Financeira conclui que "todo processo de melhorias acaba gerando certa desconfiança nos processos internos, sem considerar que nenhum processo implantado dentro de uma empresa é 100% seguro, daí a importância de um profissional capacitado para acompanhamento e manutenção dos processos", evidenciando uma visão madura sobre a implementação gradual da inovação tecnológica nas organizações.

6.3. Desafios e Potencial da IA no Setor de Live Marketing

Nesta seção buscou compreender a visão estratégica dos colaboradores sobre o futuro da IA na organização demonstrado no gráfico 03.

Gráfico 03: O futuro da Inteligência Artificial na organização



Fonte: (Elaborado pelo autor/2025)

Na afirmação “A tecnologia (incluindo a IA) pode transformar o setor financeiro e empresas nos próximos anos” observou-se uma média de 4,25, que demonstra forte crença no potencial disruptivo da IA, o que reforça tendências apontadas na literatura sobre transformação digital no marketing. Essa percepção encontra respaldo em estudo de Elias (2023), que destaca que a inteligência artificial representa uma “força tecnológica transformadora com impacto sistêmico nas estruturas organizacionais e de mercado”.

Por ser a média mais alta de toda a pesquisa, revela um discurso de crença no futuro tecnológico. Esta percepção indica que os colaboradores não apenas reconhecem a importância da IA, mas a veem como força inevitável de mudança. A representação social da IA emerge aqui como “agente de transformação sistêmica”, transcendendo benefícios operacionais para assumir caráter disruptivo. Nesse sentido, Hamid (2022) observa que a adoção bem-sucedida da tecnologia nas organizações exige tanto o engajamento dos colaboradores quanto uma liderança adaptativa, capaz de orientar a transição cultural e estratégica.

Em contrapartida, a afirmação “A empresa está aberta a melhorias e inovações tecnológicas” recebeu uma média de 2,25, indicando que, embora haja predisposição cultural para mudanças, os colaboradores percebem resistência para sustentar essas inovações. Essa resistência está vinculada ao uso recorrente de processos manuais, como a elaboração de planilhas para pagamentos e controle financeiro por meio do ERP da empresa, conforme mencionado pela Coordenadora Financeira e pela Diretora Administrativa e Financeira. Essa contradição é consistente com o que afirma Malek e Almarri (2023), ao indicarem que muitas empresas reconhecem a importância da inovação, mas esbarram em barreiras estruturais e culturais para implementá-la.

Essa divergência entre expectativa tecnológica e realidade organizacional sugere que, para que o potencial transformador da IA se concretize, será necessário um esforço estratégico voltado à

cultura de inovação, liderança tecnológica e, conforme reforçado pela Coordenadora Financeira, a implementação de especialistas na área para dar suporte não apenas à adaptação da IA nas atividades financeiras, mas também à reestruturação dos processos organizacionais diante da nova realidade digital.

Dessa forma, aliada à busca contínua pela capacitação dos colaboradores, a empresa deve fomentar atividades inovadoras como elemento fundamental para o desenvolvimento de vantagens competitivas sustentáveis. Esse movimento está alinhado ao que Barbosa et al. (2022) identificaram em seu estudo sobre inovação tecnológica, destacando que empresas com capacidade de integrar inovação organizacional e tecnológica tendem a obter desempenho superior em cenários voláteis e altamente competitivos.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O presente estudo buscou compreender de que forma a inteligência artificial (IA) pode contribuir para a prevenção e detecção de fraudes financeiras, ampliando a segurança dos processos em uma empresa do setor de marketing de experiência. A investigação foi motivada pela crescente inserção da tecnologia no ambiente organizacional, ao mesmo tempo em que fraudes se tornam cada vez mais sofisticadas e exigem respostas mais ágeis e eficazes.

Por meio de uma abordagem quali-quantitativa, estruturada em entrevistas, questionários e análise documental, foi possível revelar tanto os avanços quanto os desafios enfrentados pela organização analisada. De um lado, observou-se uma percepção positiva quanto ao potencial da IA para melhorar a eficiência das análises, reduzir erros e ampliar a agilidade na tomada de decisão. Por outro, identificou-se uma lacuna significativa relacionada à falta de capacitação dos profissionais, à ausência de suporte técnico e à manutenção de práticas manuais, que limitam a efetiva exploração das tecnologias disponíveis.

Mais do que demonstrar benefícios ou listar obstáculos, esta pesquisa evidenciou que a transformação digital é um processo gradual, que precisa ir além da aquisição de ferramentas. Trata-se de uma mudança cultural, que demanda tempo, investimento e, sobretudo, envolvimento humano. A resistência à inovação não surge apenas da insegurança técnica, mas da falta de suporte institucional, do medo de perder o controle sobre processos já dominados e da carência de formação para lidar com as novas exigências do ambiente digital.

Diante disso, conclui-se que a inteligência artificial pode, sim, representar um diferencial competitivo para empresas que buscam mais segurança, agilidade e precisão nos seus processos financeiros. No entanto, para que esse potencial se concretize, é necessário que a adoção da tecnologia esteja alinhada a uma estratégia organizacional que envolva capacitação contínua, infraestrutura adequada, liderança engajada e políticas claras de governança de dados. A IA, por si só, não

transforma, ela é ferramenta. Quem transforma são as pessoas, quando bem preparadas e apoiadas para isso.

Como recomendação, sugere-se que a empresa estudada, e outras com perfil semelhante, desenvolvam um plano de ação voltado para a formação dos colaboradores, o fortalecimento da cultura digital e a integração da tecnologia de forma estratégica e participativa. Além disso, futuras pesquisas podem explorar comparativamente diferentes tipos de empresas e algoritmos de detecção de fraudes, observando os impactos da cultura organizacional, do porte e da maturidade digital na efetividade da IA.

Por fim, este trabalho reforça a ideia de que a inovação tecnológica só é plenamente realizável quando as organizações reconhecem que tecnologia e pessoas não estão em lados opostos, mas devem caminhar juntas, construindo soluções que atendam às necessidades reais, com responsabilidade, ética e visão de futuro.

REFERÊNCIAS:

- ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Transformação digital: gerando valor para o "novo futuro". *GV-Executivo*, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 26-29, 2021.
- ALMEIDA, Carolina et al. Combinar marketing de experiência com marketing de influência pode conduzir a um aumento do brand awareness digital? *Internext*, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 333-348, 2022.
- ARÃO, Cristian. Por trás da inteligência artificial: uma análise das bases epistemológicas do aprendizado de máquina. *Trans/form/ação*, Marília, v. 47, p. e02400163, 2024.
- ARÍAS VALENCIA, María Mercedes. Principles, scope, and limitations of the methodological triangulation. *Invest. Educ. Enferm.*, Medellín, v. 40, n. 2, e03, ago. 2022. DOI: 10.17533/udea.iee.v40n2e03.
- BAGÓ, P. The potential of artificial intelligence in finance. *Economy and Finance: English-language Edition of Gazdaság és Pénzügy*, v. 10, n. 1, p. 20-37, 2023.
- BARBOSA, José Geraldo Pereira et al. A influência da inovação tecnológica e organizacional no crescimento de empresas brasileiras. *Brazilian Journal of Management and Innovation*, v. 2, p. 123-143, 2022.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARROS, Gustavo. *Racionalidade e organizações: um estudo sobre comportamento econômico na obra de Herbert A. Simon*. São Paulo: Ed. do Autor, 2016.
- CÂNDIDO, Ana Clara. Inovação disruptiva: reflexões sobre as suas características e implicações no mercado. Lisboa: Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Lisboa, 2011.

CARVALHO, Rafael de C.; MELO, Cláudia de O. Tomada de decisão baseada em dados: avaliando a visualização de informação em dashboards. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO (SBSI), 2018, São Paulo. *Anais....* São Paulo: SBC, 2018. p. 24-27.

CONTA AZUL. Fraude financeira: o que é, como evitar e onde denunciar. 2025. Disponível em: <https://contaazul.com/blog/fraude-financeira>. Acesso em: 15 jun. 2025.

DA CRUZ GARCIA, Miguel Alexandre. Impacto da inteligência artificial no setor financeiro. 2021. Dissertação (Mestrado em Gestão) – ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2021.

DA CUNHA SILVEIRA, Vítor. O que é inovação disruptiva. *GV-Executivo*, São Paulo, v. 19, n. 1, p. 33-35, 2020.

DALL'AGNOL, Dariane et al. Aplicações da inteligência artificial em pequenas empresas: desafios e perspectivas. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, v. 14, n. 2, p. 212-225, 2024.

DALLA VALLE, Paulo Roberto; FERREIRA, Jacques de Lima. Análise de conteúdo na perspectiva de Bardin: contribuições e limitações para a pesquisa qualitativa em educação. *Educ. Rev.*, Belo Horizonte, v. 41, e49377, 2025. DOI: 10.1590/SciELOPreprints.7697.

DE ALMEIDA GUERRA, Rodrigo Marques; TONDOLO, Vilmar Antonio Gonçalves; CAMARGO, Maria Emilia. O que (ainda) podemos aprender sobre capacidades dinâmicas. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, v. 15, n. 1, p. 44-64, 2016.

DONKOH, Silvester. Integrating AI into Workplace Systems: Perceptions and Realities. *Journal of Organizational Studies*, v. 18, n. 1, p. 45-60, 2023.

ELIAS, Samir Ibrahim. O impacto da inteligência artificial no comportamento organizacional. *Revista Ilustração*, v. 4, n. 3, p. 33-39, 2023.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAMID, Roshayati Abdul. O papel da prontidão tecnológica dos funcionários, da significância do trabalho e da personalidade proativa no desempenho adaptativo. *Sustainability*, [S.l.], v. 14, n. 23, p. 15696, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/su142315696>. Acesso em: 6 maio 2025.

KRISCIUNAS, Paula Figueiredo Paes. Desafios éticos e estratégicos da inteligência artificial no setor financeiro global. *RECIMA21: Revista Científica Multidisciplinar*, v. 6, n. 4, p. e646384, 2025.

LACERDA, Naylil Líria Baldin de. *Sistema de apoio à decisão espacial multicritério para expansão da distribuição de gás natural*. 2022.

LEITE, João Batista Diniz; PORSSE, Melody de Campos Soares. Competição baseada em competências e aprendizagem organizacional: em busca da vantagem competitiva. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 7, p. 121-141, 2003.

MACEDO, Marcelo Álvaro da Silva et al. *Análise do comportamento decisório de analistas contábil-financeiros: um estudo com base na teoria da racionalidade limitada*. Rio de Janeiro: Editora Científica Sandra Rolim Ensslin, 2009.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Crescimento de pequenas empresas: revisão de literatura e perspectivas de estudos. *Gestão & Produção*, v. 23, p. 419-432, 2016.

MALEK, Makram Abdel; ALMARRI, Khalid. The role of adaptive and transformational leadership in the successful adoption and implementation of new technologies and innovations in organizations. In: EUROPEAN, MEDITERRANEAN, AND MIDDLE EASTERN CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS, 2023, Cham. *Proceedings....* Cham: Springer Nature Switzerland, 2023. p. 120-132.

MENEGON, Elizangela Maria; SPULDARO, Juliano Danilo. ESTRATÉGIA CORPORATIVA DE CRESCIMENTO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: ESTUDO DE CASO DO GRUPO ECONÔMICO ITAÚSA SA. *Desafio Online*, v. 12, n. 3, 2024.

MEYDAN, Cemal; AKKAŞ, Cemil. Triangulation in qualitative research: a comprehensive guide. *ResearchGate*, 2025. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/377689440>. Acesso em: 20 jun. 2025.

MOHD SHAHREN, N.; AYOBI, M.; OMAR, S. N. A influência do risco percebido no desempenho do empreendedor. *Information Management and Business Review*, v. 16, n. 3(I), p. 328-338, 6 set. 2024.

MURARI, Victor Tuon. Inteligência artificial nos museus: novas possibilidades para a pesquisa de acervos. *Inteligência Artificial*, v. 30, n. 48, 2024.

NATE, S.; GRECU, V.; STAVYTSKY, A.; KHARLAMOVA, G. Fomentando ecossistemas empreendedores por meio do estímulo e mentoria de novos empreendedores. *Sustentabilidade*, v. 14, n. 13, p. 7985, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14137985>. Acesso em: 6 maio 2025.

PALETTA, Francisco Carlos. Fundamentos de ciência de dados e inteligência artificial: conexões com a ciência da informação. *Diálogos Interdisciplinares: Perspectivas Integradoras de Unidades de Informação, Documentação e Cultura*, 2024.

PINTO, Henrique Alves. A utilização da inteligência artificial no processo de tomada de decisões: por uma necessária accountability. *Revista de Informação Legislativa*, v. 57, n. 225, p. 43-60, 2020.

POWER, D. J. *Decision support systems: concepts and resources for managers*. Westport: Greenwood Publishing Group, 2002.

RATTNER, Henrique. Inovação tecnológica e pequenas empresas: uma questão de sobrevivência. *Revista de Administração de Empresas*, v. 24, p. 70-73, 1984.

SICHMAN, Jaime Simão. Inteligência artificial e sociedade: avanços e riscos. *Estudos Avançados*, [S.I.], v. 35, p. 37-50, 2021.

- SILVEIRA, Bruno Rafael et al. Barreiras organizacionais à transformação digital: evidências em empresas de médio porte. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, v. 18, n. 1, p. 1-21, 2025.
- SOBRINHO, Guilherme Francisco Lima; CAVALCANTE, Rodolfo Carneiro. Inteligência computacional no mercado financeiro: uma revisão de técnicas para automação de operações. *Research, Society and Development*, v. 12, n. 5, p. e22212541793, 2023.
- SOUZA, A. A. et al. Avaliação da satisfação dos usuários de sistemas de informações financeiras. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 6., 2006, São Paulo. *Anais....* São Paulo: FEA/USP, 2006. 1 CD-ROM.
- STAKE, Robert E. *The art of case study research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.
- TOSTA, Pedro Lucas Maranini; DIAS, Jonatas Cerqueira. Detecção de fraudes em transações bancárias utilizando inteligência artificial. *Revista Processando o Saber*, v. 17, p. 21-37, 2025.
- VASCONCELOS, Flávio C.; CYRINO, Álvaro B. Vantagem competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, v. 40, p. 20-37, 2000.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS ROTEIRO DE ENTREVISTA

Este roteiro enquadra-se numa investigação no âmbito de um artigo intitulado “A aplicação da inteligência artificial no combate a fraudes financeiras: benefícios, desafios e impactos em uma empresa do setor de marketing de experiência”, desenvolvido no curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Piauí, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA), campus Torquato Neto. O objetivo do estudo é investigar como a inteligência artificial pode ser aplicada na prevenção e detecção de fraudes financeiras, analisando seus benefícios, desafios e impactos em uma empresa do setor de marketing de experiência.

Os resultados obtidos serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos, sendo assegurado que as respostas dos participantes representam apenas sua opinião individual. Não existem respostas certas ou erradas. Solicitamos que responda de forma espontânea e sincera a todos os questionamentos.

Agradecemos sua colaboração.

CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES

Setor:

Função:

Tempo de atuação na empresa;

Roteiro de Perguntas

1. Qual é a sua função atual na empresa e qual seu envolvimento com os processos financeiros?
2. A empresa já vivenciou casos de fraudes financeiras? Se a resposta for sim, como essas situações foram tratadas?
3. A empresa já considerou adotar tecnologias avançadas, como inteligência artificial, machine learning ou analytics, em seus processos financeiros?
4. Se adotou alguma ferramenta de IA, quais os principais motivos que levaram à adoção dessas ferramentas?
5. Se não adotou alguma ferramenta de IA, quais os principais motivos para essa decisão?
6. Quais desafios específicos a empresa enfrenta atualmente na detecção e prevenção de fraudes que poderiam ser resolvidos com tecnologias mais avançadas?
7. Na prática, que benefícios a IA trouxe para a segurança e a eficiência das operações financeiras?
8. Houve algum tipo de capacitação da equipe para uso dessas tecnologias?
9. Que tipos de capacitação ou treinamento a equipe financeira recebe atualmente para identificar e prevenir fraudes?
10. Você acredita que o uso da IA contribui de forma concreta para reduzir ou prevenir fraudes?
11. Quais foram os maiores desafios enfrentados na implementação da IA?
12. Na sua opinião, qual é o principal fator de resistência à adoção da inteligência artificial no setor financeiro da empresa?
13. Quais preocupações específicas (privacidade de dados, custos de implementação, integração com sistemas existentes) a empresa tem em relação à adoção de tecnologias de IA?

14. Na sua visão, quais seriam os principais benefícios do uso da inteligência artificial para identificar padrões de comportamentos financeiros fraudulentos, especialmente nos setores que participam do canal de compartilhamento de dados dentro da empresa?
15. Você acredita que a tecnologia (incluindo a IA) pode transformar o setor financeiro e empresas nos próximos anos?
16. Como você avalia a relação custo-benefício de investir em tecnologias avançadas de prevenção de fraudes, comparado aos potenciais prejuízos de um incidente de fraude?
17. Quais as expectativas para o futuro do uso da IA nos processos da empresa, e quais cuidados você considera importantes?

APÊNDICE B - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

QUESTIONÁRIO APLICADO AOS COLABORADORES OPERACIONAIS

Este questionário enquadra-se numa investigação no âmbito de um artigo intitulado “A aplicação da inteligência artificial no combate a fraudes financeiras: benefícios, desafios e impactos em uma empresa do setor de marketing de experiência”, desenvolvida no curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Piauí, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA), campus Torquato Neto.

O objetivo é coletar percepções dos colaboradores sobre o uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) aplicadas à área financeira da empresa, com foco na segurança, agilidade e eficácia. As respostas serão utilizadas apenas para fins acadêmicos, mantendo o sigilo e anonimato dos participantes.

Os resultados obtidos serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos, sendo assegurado que as respostas dos participantes representam apenas sua opinião individual. Não existem respostas certas ou erradas. Solicitamos que responda de forma espontânea e sincera a todos os questionamentos.

Agradecemos sua colaboração.

CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES

Setor de atuação:

Tempo de atuação na empresa: () até 1 ano () Entre 1–3 anos () Acima de 3 anos

Já utilizou ferramentas de Inteligência Artificial em sua rotina? () Sim () Não

PERCEPÇÃO SOBRE O USO DE IA

Por favor, marque a opção que melhor representa seu grau de concordância com cada afirmação, conforme a escala:

- 1 – Discordo totalmente**
- 2 – Discordo parcialmente**
- 3 – Neutro/Indiferente**
- 4 – Concordo parcialmente**
- 5 – Concordo totalmente**

Nº	Afirmações	1	2	3	4	5
1	As ferramentas digitais utilizadas pela empresa são seguras para lidar com dados financeiros.					
2	A Inteligência Artificial contribuiu para reduzir riscos de fraudes nas transações financeiras.					
3	Houve melhoria na agilidade das tarefas após a adoção das ferramentas de IA.					
4	O uso da IA tornou as análises financeiras mais eficazes.					
5	Sinto-me preparado(a) para utilizar sistemas com recursos de Inteligência Artificial.					
6	Houve capacitação adequada para o uso das ferramentas digitais adotadas.					
7	A IA melhorou minha produtividade nas tarefas do setor.					

8	A empresa está aberta a melhorias e inovações tecnológicas.				
9	Fraudes em setores não financeiros podem ser detectados com o apoio da IA.				
10	A tecnologia (incluindo a IA) pode transformar o setor financeiro e empresas nos próximos anos.				