

FATORES QUE INFLUENCIAM A PREFERÊNCIA DE USO E ADOÇÃO DE FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL DE MULHERES.

Ana Caroline da Silva

<https://orcid.org/0009-0009-9255-2614>

Daiene Luiza Farias Vilar

<https://orcid.org/0000-0002-5205-1470>

Elissandra Gonçalves dos Santos

<https://orcid.org/0009-0008-6384-7598>

Sérgio Gonçalves dos Santos Junior

<https://orcid.org/0000-0002-1529-0093>

RESUMO

A inteligência artificial generativa (IA Gen) é uma tecnologia capaz de criar textos, imagens, áudios, sendo uma extensão da Inteligência Artificial já existente. A IA Gen está se desenvolvendo cada vez mais, inclusive no ambiente organizacional. Este artigo tem como objetivo investigar a percepção, uso e adoção da IA generativa por mulheres líderes de empresas, com intuito de analisar quais fatores influenciam para se formalizar as escolhas, diante dos padrões utilizados por cada empresa e de suas motivações, preferências e possíveis riscos. A pesquisa de caráter qualitativo, foi realizada através de um questionário online por meio do Google *forms* e contou com um número de 7 mulheres respondentes, cada uma representando uma empresa. Os resultados indicaram que o uso IA generativa é crescente para mulheres jovens que estão iniciando no mercado de trabalho ou que já estão se consolidando, busca essa que está ligada uma forma de apoio nas atividades organizacionais.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. IA Gen. Tecnologias.

1 INTRODUÇÃO

A inteligência artificial generativa – IA Gen tem se mostrado como uma tecnologia capaz de transformar significativamente os modos de criação e consumo de conteúdo, utilizando técnicas avançadas que permitem gerar material inédito a partir da análise de padrões que possuem grandes volumes de dados. Essa ferramenta envolve o uso de algoritmos avançados capazes de produzir conteúdo diversos, como textos, imagens e sons a partir de comandos. Compreender como essa tecnologia está sendo utilizada no contexto organizacional, oferece uma perspectiva valiosa sobre os desafios, oportunidades e estratégias relacionadas à inovação tecnológica no ambiente corporativo (Brynjolfsson *et al.*, 2023; Feuerriegel *et al.*, 2024). E entender como a tecnologia está sendo utilizada pelas mulheres em suas organizações é interessante para que se possa compreender até onde vai a escolha e uso de inovação tecnológica em suas tarefas, dessa forma surgiu o seguinte questionamento “Quais os fatores que influenciam a presença feminina optarem pelo uso de IA gen em suas atividades em seus ambientes organizacionais?”.

A inteligência artificial - IA é uma área que reúne diversas disciplinas com o objetivo de realizar atividades como aprendizado, ideias para tomada de decisões, reconhecimento

de padrões, normalmente, tarefas que dependiam apenas de intervenção humana, (Mishra; Srivastava, 2014; Teixeira, 2019;) é considerada uma variedade de tecnologia capaz de gerar algoritmos, sistemas e modelos (Russel, 2013; Zawacki-Richter, 2019).

O desenvolvimento da IA foi desafiador em seus primeiros anos devido à busca por capacitar as máquinas com base no raciocínio lógico. A partir dos anos 2000, o avanço das técnicas de *machine learning* (aprendizado de máquina) possibilitou resultados mais expressivos, com o treinamento de algoritmos capazes de aprender a partir de dados e assumir diferentes formas de aplicação (Campos *et al.*, 2022).

Os Modelos de Linguagem Grande (LLMs) representam tanto um tipo de IA Gen quanto um *foundation model*, esses modelos, como os que sustentam o ChatGPT, marcam um ponto de virada significativo e são considerados um marco no campo da inteligência artificial. Duas características principais tornam os LLMs verdadeiramente revolucionários: sua capacidade de processar conjuntos massivos de dados e seu desempenho em tarefas complexas de linguagem. São redes de apoio que se baseiam nas redes neurais profundas (Ramos, 2023).

Vieira *et al* (2025), ao tratar sobre a IA Gen como pesquisa dentro da engenharia, ressaltam a ruptura causada por ela na forma em que a sociedade historicamente lida com as máquinas. Os autores ressaltam a necessidade de se ter um cuidado ao lidar com informações desenvolvidas pela IA, pois, apesar de informações consideradas corretas, muitas vezes, são informações desatualizadas ou imprecisas.

Com o objetivo de otimizar processos, obter um aumento na eficiência das organizações e automatizar tarefas, a IA Gen tem se destacando no ambiente corporativo, principalmente para o setor industrial (Bazzan *et al.*, 2023). Com o grande avanço da tecnologia, os sistemas de navegação são cada vez mais desenvolvidos e auxiliam na ligação entre os si (Barbosa; Bezerra, 2020).

Algumas teorias explicam como podem se comportar os consumidores diante da utilização e adoção de novos produtos, e com a tecnologia que a IA Gen proporciona não é diferente. As principais teorias do comportamento do consumo tecnológico estão apresentadas no quadro a seguir.

Quadro 1 - Principais teorias do comportamento do consumo tecnológico.

Teorias	Conceito	Autores
Technology Acceptance Model (TAM)	Explorar a aceitação de novas tecnologias.	Fred D. Davis (1989)
Convergência tecnológica	Assimilação de redes e tecnologia.	(Jenkins, 2008)
Amantes da marca	O amor à marca auxilia na relação direta entre o consumidor e a marca.	Batra <i>et al.</i> (2012)
Percepção de risco	Auxilia para que os profissionais de marketing analisem cenários diante da percepção de seus clientes.	(Cunningham, 1967)
Difusão da inovação	A difusão é um processo que a inovação passa a ser comunicada por certos canais ao longo do tempo entre os membros de um sistema social.	Everett Rogers (1962)

Fonte: Elaboração própria (2025).

O Modelo de aceitação da tecnologia - *Technology Accepentace Model* (TAM) tem o intuito de analisar a adoção de novas tecnologias. O Davis (1989), usou ferramentas para que pudesse explicar o porquê variáveis cognitivas e afetivas influenciam no comportamento do consumidor em relação à tecnologia. De modo geral Davis iniciou esse desenvolvimento do modelo de aceitação da tecnologia ao estruturar os processos que intermediam a relação entre as características do sistema de informação, ou seja, fatores externos e o uso efetivo do sistema.

O TAM foi fundamentado na Teoria da Racionalidade Limitada, que ofereceu uma visão psicológica sobre o comportamento humano. E a aceitação da tecnologia sucede em três etapas, inicialmente, fatores externos (recursos de design do sistema) que geram respostas cognitivas (facilidade de uso percebida e utilidade percebida). Diante dessas respostas cognitivas, os resultados são reações afetivas que impactam o comportamento de uso dos usuários. Essas etapas mostram como fatores externos podem moldar a percepção e atitude dos usuários em relação à tecnologia (Davis, 1989).

As inovações tecnológicas nem sempre são adotadas rapidamente, mesmo quando a inovação propõe vantagens óbvias e comprovadas. A difusão é o processo em que a inovação é transmitida através de canais, em função de um sistema social e a inovação parte da prática que é adquirida através de um novo indivíduo (Rogers, 1962). A preferência de uso e adoção da IA Gen é influenciada por fatores como familiaridade tecnológica, percepção de utilidade, além de facilidade de uso.

Rogers (1962) diz que a inovação tecnológica é responsável por criar uma incerteza nas mentes de possíveis adotantes, assim também como pode representar uma oportunidade para redução da incerteza no sentido por exemplo na base de informações da tecnologia, onde esse processo de inovação tem como objetivo processar informações para que possa motivar e reduzir os níveis de incerteza tendo em vista possíveis vantagens e desvantagens.

Essa pesquisa tem como objetivo geral investigar a percepção, uso e adoção da IA Gen por mulheres líderes de empresas. Para responder e compreender esse fato temos como objetivos específicos: (i) Analisar os possíveis fatores que influenciam a adoção da IA gen em seus empreendimentos com base nas teorias do consumidor tecnológico; (ii) Identificar padrões de uso e aplicação da IA Gen no ambiente organizacional na perspectiva das mulheres; (iii) Compreender a preferência, motivações e riscos sobre a utilização da IA gen por mulheres em vários setores de atuação. A fundamentação teórica baseia-se nas principais teorias do comportamento do consumo tecnológico, buscando compreender os fatores que influenciam a adoção e a aceitação de novas tecnologias.

Deste modo, o estudo justifica-se por enriquecer as discussões sobre a adoção de tecnologias emergentes no campo acadêmico e também oferece contribuições práticas para o mercado. A sua relevância acadêmica reside na necessidade premente de compreender o comportamento dos consumidores frente a essas novas tecnologias. Ao investigar as preferências e intenções na adoção da IA Gen, busca-se contribuir com as teorias a respeito da interação humana com tecnologias emergentes. Tal compreensão pode ser considerada fundamental para o avanço do conhecimento nas áreas de comportamento do consumidor e adoção tecnológica, quiçá, proporcionando bases para futuras pesquisas e desenvolvimento de metodologias inovadoras.

Do ponto de vista prático, este estudo pode auxiliar empresas e profissionais a compreenderem as motivações e barreiras que influenciam a adoção da IA Gen. Tal entendimento pode auxiliar na otimização de estratégias de marketing, no aprimoramento de produtos e serviços e na identificação de novas oportunidades de negócio. Além disso, ao explorar o impacto da IA Gen no comportamento do consumidor, as organizações podem desenvolver abordagens que integrem essas tecnologias em suas operações no ambiente



organizacional. Os resultados mostram as percepções, motivações que influenciam diretamente na adoção de tais ferramentas.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Materiais e Métodos

Este estudo tem como objetivo investigar a percepção, o uso e a adoção IA Gen por mulheres em posições de liderança em empresas. Para alcançar tal finalidade, adotou-se uma abordagem qualitativa, uma vez que, conforme Gil (2008), este tipo de pesquisa é apropriado quando se busca compreender a natureza de um fenômeno em profundidade, considerando os significados atribuídos pelos sujeitos envolvidos.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado com questões abertas, disponibilizado na plataforma Google *Forms*. Essa estratégia permitiu captar não apenas informações descritivas, mas também as percepções subjetivas das participantes, em consonância com a proposta da análise de conteúdo.

A pesquisa foi conduzida em maio de 2025, selecionando mulheres que ocupam cargos de liderança em empresas de distintos setores, o questionário foi enviado diretamente para mulheres próximas do ciclo de contato. Essa escolha se justifica, segundo Gil (2008), pela viabilidade de acesso ao grupo e pelo objetivo exploratório da pesquisa. Foram consultadas 12 empresas, tendo sido obtidas respostas de 7 das empresas consultadas, cada uma representando uma empresa e um setor de atuação distintos. A amostra, ainda que reduzida, é suficiente para a natureza qualitativa da investigação, dado o foco na intensidade e profundidade das informações, e não na generalização estatística.

Com o intuito de garantir o anonimato das participantes e o sigilo das organizações envolvidas, todas as respostas foram tratadas de forma confidencial, sem qualquer identificação nominal ou institucional, respeitando os princípios éticos da pesquisa.

Os dados obtidos foram organizados e analisados por meio da análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), que se caracteriza por um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos, indicadores que permitam inferências sobre as condições de produção e recepção das mensagens. A análise envolveu três etapas: (i) pré-análise, com a leitura flutuante e organização do material; (ii) exploração do material, com a categorização das respostas; e (iii) tratamento dos resultados e interpretação, buscando identificar padrões e significados relevantes sobre a adoção da IA Gen.

Dessa forma, a presente pesquisa propicia uma compreensão aprofundada sobre os fatores que influenciam a relação das lideranças femininas com a IA Gen em diversos contextos organizacionais.

2.2 Fatores de adoção de IA Gen por mulheres no ambiente organizacional

Para compreender o panorama atual da adoção de tecnologias emergentes no ambiente organizacional, especialmente no que tange à IA Gen, é fundamental analisar o perfil das profissionais que participaram desta pesquisa. A caracterização das respondentes oferece uma base relevante para interpretar como variáveis como idade, tempo de atuação e setor de trabalho podem influenciar a familiaridade, o uso e a percepção sobre essa tecnologia. A seguir, são apresentados os dados sociodemográficos e organizacionais das participantes, que permitem contextualizar os resultados obtidos e embasar as análises subsequentes. A seguir a Tabela 1 e Quadro 2 contém o perfil organizacional das entrevistadas.

Tabela 01 - Faixa etária de idade e tempo de atuação no mercado.

	Alternativas	Respondentes	Percentual
Faixa etária de idade	Menos de 24 anos	0	0,00%
	25 a 34 anos	6	85,70%
	35 a 44 anos	1	14,30%
	45 anos ou mais	0	0,00%
Tempo de atuação como administradora / empreendedora	Menos de 1 ano	1	14,30%
	De 1 a 3 anos	2	28,60%
	De 3 a 5 anos	1	14,30%
	Mais de 5 anos	3	42,90%

Fonte: Elaboração própria (2025).

A coleta de informações como a idade e o tempo de atuação profissional das participantes é de fundamental relevância para a pesquisa, pois esses dados permitem delinear o perfil dos usuários e entender diferentes formas que os grupos interagem com essa tecnologia no âmbito organizacional.

De acordo com a Tabela 1 pode-se observar que a maioria das participantes da pesquisa encontra-se na faixa etária de 25 a 34 anos, não houve nenhuma respondente abaixo de 24 anos ou acima de 45 anos, ou seja a uma concentração de jovens que estão no início ou meio de carreira, idades que são propícias a adoção de novas tecnologias. Considerando também o tempo de atuação na área, prevaleceu experiências de 1 ano a mais de 5 anos, deixando claro que essas mulheres estão no estágio inicial e outras com uma trajetória maior no meio organizacional.

Para entender melhor o contexto organizacional de cada participante a seguir o Quadro 2 com seus respectivos setores de atuação e cargo atual em seu ambiente de trabalho.

Quadro 2 - Perfil organizacional.

Entrevistados	Sector de atuação	Cargo/função
Entrevistado 1	Logística	Empresária
Entrevistado 2	Indústria alimentícia	Analista financeiro
Entrevistado 3	Setor Financeiro	CEO
Entrevistado 4	Marketing Digital	Social Media
Entrevistado 5	Perfumaria	Vendedora
Entrevistado 6	Logística	Analista
Entrevistado 7	Marketing	Diretora

Fonte: Elaboração própria (2025).

As participantes atuam em diversificados setores e essa diversidade manifesta a aplicação da IA Gen em diversas áreas de atuação demonstrando sua aplicabilidade em múltiplas áreas, diante disso a pesquisa aplicada buscou compreender qual a relação entre o participante e a tecnologia proposta, para assim analisar o perfil mais utilizado e suas finalidades. Das respostas obtidas que afirmaram que já utilizaram algum tipo de IA Gen em seu ambiente de trabalho, a maioria já obteve contato com a tecnologia o que pode indicar uma tendência positiva para adoção, assim como diz a uma das participantes sobre a tecnologia e o mercado.

A nuvem destaca as palavras “Chat Gpt”, “Ideias”, “riscos”, “facilidade”, “criatividade” e “agilidade”, indicando os insights que o uso da IA Gen proporciona. Diante dessa perspectiva observa-se a adoção levando em consideração facilidade e utilidade do uso percebida, esses elementos estão alinhados à teoria da TAM de Davis (1989), que é aplicado para analisar quais fatores influenciam na adoção de novas tecnologias. Que acontece quando se acredita que o uso e adoção de uma nova tecnologia é algo simples, é transmitindo uma imagem de facilidade e simplicidade de uso aumenta a iniciativa de utilização da tecnologia.

Ao questionar as participantes sobre a utilidade percebida e quais os fatores que fizeram com que elas adotassem o uso da IA generativa no âmbito organizacional revelaram uma clara percepção evidenciando principalmente a gestão de tempo, agilidade e melhora na qualidade de informações ou seja de ideias.

3 CONCLUSÃO

O presente artigo teve como objetivo investigar a percepção sobre o uso e adoção da IA Gen através de mulheres em cargos de lideranças em seu ambiente organizacional. Os resultados da pesquisa demonstram uma variedade de percepções devido a diversidade de setores atuante das respondentes, para melhor compreender este cenário foram delineados três objetivos específicos.

Sobre analisar os possíveis fatores que influenciam a adoção da IA gen em seus empreendimentos com base nas teorias do consumidor tecnológico, foi percebido através dos resultados que os fatores de adoção conseguem ser ligado ao modelo de aceitação de tecnologia (TAM), a maioria das respondentes expõem que a utilização se dá pela agilidade, melhoria na qualidade de informação e gestão de tempo. Indicando a utilização do Chat GPT como sendo de fácil acesso e confiabilidade, ou seja, ligado a “Facilidade de uso” e “Utilidade percebida”.

Quando passamos a observar a identificação de padrões de uso e aplicação da IA gen no ambiente organizacional na perspectiva das mulheres, mostrou a maior utilização da ferramenta no setor de marketing e criação de conteúdo, planejamento estratégico e análise de dados, o que se conclui a utilização no intuito de otimizar processos que dependiam de um tempo maior para serem disponibilizados/finalizados sendo realizados de maneira mais facilitada ao saber utilizar bem a tecnologia em posse. Mesmo sendo observado que a utilização seja de forma esporádica a uma crescente adoção justamente pensando em otimizar e melhorar seus processos, utilizando como um apoio.

Por fim, para compreender a preferência, motivações e riscos sobre a utilização da IA Gen por mulheres em vários setores de atuação. A preferência está ligada diretamente a confiabilidade, fácil acesso e grande aproveitamento dos dados gerados. As principais motivações indicadas estão a otimização do tempo, o que vai disponibilizar mais tempo para tarefas mais complexas, criatividade pois auxiliando em informações pertinentes para criação de conteúdo, maneiras de chegar até o público-alvo. E em relação aos riscos foi possível compreender o receio da utilização da ferramenta acabar deixando o trabalho mais robotizado e se acostumando com as informações mais superficiais diminuindo a personalidade própria.

Este estudo mostra que o uso e adoção da IA generativa por mulheres no ambiente organizacional é uma ferramenta crescente e utilizada de forma estratégica para dar apoio nos processos internos, otimização do tempo e gerando facilidade no processo das atividades independente do setor de atuação sempre a uma maneira de utilização. Dessa forma podendo se tornar aliada para mais mulheres, mais empresas e mais empreendimentos que buscam estar atualizados no meio tecnológico.



Apesar dos resultados obtidos fornecerem percepções relevantes sobre o uso da IA gen no ambiente organizacional, o estudo apresentou algumas limitações que devem ser consideradas. A principal delas refere-se ao número reduzido de participantes, restringindo-se a um grupo pequeno de mulheres empreendedoras ou profissionais atuantes. O artigo conteve limitações em relação às respostas obtidas através do questionário online, devido às declarações diretas com a falta de profundidade das respostas passadas, que seria importante para fortalecer a análise qualitativa. Outro ponto também foi ao questionário se aplicado de forma online, seria mais proveitoso a quantidade de informações das participantes se o método utilizado fosse a entrevista.

Dessa forma, sugere-se que pesquisas futuras ampliem o escopo metodológico, envolvendo um número maior de empresas e profissionais, independentemente do gênero, que já utilizam ou demonstram interesse em adotar a IA Gen. Essa ampliação permitiria não apenas uma análise mais representativa e comparativa entre diferentes grupos, mas também a identificação de fatores contextuais e organizacionais que influenciam a adoção dessa tecnologia. Além disso, estudos com amostras mais heterogêneas poderão contribuir para o avanço do conhecimento sobre os impactos e desafios do uso da IA Gen em distintos ambientes de trabalho.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, X. C.; BEZERRA, R. F. **Breve introdução à história da Inteligência Artificial.** *Jamaxi – Revista de História e Cultura da Amazônia Ocidental*, v. 4, n. 2, p. 90–97, 2020. Disponível em: PDF Jamaxi/UFAC. Acesso em: 6 out. 2025.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.
- BATRA, R.; AHUVIA, A.; BAGOZZI, R. P. **Brand Love.** *Journal of Marketing*, v. 76, n. 2, p. 1–16, 2012. DOI: 10.1509/jm.09.0339.
- BAZZAN, A. L. C.; TAVARES, A. R.; P., André G.; JUNG, C. R.; SCHARCANSKI, J.; CARBONERA, J. L.; LAMB, L. C.; RECAMONDE-MENDOZA, M.; SILVEIRA, T. L. T.; MOREIRA, V.. **“A Nova Eletricidade”: Aplicações, Riscos e Tendências da IA Moderna.** *arXiv:2310.18324 [cs.AI]*, 31 out. 2023. Disponível em: arXiv:2310.18324. Acesso em: 6 out. 2025. [arXiv](#)
- Brynjolfsson, E.; Li, D.; Raymond, L. R. *Generative AI at Work.* NBER Working Paper No. 31161, National Bureau of Economic Research, 2023.
- CAMPOS, W. P.; CAMPOS, L. C.; SANTOS, A. S.. **Inteligência Artificial e Machine Learning na Gestão Empresarial.** *Research, Society and Development*, v. 11, n. 8, p. e11811831061, 2022.
- CUNNINGHAM, S. M. **The Major Dimensions of Perceived Risk.** In: COX, D. F. (Ed.). *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior.* Boston: Harvard University Press, 1967. p. 82–108.
- DAVIS, F. D. **Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.** *MIS Quarterly*, v. 13, n. 3, p. 319–340, 1989. DOI: 10.2307/249008.

Feuerriegel, S.; Hartmann, J.; Janiesch, C.; Zschech, P.. “Generative AI.” *Business & Information Systems Engineering*, vol. 66, n. 1, 2024, pp. 111-126. DOI: 10.1007/s12599-023-00834-7.

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

JENKINS, H.. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2008.

MISHRA, S.; SRIVASTAVA, V. **A View of Artificial Neural Network**. (preprint/versão em repositório). 2014.

RAMOS, A. S. M.. **Inteligência Artificial Generativa baseada em grandes modelos de linguagem – ferramentas de uso na pesquisa acadêmica**. ResearchGate, 2023.

Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/371026954_Inteligencia_Artificial_Generativa_basada_em_grandes_modelos_de_linguagem_ferramentas_de_uso_na_pesquisa_academica>. Acesso em: 6 out. 2025.

ROGERS, E. M. **Diffusion of Innovations**. New York: Free Press of Glencoe, 1962.

RUSSELL, S.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach**. 3. ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2013.

TEIXEIRA, J. de F. **O que é inteligência artificial**. 3. ed. São Paulo: E-galáxia, 2019.

VIEIRA, F. S.; AMARAL, T. H. P.; KNEIPP, R. E.. **A UTILIZAÇÃO E APLICAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA COMO PESQUISA, DENTRO DA ENGENHARIA**. In: Anais do Seminário Internacional de Educação, Empreendedorismo e Gestão de Projetos. Anais...Engenheiro Paulo de Frontin(RJ) on line, 2024. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/si-educacao-empreendedorismo-gestao-projetos/955623-A-UTILIZACAO-E-APLICACAO-DA-INTELEGENCIA-ARTIFICIAL-GENERATIVA-COMO-PESQUISA-DENTRO-DA-ENGENHARIA>. Acesso em: 08/10/2025

ZAWACKI-RICHTER, O. *et al.* **Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education—where are the educators?** *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, v. 16, n. 39, 2019.

APENDICE

PESQUISA - FATORES QUE INFLUENCIAM A PREFERÊNCIA DE USO E ADOÇÃO DE FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL DE MULHERES.

Este questionário tem como objetivo coletar dados para obter informações sobre o uso e adoção da Inteligência artificial generativa (IA Gen) relacionados ao contexto organizacional de mulheres em posição de liderança.

SEÇÃO 1

Gênero?

Feminino



Masculino

Outro:

Qual sua faixa etária de idade?

Menos de 24 anos

25 a 34 anos

35 a 44 anos

45 anos ou mais

Tempo de atuação como administradora / empreendedora?

Menos de 1 ano

De 1 a 3 anos

De 3 a 5 anos

Mais de 5 anos

Não atuo na área

SEÇÃO 2

Setor de atuação de seu negócio?

Função que desempenha?

SEÇÃO 3

Já utilizou alguma ferramenta de inteligência artificial generativa no seu negócio ou função?

Sim

Não

Com que frequência você utiliza essas ferramentas?

Diariamente

Semanalmente

Mensalmente

Outros:

Para qual finalidade você utiliza a IA generativa no seu negócio? (Pode marcar mais de uma opção)

Desenvolvimentos de produtos ou/e serviços

Atendimento ao cliente

Planejamento estratégico

Análise de dados e tomada de decisão

Marketing e criação de conteúdos (Textos, posts, imagens, vídeos, etc)

Outro:

SEÇÃO 4

Quais são as plataformas de IA generativa mais utilizadas? Explique o motivo da escolha

Enquanto profissional, percebe a utilidade do uso da IA generativa nas atividades de seu negócio/área ?

Quais fatores têm influenciado sua decisão de adotar essa tecnologia?

Quais riscos e desafios você pontua com a implementação da IA generativa no seu negócio?

Na sua perspectiva, o uso dessas ferramentas pode otimizar os processos administrativos e modelos de negócio?

Quais os principais benefícios e desvantagens percebidos do uso da IA generativa?