



ISMAEL RODRIGUES DA COSTA VIANA

A ACEITAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO SETOR DE COMPRAS

Rio de Janeiro
2025

Ismael Rodrigues da Costa Viana

A Aceitação Da Inteligência Artificial No Setor De Compras

Dissertação apresentada como requisito parcial de conclusão o curso de Mestrado em Administração na Universidade Do Grande Rio “Professor José De Souza Herdy” – Unigranrio

Orientador: Prof. Marco Aurelino Bouzada

Rio de Janeiro/RJ
Setembro/2025

CATALOGAÇÃO NA FONTE
AFYA UNIVERSIDADE UNIGRANRIO – BIBLIOTECA EUCLIDES DA CUNHA

V614a Viana, Ismael Rodrigues da Costa.
A aceitação da inteligência artificial no setor de compras / Ismael Rodrigues da Costa Viana. – Rio de Janeiro, 2025.
62 f. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Administração) – Afya Universidade Unigranrio, Escola de Ciências Sociais e Aplicadas, Rio de Janeiro, 2025.

Orientador: Prof. Marco Aurelino Bouzada.
Referências: f. 47-54.

1. Administração. 2. Inteligência artificial. 3. Compras. 4. Inovações tecnológicas. 5. Transformação digital. I. Bouzada, Marco Aurelino. II. Afya Universidade Unigranrio. III. Título.

CDD – 658

Ismael Rodrigues da Costa Vianna


A ACEITAÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO SETOR DE COMPRAS

Dissertação apresentada à Afya Universidade Unigranrio, como parte dos requisitos parciais para obtenção do grau de Mestre em Administração.


Área de Concentração:
Gestão Organizacional.

Aprovada em 22 de setembro de 2025.


Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
 MARCO AURELIO CARINO BOUZADA
Data: 25/09/2025 12:23:18-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>


Prof. Dr. Marco Aurélio Carino Bouzada
Afya Universidade Unigranrio

Documento assinado digitalmente
 PAOLA BASTOS LOHMANN
Data: 23/09/2025 15:24:39-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Paola Bastos Lohmann
Afya Universidade Unigranrio - UNIGRANRIO

Documento assinado digitalmente
 TERESA CRISTINA JANES CARNEIRO
Data: 22/09/2025 16:58:39-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Teresa Cristina Janes Carneiro
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Documento assinado digitalmente
 DAVIDSON DE ALMEIDA SANTOS
Data: 23/09/2025 11:48:56-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Davidson de Almeida Santos
Universidade Cândido Mendes - UCAM

Sumário

1. Introdução.....	1
1.1. Contextualização	1
1.2. Objetivos.....	3
1.2.1. Objetivo Geral	3
1.2.2. Objetivos específicos.....	3
1.3. Delimitação:	4
1.3.1. Delimitação teórica:	4
1.3.2. Delimitação Geográfica:	5
1.3.3. Delimitação temporal:.....	6
1.4. Relevância:	6
2. Referencial teórico	9
2.1. Inteligência artificial (IA).....	9
2.2. A Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT)	11
2.3. IA no Setor de compras:	13
2.4. Modelo Conceitual e Hipóteses de Pesquisa:.....	17
3. Metodologia	19
3.1. Tipo da pesquisa.....	19
3.2. Setor Utilizado como Palco da Pesquisa:	21
3.3. Sujeitos da pesquisa.....	24
3.4. População e amostra:	25
3.5. Coleta de Dados:	25
3.6. Tratamento dos Dados:	26
4. Apresentação dos Resultados:	29
4.1. Mapeamento de experiência prévia com IA.....	29
4.2. Análise de confiabilidade das escalas	34
4.3. Análises e resultados das regressões lineares múltiplas.....	35

5. Conclusão:.....	41
6. Referências:.....	47

Resumo

Este estudo teve como proposta central investigar os fatores que influenciam a adoção da Inteligência Artificial (IA) no setor de compras, um ambiente estratégico em constante evolução. O objetivo foi identificar os elementos que determinam a aceitação da IA por profissionais da área, visando otimizar sua implementação e maximizar os benefícios potenciais. O design metodológico empregou uma abordagem quantitativa, de natureza descritiva e explicativa. A coleta de dados primários foi realizada por meio de um questionário fechado, adaptado do modelo UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) de Venkatesh et al. (2003). A amostra consistiu em profissionais de compras e consultores especializados dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. A análise dos dados foi conduzida utilizando a técnica de Regressão Linear Múltipla. Os principais achados da pesquisa indicam que a Expectativa de Desempenho é o fator mais significativo para a Intenção de Uso da IA sugerindo que a percepção de benefícios concretos na performance profissional é crucial para a aceitação. A Intenção de Uso, por sua vez, demonstrou forte influência sobre o Uso Efetivo da IA. Curiosamente, a Expectativa de Esforço, a Influência Social e as Condições Facilitadoras não apresentaram significância estatística, o que sugere que, no contexto estudado, o valor prático da tecnologia se sobressai à facilidade de uso, à pressão social e ao suporte técnico. As implicações práticas são claras: empresas devem priorizar a comunicação dos benefícios tangíveis da IA para o desempenho dos profissionais de compras e investir em programas de capacitação formal, dada a baixa taxa de treinamento específico entre os respondentes. Ao focar nos fatores que realmente impulsionam a aceitação, as organizações podem otimizar seus recursos e acelerar a transformação digital de seus processos de compras. A originalidade e valor deste trabalho residem na aplicação do modelo UTAUT para analisar a aceitação da IA em um setor específico e estratégico no contexto brasileiro, contribuindo teoricamente para a compreensão dos preditores de aceitação tecnológica em ambientes complexos e oferecendo insights práticos para gestores e formuladores de políticas na implementação eficaz da IA.

Palavras chave:

Inteligência Artificial; Aceitação de Tecnologia; Compras; Dados; Transformação Digital.

Abstract

This study's central purpose was to investigate the factors influencing the adoption of Artificial Intelligence (AI) in the procurement sector, a strategic and constantly evolving environment. The objective was to identify the elements that determine AI acceptance by professionals in the area, aiming to optimize its implementation and maximize potential benefits. The methodological design employed a quantitative approach, descriptive and explanatory in nature. Primary data collection was conducted through a closed questionnaire, adapted from Venkatesh et al.'s (2003) UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) model. The sample consisted of procurement professionals and specialized consultants from the states of Rio de Janeiro and São Paulo. Data analysis was performed using Multiple Linear Regression. The main findings of the research indicate that Performance Expectancy is the most significant factor for AI Use Intention, suggesting that the perception of concrete benefits in professional performance is crucial for its acceptance. Use Intention, in turn, demonstrated a strong influence on Actual AI Use. Interestingly, Effort Expectancy, Social Influence, and Facilitating Conditions were not statistically significant, suggesting that, in the studied context, the practical value of the technology outweighs ease of use, social pressure, and technical support. The practical implications are clear: companies should prioritize communicating the tangible benefits of AI for procurement professionals' performance and invest in formal training programs, given the low rate of specific training among respondents. By focusing on the factors that truly drive acceptance, organizations can optimize their resources and accelerate the digital transformation of their procurement processes. This work's originality and value lie in applying the UTAUT model to analyze AI acceptance in a specific and strategic sector within the Brazilian context, a topic still underexplored in national literature. The results offer a theoretical contribution by refining the understanding of technological acceptance predictors in complex and strategically relevant environments, in addition to providing practical insights for managers and policymakers seeking effective AI implementation.

Keywords:

Artificial Intelligence; Technology Acceptance; Purchasing; Data; Digital Transformation.

Lista de Figuras:

Figura 1	Modelo UTAUT e seus determinantes
Figura 2	Resumo das hipóteses teóricas (conforme modelo conceitual do UTAUT adaptado) testadas por RLM
Figura 3	Representação gráfica do fluxo metodológico do trabalho
Figura 4	Modelo Conceitual do UTAUT adaptado (1° Conjunto de RLM)
Figura 5	Modelo Conceitual do UTAUT adaptado (2° Conjunto de RLM)
Figura 6	Score médio das perguntas de cada constructo por cada respondente
Figura 7	Resultado da primeira regressão linear a qual segue os parâmetros evidenciados na figura 2.
Figura 8	Resultado da segunda regressão linear a qual segue os parâmetros evidenciados na figura 3.

Lista de Tabelas:

Tabela 1	Hipóteses do estudo
Tabela 2	Valores de Alfa de Cronbach para cada hipótese da pesquisa
Tabela 3:	Valores da análise específica das variáveis que compõem a análise da hipótese 4 no Alfa de Cronbach

Lista de Gráficos:

Gráfico 1	Crescimento da IA nos últimos dez anos
Gráfico 2	Porcentagem de respondentes que utilizam IA
Gráfico 3	Nível de utilização de IA pelos respondentes
Gráfico 4	Porcentagem de respondentes que utilizam a IA no Trabalho

Gráfico 5	Porcentagem de respondentes que obtiveram alguma capacitação para o uso de IA.
-----------	--

1. Introdução

1.1. Contextualização

O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) ao longo das últimas décadas transformou profundamente a maneira de como os negócios são conduzidos, possibilitando novas formas de organização, processos mais eficientes e a criação de redes colaborativas globais (LAUDON; LAUDON, 2014). As TICs oferecem uma grande variedade de ferramentas e soluções que permitem às empresas aumentar sua eficiência, produtividade e competitividade, além de melhorar a análise de dados e a segurança das operações (TURBAN et al., 2018). A incorporação das TICs nas empresas é um processo que vem se acelerando desde a década de 1970, com a introdução dos primeiros computadores pessoais (STAIR; REYNOLDS, 2018). A evolução associada à qualidade, uso e acesso das TICs pode ser considerada um fator chave para o desenvolvimento econômico dos países, proporcionando benefícios na negociação dos mercados internacionais (ALBERTIN; MOURA, 2004).

Nesse contexto, a digitalização e o aumento do fluxo de informações prepararam o terreno para a ascensão de uma nova fronteira tecnológica: a Inteligência Artificial (IA) (RUSSELL; NORVIG, 2021). Assim como as TICs, a IA está rapidamente se tornando uma ferramenta estratégica fundamental para empresas, promovendo mudanças estruturais em diferentes setores e redesenhando modelos de negócios (DAVENPORT; RONANKI, 2018).

O termo "Inteligência Artificial" (IA) foi cunhado por John McCarthy em 1956 e tem sido amplamente discutido em diversos setores. No século XX, testemunhamos grandes impactos da revolução informacional, marcada pelo aumento exponencial de dados, informações e conhecimentos gerados e utilizados por empresas, entidades governamentais e privadas. Como resultado desse evento, tornou-se evidente que o armazenamento, organização e manipulação desses dados dependiam exclusivamente de atividades humanas e tecnologias limitadas, o que se tornou uma questão crítica, resultando em prejuízos e comprometimento dos processos

organizacionais, bem como no acesso a dados, informações e conhecimentos, ou mesmo na possibilidade de sua perda (RUSSELL; NORVIG, 2009).

A IA tem o potencial de automatizar tarefas, gerar insights valiosos a partir de grandes volumes de dados e melhorar a tomada de decisões (CHOLLET, 2021). Sua adoção pelas empresas pode levar a ganhos de produtividade, inovação e vantagem competitiva (MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE, 2017).

Além disso, a IA potencializa a criação de formas de organização virtuais e redes de negócios digitais, como destacam Venkataraman e Henderson (1998) em relação às TICs. A IA amplia essa capacidade ao permitir o desenvolvimento de sistemas de comunicação inteligentes que facilitam a coordenação de atividades entre equipes distribuídas geograficamente, criando ecossistemas de inovação altamente interconectados e eficientes.

É crucial examinar como o uso da IA pode efetivamente colaborar para que empresas, governos e outros setores da sociedade aproveitem de maneira eficaz o acúmulo contemporâneo de dados, informações e conhecimentos (DA SILVA, 2021).

Mas em que atividades a IA pode ser bem aproveitada? O setor de Compras, por exemplo, é um candidato, já que vem se transformando ao longo de anos e de forma cada vez mais rápida (GODINHO, 2006), enfrentando diversos desafios, principalmente por mudanças no consumo e variações na produção com uma forte pressão em empresas (MARTINS, 1999).

A função de compras é definida por Ballou (2004) como um processo no qual uma empresa busca adquirir matérias-primas, suprimentos, componentes e/ou serviços. Diversas atividades relacionadas a essa função incluem a seleção e qualificação de fornecedores, avaliação do desempenho dos fornecedores, negociação de contratos, comparação de preços, qualidade e níveis de serviço oferecidos pelos fornecedores, além de especificar as formas de recebimento dos bens, entre outras.

A crescente digitalização e o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) têm redefinido o cenário empresarial, impulsionando a ascensão

da Inteligência Artificial (IA) como uma ferramenta estratégica fundamental. No setor de compras, em particular, a IA emerge como uma aliada valiosa para otimizar processos, aprimorar a análise de dados e fortalecer as relações com fornecedores (Porter, 1986; Martins, 1999; Bezerra e Nogueira, 2022).

A adoção da IA neste setor promete ganhos substanciais em eficiência, automação de tarefas repetitivas, capacidade de análise preditiva para decisões mais estratégicas, redução de custos operacionais e melhoria na experiência do fornecedor (McKinsey Global Institute, 2017; Davenport; Ronanki, 2018; Gartner, 2020; Zendesk, 2024). Contudo, a implementação da IA não está isenta de desafios, incluindo a resistência à mudança, a lacuna de habilidades técnicas, preocupações éticas e de privacidade, além dos custos iniciais (Holden; Karsh, 2010; Griffy-Brown, 2020; Cohen, 2021; Exame, 2024).

Adicionalmente, a eficácia da IA é intrinsecamente ligada à qualidade dos dados e à capacitação técnica dos profissionais (Gedanken, 2025). Fatores individuais como gênero, idade e experiência prévia com tecnologia também desempenham um papel crucial na aceitação e uso da IA, podendo gerar disparidades e resistências (Van Dijk; Hemminga, 2021; Hof et al., 2020; Alfara et al., 2022). Diante desse cenário complexo, esta pesquisa busca investigar os fatores que impactam a adoção da inteligência artificial no setor de compras, aprofundando-se nas nuances que determinam sua aceitação e integração efetiva, conforme será detalhado nas seções subsequentes.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo Geral

Verificar que fatores impactam a adoção ou não da inteligência artificial no setor de compras.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Analisar a influência da Expectativa de Desempenho na Intenção de Uso da Inteligência Artificial no setor de compras.

2. Investigar a influência da Expectativa de Esforço na Intenção de Uso da Inteligência Artificial no setor de compras.
3. Examinar a influência da Influência Social na Intenção de Uso da Inteligência Artificial no setor de compras.
4. Verificar a influência da Intenção de Uso no Uso efetivo da Inteligência Artificial no setor de compras.
5. Avaliar a influência das Condições Facilitadoras no Uso efetivo da Inteligência Artificial no setor de compras.

1.3. Delimitação:

De acordo com Cervo e Bervian (2004), delimitar um tema envolve a escolha de um tópico que desperte interesse tanto no pesquisador quanto na comunidade acadêmica e profissional, além de definir a perspectiva sob a qual o tema será abordado.

Torres (2002, p.75) questiona:

Como é possível compreender uma realidade através de uma pesquisa? Essa compreensão será necessariamente um recorte, que depende tanto do instrumental utilizado pelo pesquisador, como também da situação particular, o contexto espaço e tempo, sobre o qual se centra o foco da atenção.

1.3.1. Delimitação teórica:

No referencial teórico, a pesquisa focou na análise dos construtos dos Modelos de Aceitação da Tecnologia em relação ao uso de Inteligência Artificial (AI). Foram examinados aspectos significativos dos conceitos que envolvem Inteligência Artificial com a finalidade de elucidar a evolução dos Modelos de Aceitação de Tecnologia.

Visando identificar os fatores impactam a adoção ou não da inteligência artificial no setor de compras, esta pesquisa utilizará os construtos da Teoria Unificada de Aceitação e Utilização de Tecnologia (UTAUT) – Unified Theory of Acceptance and Use of Technology desenvolvida por Venkatesh et al. (2003), os quais possibilitam verificar se os fatores determinantes e moderadores influenciam na aceitação efetiva da IA. Venkatesh et al. (2003) propôs o modelo UTAUT, com quatro construtos propostos - Expectativa de desempenho, Expectativa de esforço, Influência social e Condições facilitadoras - que visam explicar a aceitação e o uso de tecnologia moderados pelos influentes sexo, idade, experiência e voluntariedade, como podem ser observados na Figura 1.

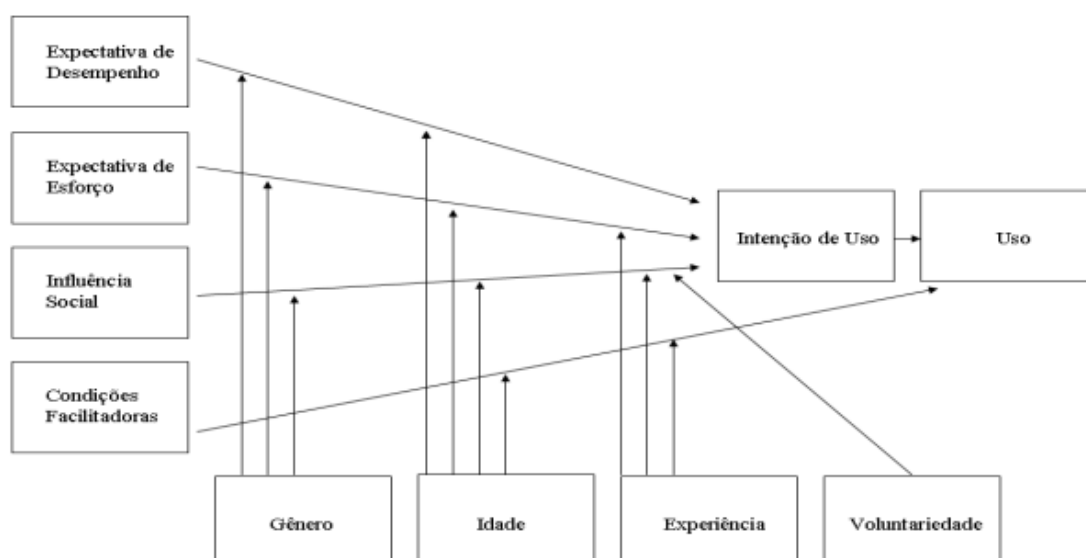


Figura 1: Modelo UTAUT e seus determinantes

Fonte: Venkatesh et al. (2003)

1.3.2. Delimitação Geográfica:

Este estudo tem seu foco de pesquisa e de obtenção de dados direcionado para o contexto dos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo (Pelo fato do autor ter maior contato com empresas desses dois estados), abrangendo empresas do setor privado que tenham um setor de compras ativo e estruturado

1.3.3. Delimitação temporal:

De acordo com Gil (2004), a delimitação temporal, evidenciada no tempo presente, ou seja, o período que acontecerá a coleta de dados, fato gerador da pesquisa. Neste caso, será realizado no primeiro semestre de 2025.

1.4. Relevância:

Hoje em dia, a inteligência artificial (IA) se destaca em muitas áreas, mudando nossa rotina e profissão. Entender o efeito da IA é essencial, pois ela transforma métodos, práticas e afeta as relações humanas e empresariais. Integrar a IA pode ser chave para otimizar o trabalho, melhorar as escolhas e estimular a inovação nas empresas. Silva (2023) diz que "usar tecnologias inteligentes é crucial para a competitividade das empresas hoje". Assim, analisar como isso acontece é vital para ver seus impactos na sociedade e na economia.

Nos últimos dez anos, o uso da inteligência artificial (IA) aumentou muito, deixando de ser só uma ideia para se tornar real em vários setores. Segundo a IDC, o mercado de IA no Brasil deve crescer uns 30% ao ano, chegando a números altos até 2025 (IT FORUM, 2023). Esse aumento vem da busca por novidades e da necessidade das empresas de serem competitivas em um mundo digital que sempre muda. Em 2023, umas 74% das pequenas e médias empresas (MPMEs) no Brasil disseram que usam IA, bem mais que antes (MICROSOFT, 2023). Isso mostra que as empresas brasileiras estão adotando tecnologias modernas e amadurecendo digitalmente.

Além disso, a IA está sendo usada em mais áreas, como atendimento ao cliente, análise de dados e automação. Uma pesquisa da Gartner mostra que, até 2025, mais de 80% das grandes empresas terão IA em suas operações (GARTNER, 2023). A IA impacta muito as empresas, ajudando a usar melhor os recursos e a tomar decisões importantes. Essa mudança transforma as empresas, criando chances de negócios e inovação em áreas como saúde, finanças e comércio (GO BOTS, 2023). Depois, o gráfico mostra como o uso da inteligência artificial cresceu nos últimos dez anos.

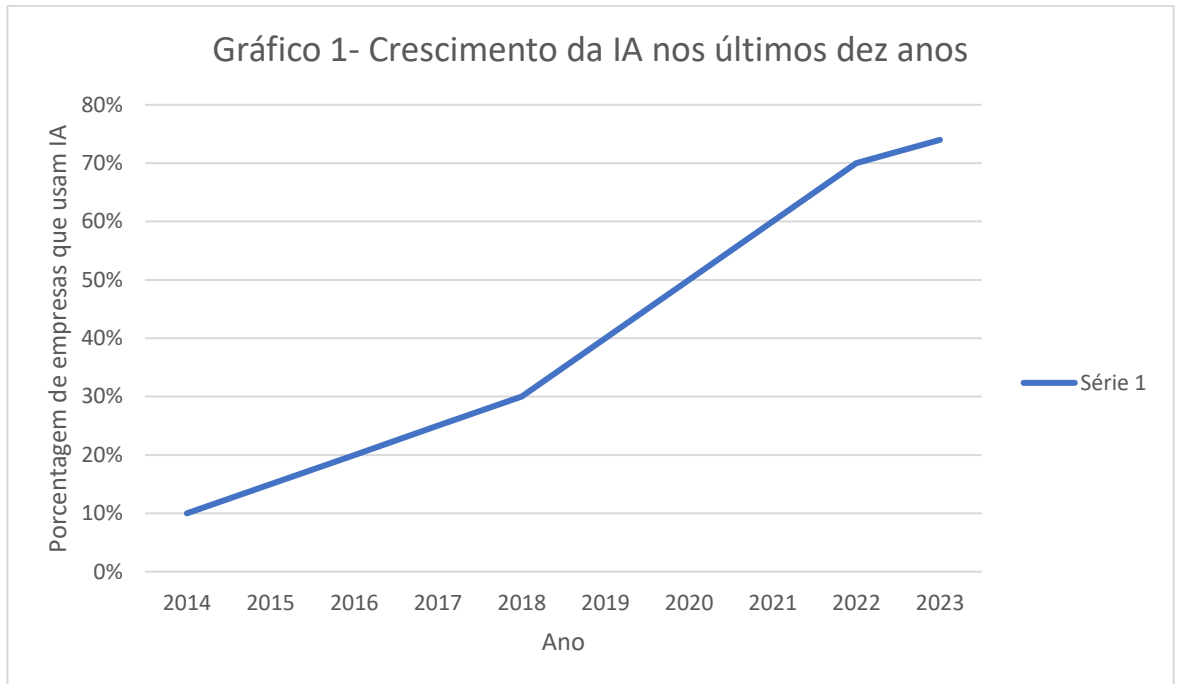


Gráfico 1: Crescimento da IA nos últimos dez anos

Fonte: Elaboração própria

No universo das aquisições, a inteligência artificial oferece vantagens notáveis, remodelando as práticas estabelecidas. A automatização dos processos de compra, por exemplo, impulsiona uma administração mais otimizada dos recursos e uma contenção dos custos operacionais. Santos (2023) salienta que "o uso da IA nas compras não só aprimora a previsão da procura, como também amplia a clareza nas negociações com os fornecedores". Desse modo, entender o impacto do uso da IA neste campo é fundamental para que as organizações possam aproveitar ao máximo seu potencial estratégico e operacional, assegurando uma vantagem competitiva constante.

Poso (2001) enfatiza que a prática das compras deve assegurar a obtenção de materiais, produtos e serviços com a qualidade devida, na quantidade exata, no tempo certo, com preços adequados e de fontes confiáveis.

Ballou (2004) frisa que a atividade de compras é essencial, correspondendo em geral de 40% a 60% do valor de venda do produto final em várias empresas. Pequenos ganhos nessa função podem provocar impactos expressivos nos lucros, seguindo o princípio da alavancagem dos lucros.

O setor de compras e supply chain possui um papel significativo na economia brasileira, notório em sua contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB), geração de empregos e o número de empresas envolvidas. Em seguida, apresento uma análise aprofundada sobre a importância desse setor.

As compras públicas, abrangendo aquisições efetuadas pelo governo e por empresas estatais, representam uma parcela relevante do PIB brasileiro. Estudos apontam que, nas duas primeiras décadas do século XXI, as compras públicas totalizaram uma média de aproximadamente 12% do PIB, o que equivale a cerca de R\$ 499,5 bilhões anualmente (SCHIEFLER, 2023). Em comparação, os países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) destinam em média 12% do PIB a compras públicas, realçando a relevância do Brasil nesse cenário (IPEA, 2023).

O setor de compras e supply chain também se configura como um importante motor de empregos no Brasil. Com a crescente necessidade por profissionais habilitados nesta área, estima-se que existam cerca de 30.000 vagas disponíveis em diversas funções ligadas a compras. Essa quantia evidencia a necessidade contínua de mão de obra especializada para satisfazer as exigências do mercado (SANTOS, 2023).

O Brasil possui uma ampla variedade de empresas atuantes no setor de compras e supply chain, que variam de pequenas empresas até grandes corporações multinacionais. A diversidade no número de empresas reflete a necessidade constante de serviços de suprimentos e compras em diversos segmentos da economia. As compras governamentais não apenas exercem influência sobre as empresas fornecedoras, mas também geram um efeito em cadeia sobre o mercado privado, promovendo práticas empresariais que podem conduzir à inovação e ao desenvolvimento sustentável (CNJ, 2022).

2. Referencial teórico

2.1. Inteligência artificial (IA)

A Inteligência Artificial (IA) é um campo diversificado da computação que busca construir sistemas aptos a executar ações que normalmente exigem o raciocínio humano. Essa tecnologia se baseia na simulação de habilidades cognitivas humanas, como o aprendizado, a lógica e a auto correção. Conforme Russell e Norvig (2010), a IA visa desenvolver máquinas que consigam solucionar questões intrincadas e cumprir funções que, atualmente, são melhor realizadas por humanos.

O progresso da IA tem sido impulsionado por avanços em algoritmos, maior capacidade de processamento e acesso a grandes quantidades de dados, o que permite a criação de sistemas mais sofisticados e eficazes (Zendesk,2024).

As aplicações da IA são inúmeras e abrangem muitos setores, desde assistentes virtuais até diagnósticos médicos. De acordo com Olhardigital (2022), a IA é usada em processos como reconhecimento facial, análise preditiva e automatização de tarefas. Na área da saúde, por exemplo, algoritmos de IA são usados para analisar exames médicos e ajudar na detecção precoce de doenças, como o câncer. Carvalho (2018) salienta que essa habilidade de aprender e se adaptar é crucial para a eficiência dos sistemas de IA, pois eles conseguem identificar padrões complexos que seriam difíceis para os humanos notarem. Além disso, a IA tem sido muito usada no setor financeiro para detectar fraudes e otimizar investimentos. Sistemas inteligentes analisam transações em tempo real para identificar comportamentos suspeitos, protegendo os consumidores e as instituições financeiras (Olhardigital, 2022). No e-commerce, algoritmos de recomendação individualizam a experiência do usuário com base em seu histórico de compras e preferências, elevando a eficiência das vendas.

Outro caso relevante é o uso da IA em veículos autônomos. Esses sistemas utilizam uma combinação de sensores, aprendizado de máquina e algoritmos complexos para se locomover em ambientes dinâmicos. Segundo Russell e Norvig (2010), a implementação bem-sucedida dessa tecnologia pode transformar o transporte urbano, diminuindo acidentes e otimizando o tráfego. Apesar das inúmeras vantagens oferecidas pela IA, sua aplicação também levanta questões éticas e sociais

importantes. A ascensão dessa tecnologia pode levar a uma mudança radical no poder, onde algoritmos não humanos assumem funções antes realizadas por humanos.

Conforme mencionado por Harari (2016), isso gera preocupações sobre segurança, privacidade e controle sobre as decisões automatizadas. A possibilidade de viés nos algoritmos é uma questão crucial; se os dados usados para treinar os sistemas contêm preconceitos históricos ou sociais, isso pode levar a decisões injustas ou discriminatórias.

Ademais, a robotização viabilizada pela IA pode afetar o cenário empregatício. Inúmeros postos que demandam perícias repetitivas correm perigo devido à aptidão das máquinas em efetuar esses afazeres com maior eficácia. Kaufman (2016) defende que é crucial discutir as implicações sociais da robotização e ponderar normas que atenuem os efeitos negativos sobre os trabalhadores realocados.

À medida que a inovação progride, o futuro da IA promete criações ainda mais notáveis. A ideia de "IA geral", onde autômatos teriam a capacidade de compreender ou aprender qualquer tarefa intelectual que um ser humano possa efetuar, ainda está distante. Todavia, os progressos na pesquisa em aprendizagem profunda e redes neurais têm exibido resultados promissores em várias aplicações (Russell & Norvig, 2010).

A cooperação entre humanos e máquinas está se tornando uma área importante de pesquisa, manifestando um movimento crescente em direção à integração da Inteligência Artificial (IA) no âmbito laboral. Ao invés de substituir totalmente os trabalhadores humanos, muitas aplicações de IA estão sendo planejadas para operar como assistentes inteligentes que podem ampliar a produtividade e facilitar processos decisórios. Tal enfoque colaborativo pode gerar novas chances no mercado de trabalho ao possibilitar que os humanos se concentrem em tarefas mais complexas enquanto as máquinas lidam com atividades rotineiras (ITSHOW, 2024).

Como salientado por Gonçalves (2022), a IA não somente otimiza a eficiência das operações, mas também permite que os trabalhadores se dediquem a atividades mais aprazíveis e criativas.

Ademais, a IA possui o potencial de transformar diversos setores da sociedade, concedendo vantagens significativas. A habilidade de simular inteligência humana através de algoritmos avançados traz proveitos como a robotização de tarefas repetitivas e a análise de grandes volumes de dados em tempo real (Tropical Hub, 2024). Contudo, essa transformação exige uma reflexão cautelosa sobre os riscos atrelados à sua implementação. Assim, o desenvolvimento e a aplicação da IA devem ser acompanhados por um debate ético robusto para garantir que seus benefícios sejam maximizados enquanto seus riscos são atenuados. A precisão de regulamentações claras e diretrizes éticas torna-se cada vez mais urgente à medida que essa tecnologia continua a evoluir (ManpowerGroup, 2024).

O futuro da Inteligência Artificial será moldado não apenas por inovações tecnológicas, mas também pelas escolhas éticas feitas por desenvolvedores, empresas e governos. Segundo Chamorro-Premuzic (2024), as organizações estão planejando aumentar rapidamente a implementação de tecnologias baseadas em IA, o que poderá resultar em um impacto positivo no treinamento, recrutamento e engajamento dos colaboradores. Portanto, é crucial promover um diálogo aberto entre especialistas e a sociedade civil para garantir que a IA seja desenvolvida e utilizada de forma ética e benéfica para todos.

2.2. A Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT)

Criada por Venkatesh e seus colegas em 2003, a Teoria Unificada da Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT) procura desvendar os motivos que levam as pessoas a quererem usar sistemas de informação e como isso se manifesta no seu comportamento de uso real.

Essa teoria surgiu da necessidade de juntar diversos modelos que analisavam a aceitação de tecnologia, como a Teoria da Ação Racional (TAR), o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM) e a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), entre outros. A UTAUT combina elementos desses modelos, criando uma estrutura com

quatro bases: expectativa de desempenho, expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras (Venkatesh et al., 2003).

A expectativa de desempenho diz respeito à crença de que a tecnologia trará vantagens no rendimento profissional. A expectativa de esforço avalia a percepção de facilidade ao usar o sistema, enquanto a influência social representa a percepção de que outros acham que a pessoa deve usar o sistema (DAVID, 2008).

As condições facilitadoras abrangem a percepção do usuário sobre a infraestrutura organizacional e técnica que torna o uso do sistema mais fácil (Venkatesh et al., 2003). Além desses quatro pontos, a UTAUT considera variáveis como gênero, idade, experiência e a liberdade de escolha de uso, que podem influenciar a relação entre os fatores principais e a intenção e comportamento de uso.

O modelo UTAUT foi confirmado por estudos, mostrando sua capacidade de explicar cerca de 70% da variação na intenção de uso e aproximadamente 50% no uso real da tecnologia (Venkatesh et al., 2003). Essa precisão torna a UTAUT uma ferramenta valiosa para pesquisadores e profissionais interessados em entender a influência de vários fatores na aceitação e uso de novas tecnologias.

O modelo UTAUT tem aplicações amplas em diferentes contextos organizacionais. Por exemplo, na educação, estudos têm usado a UTAUT para avaliar a aceitação de tecnologias educacionais por professores e alunos (Moreno Jr. & Bassalo da Silva, 2020). Em empresas, o modelo tem sido usado para analisar a adoção de sistemas ERP (Enterprise Resource Planning), buscando entender como os usuários veem as tecnologias implementadas e quais fatores influenciam sua aceitação e uso (Moreno Jr. & Bassalo da Silva, 2020).

Além disso, a UTAUT tem sido usada para investigar a aceitação de tecnologias que estão surgindo, como aplicativos móveis e sistemas na nuvem. Por exemplo, um estudo recente aplicou o modelo para entender o uso de plataformas digitais durante a pandemia de COVID-19, mostrando como as condições facilitadoras afetaram a adoção dessas tecnologias por diferentes grupos (Moraes, 2021). Essa adaptabilidade mostra a importância contínua do modelo na pesquisa sobre aceitação tecnológica.

Em suma, o modelo UTAUT se destaca por sua capacidade de explicar como as pessoas adotam e usam tecnologias. Sua força reside em juntar várias teorias já existentes, criando uma base sólida para futuras pesquisas e estratégias de negócios (Venkatesh et al., 2003). Com o desenvolvimento contínuo de novas tecnologias e sua integração no dia a dia das empresas, o entendimento que a UTAUT proporciona será essencial para direcionar métodos eficazes na implementação e na aceitação dessas inovações (Venkatesh et al., 2003).

2.3. IA no Setor de compras:

Nos últimos anos, entre 2018 e 2023, a aplicação do modelo UTAUT (Teoria Unificada da Aceitação e Uso de Tecnologia) na área de Inteligência Artificial (IA) tem sido amplamente estudada em trabalhos acadêmicos. O UTAUT, criado por Venkatesh e colaboradores (2003), é uma estrutura teórica que busca explicar as intenções dos usuários ao usar novas tecnologias, considerando quatro elementos principais: expectativa de desempenho, expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras. A importância desse modelo fica clara quando as empresas tentam incluir soluções de IA em seus processos.

Um estudo de Cabrera-Sánchez e outros (2021) expandiu o modelo UTAUT2 para analisar como as aplicações de IA são aceitas em diferentes setores. Os autores descobriram que a expectativa de desempenho é um dos fatores mais importantes na intenção de usar a IA, especialmente em situações onde a tecnologia pode melhorar a eficiência do trabalho e a tomada de decisões. A pesquisa mostrou que os usuários que veem a IA como uma ferramenta que pode aumentar sua produtividade têm mais chances de adotá-la.

Outro artigo importante é o trabalho de Alshurideh e colegas (2023), que investigou a aceitação da IA na área da educação após a COVID-19. Os autores usaram o modelo UTAUT2 para entender como professores e alunos percebem a utilidade da IA em ambientes de aprendizado. Os resultados mostraram que a influência social e as condições facilitadoras são muito importantes na adoção da IA, com os professores sendo mais propensos a aceitar tecnologias de IA quando sentem apoio da instituição e incentivo de seus colegas.

Além disso, um estudo na área de recrutamento, feito por Phusavat e outros (2024), usou o modelo UTAUT para analisar a intenção dos usuários em adotar sistemas de IA para selecionar candidatos. Os pesquisadores descobriram que a confiança na tecnologia e as preocupações com a privacidade também são fatores importantes que influenciam a aceitação. A pesquisa sugere que, para aumentar a adoção da IA nesse contexto, é essencial abordar as preocupações dos usuários sobre segurança e transparência nos processos automatizados.

Além disso, um estudo sobre a aceitação da IA no setor financeiro, liderado por Tzeng e colaboradores (2022), aplicou o modelo UTAUT para entender como os profissionais do setor bancário percebem as ferramentas de IA. Os resultados mostraram que tanto a expectativa de desempenho quanto a expectativa de esforço são fatores significativos na intenção de usar essas tecnologias, com impactos diretos na eficiência dos serviços financeiros oferecidos aos clientes.

Nos tempos recentes, o uso da Inteligência Artificial (IA) no universo das compras tem despertado um notável interesse no meio acadêmico, com inúmeras pesquisas direcionadas para a sua aplicação em cenários distintos. Um levantamento feito por Cabrera-Sánchez, Villarejo-Ramos e Liébana-Cabanillas (2021) amplia o modelo UTAUT2 para examinar a receptividade de sistemas de IA em áreas diversas, ressaltando o peso da crença na performance e das circunstâncias favoráveis.

Alshurideh, Alhusseini e Almomani (2023) analisam a adesão à IA no campo da educação, empregando o modelo UTAUT para decifrar como professores e alunos enxergam a valia da IA em espaços de aprendizado.

Phusavat, Tharakulsiriporn e Khaoboongaew (2024) utilizam o modelo UTAUT para examinar a intenção dos usuários em adotar ferramentas de IA para a triagem de candidatos em processos seletivos, pontuando aspectos como a segurança na tecnologia e as inquietações com a privacidade.

Tzeng, Wang e Chen (2022) investigam a aceitação da IA no setor financeiro, evidenciando como os profissionais avaliam as ferramentas com base em IA, dando ênfase à expectativa de desempenho e à expectativa de esforço como elementos determinantes.

Ademais, Düzyol e Yıldırım (2023) estudam a implementação de sistemas de IA nas universidades durante o período pandêmico, usando o modelo UTAUT2 para assimilar as influências sobre a aceitação por parte do corpo docente. Esses estudos demonstram a crescente utilização do modelo UTAUT na análise da aprovação da Inteligência Artificial em variados âmbitos organizacionais e educacionais, oferecendo percepções valiosas sobre os fatores que impulsionam essa adoção tecnológica.

Porter (1986) e Martins (1999) enfatizam a importância de uma relação sólida e bem fundamentada entre compradores e fornecedores para uma estratégia empresarial bem-sucedida, visando o sucesso competitivo das organizações. Diante disso, Bezerra e Nogueira (2022) afirmam que a IA pode ser uma aliada valiosa no processo de compras, tanto público quanto privado, devido à rapidez e otimização do tempo através da verificação e cruzamento de informações. Além disso, o aprendizado de máquina, uma subárea da IA, permite uma análise aprimorada dos dados e a fiscalização eficiente de contratos

As empresas têm notado grandes vantagens com a inteligência artificial (IA), especialmente no aumento da eficiência. Ela automatiza tarefas repetitivas, como analisar fornecedores e controlar o estoque. Essa automação poupa tempo em burocracias e reduz erros humanos (MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE, 2017). Além disso, a IA permite análises preditivas: algoritmos modernos examinam muitos dados para prever tendências e hábitos de compra, ajudando em decisões estratégicas (DAVENPORT; RONANKI, 2018).

Outro ponto positivo da IA é a redução dos custos operacionais, já que ela otimiza processos e diminui o desperdício. Empresas que usam IA nas compras relatam economias importantes (GARTNER, 2020). A IA também melhora a relação com fornecedores, facilitando a comunicação e oferecendo informações sobre desempenho, o que ajuda a resolver problemas rapidamente (ZENDESK, 2024).

Analisando esses aspectos, fica evidente que a Inteligência Artificial (IA) se tornou crucial no setor de compras de empresas, trazendo mudanças significativas tanto na eficiência quanto na tomada de decisões estratégicas. Os argumentos apresentados servem de incentivo para o uso da IA nas compras, mas é preciso

considerar os desafios que envolvem a aplicação dessa tecnologia. A adoção da IA nas compras apresenta desafios.

A resistência à mudança é um grande obstáculo, pois muitos profissionais temem que a automação os substitua (HOLDEN; KARSH, 2010). Além disso, a falta de habilidades para usar essas ferramentas pode torná-las ineficazes (GRIFFY-BROWN, 2020).

Questões éticas e de privacidade também são importantes; o uso da IA levanta preocupações sobre a segurança dos dados e o cumprimento de regras, o que pode levar empresas a hesitar em adotar tecnologias que exponham informações confidenciais (COHEN, 2021). Por fim, os custos iniciais de implementação e treinamento podem ser um problema, principalmente para empresas menores (EXAME, 2024).

Um impacto negativo importante da inteligência artificial (IA) no setor de compras de empresas privadas, especialmente na parte técnica como análise de negociações, envio de BID e ajustes contratuais, reside na dependência crítica da qualidade dos dados utilizados pelos sistemas de IA. Quando esses dados apresentam inconsistências, lacunas ou falta de integração, as decisões automáticas podem ser comprometidas, levando a cenários incorretos que prejudicam negociações estratégicas e a gestão eficiente dos contratos. Essa fragilidade técnica expõe as organizações ao risco de tomadas de decisão equivocadas, o que pode resultar em perdas financeiras e operacionais significativas. Como ressaltado por pensamento contemporâneo da área, a eficácia da IA está condicionada à qualidade e à confiabilidade dos dados, assim como à capacitação técnica dos profissionais que operam e interpretam essas tecnologias (Gedanken, 2025).

É crucial entender como as características pessoais influenciam a interação com a inteligência artificial (IA) e afetam a aceitação e o uso dessa tecnologia. A confiança nas ferramentas digitais, por exemplo, pode variar entre homens e mulheres. Homens costumam ser mais abertos a experimentar novas tecnologias, enquanto mulheres, expostas a preconceitos nos dados da IA, podem se sentir menos representadas (VAN Dijk; HEMMINGA, 2021).

Essa diferença pode dificultar a entrada e permanência de mulheres na área tecnológica, perpetuando a falta de representatividade. A faixa etária impacta consideravelmente a adoção da inteligência artificial. A juventude, geralmente mais familiarizada com o universo digital, acolhe as inovações tecnológicas com maior naturalidade.

Em contrapartida, os mais experientes podem apresentar resistência, seja por inabilidade, seja por receio de ferramentas intrincadas (HOF et al., 2020). No ambiente profissional, essa disparidade geracional pode suscitar visões distintas sobre o emprego de ferramentas automatizadas. O conhecimento tecnológico individual é crucial: profissionais da área tendem a encarar a IA positivamente, ao passo que os menos familiarizados podem demonstrar apreensão ou desconfiança (ALFARAH et al., 2022).

Diante desse cenário complexo e multifacetado, surgem questionamentos relevantes acerca do futuro da IA nas compras. Quais fatores contribuem ou impedem a implementação da inteligência artificial no âmbito das aquisições?

2.4. Modelo Conceitual e Hipóteses de Pesquisa:

As hipóteses trabalhadas por esta pesquisa são baseadas no modelo de UTAUT considerando os relacionamentos dos construtos entre si e também na inexistência desses relacionamentos. É importante ressaltar que para este trabalho as hipóteses de moderação foram retiradas conforme será explicado na seção de Tratamento de Dados. De qualquer forma seguem as hipóteses que foram abrangidas neste trabalho na tabela 1 abaixo:

H1	A Expectativa de Desempenho influencia direta e positivamente a Intenção de Uso da Inteligência Artificial.
H2	A Expectativa de Esforço influencia direta e positivamente a Intenção de Uso.
H3	A Influência Social influencia direta e positivamente a Intenção de Uso.

H4	A Intenção de Uso Influencia positivamente o Uso efetivo de uma IA.
H5	As Condições Facilitadoras Influenciam positivamente o Uso efetivo da IA.

Tabela 1: Hipóteses do estudo

Fonte: Elaboração própria

Essa Figura difere das anteriores apresentadas e também se relaciona às do modelo UTAUT por associar cada hipótese testada nesta pesquisa as potenciais relações e moderações entre os construtos do modelo adaptado aqui utilizado.

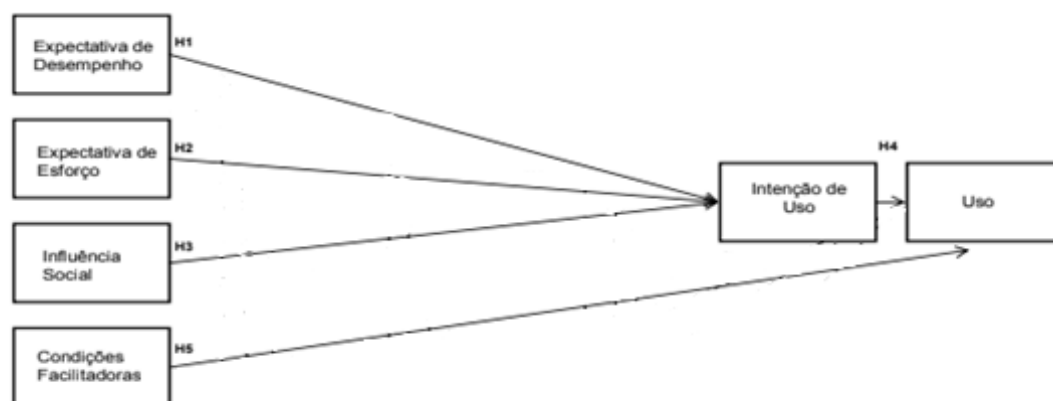


Figura 2: Resumo das hipóteses teóricas (conforme modelo conceitual do UTAUT adaptado) testadas por RLM

Fonte: Elaborada pelo autor com base em Venkatesh et al. (2003)

3. Metodologia

O presente estudo analisou os fatores que explicam o grau de aceitação da IA (Inteligência Artificial) utilizado nos processos de compras nas empresas privadas por meio de uma pesquisa com profissionais do setor locados nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo.

Foram utilizadas as principais variáveis e construtos da teoria UTAUT por representar um dos modelos mais completos sobre aceitação da tecnologia. (VENKATESH; 2003)

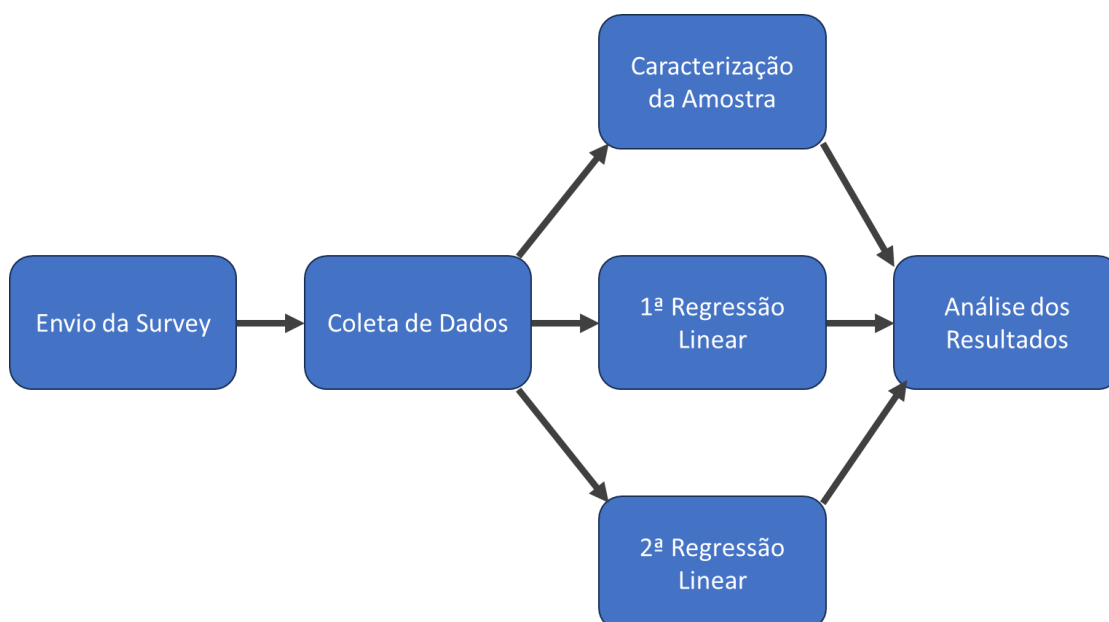


Figura 3: Representação gráfica do fluxo metodológico do trabalho

Fonte: Elaborada pelo autor

3.1. Tipo da pesquisa

Para Gil (1999, p.26):

A ciência tem como objetivo fundamental chegar à veracidade dos fatos e o conhecimento científico distingue-se dos demais tipos de conhecimentos porque tem como característica fundamental a sua verificabilidade. Para que o conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento.

Pautado nesta assertiva, como procedimento metodológico, esta investigação utilizou-se da taxonomia apresentada por Vergara (2007), e qualificou os objetivos da pesquisa científica em dois aspectos distintos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa teve uma abordagem descritiva e explicativa. De acordo com Cervo e Bervian (2002, p. 66), a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem modificá-los, no intuito de verificar com que frequência acontecem os fenômenos, bem como suas características e natureza.

Em síntese, a pesquisa descritiva processa dados ou fatos colhidos da própria realidade. Ainda segundo Cervo e Bervian (2002), a pesquisa descritiva aceita diversas formas, entre elas o estudo de caso, que é conceituado como uma pesquisa sobre um determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade que seja representativo do seu universo.

Para Creswell (1998), a pesquisa descritiva parte da descrição detalhada dos pressupostos e do conteúdo de determinada teoria, com especial atenção às “contestações” como relevante para o desenvolvimento de uma ciência. Gil (1999, p. 44) esclarece que este tipo de pesquisa se desenvolve principalmente nas ciências humanas e sociais, abordando aqueles dados e problemas que merecem ser estudados e cujos registros não constam de documentos.

Em relação à pesquisa explicativa, foi realizada uma busca com objetivo de identificar os fatores que influenciavam a decisão dos usuários em aceitar a utilização efetiva de uma ferramenta de IA em sua rotina no processo de compras, sejam eles

pela utilidade percebida ou facilidade de uso. Assim, essa pesquisa buscou aprofundar o conhecimento da realidade pelo fato de explicar a razão, o “porquê” das coisas; isto é, analisará as variáveis dos fatores determinantes e moderadores oriundos do modelo UTAUT.

Quanto aos meios, foi uma pesquisa de campo, pois essa abordagem permitiu a coleta de dados diretamente do ambiente onde os fenômenos ocorrem, proporcionando uma compreensão mais profunda e contextualizada do tema deste trabalho. (MINAYO, 2018). Uma das principais justificativas para a utilização da pesquisa de campo neste trabalho é que ela possibilita coletar dados primários, que são obtidos diretamente dos sujeitos estudados. Essa característica é fundamental para entender as dinâmicas sociais, comportamentais e culturais que podem não ser capturadas por métodos secundários, como análises documentais. (SILVA, 2015)

Este estudo foi guiado seguindo a metodologia quantitativa a qual postula a existência de uma realidade externa que pode ser examinada com objetividade por meio da aplicação de métodos quantitativos (TERENCE; FILHO, 2006).

3.2. Setor Utilizado como Palco da Pesquisa:

A Inteligência Artificial (IA) é um campo diversificado da computação que busca construir sistemas aptos a executar ações que normalmente exigem o raciocínio humano. Essa tecnologia se baseia na simulação de habilidades cognitivas humanas, como o aprendizado, a lógica e a auto correção. Conforme Russell e Norvig (2010), a IA visa desenvolver máquinas que consigam solucionar questões intrincadas e cumprir funções que, atualmente, são melhor realizadas por humanos.

O progresso da IA tem sido impulsionado por avanços em algoritmos, maior capacidade de processamento e acesso a grandes quantidades de dados, o que permite a criação de sistemas mais sofisticados e eficazes (Zendesk,2024).

As aplicações da IA são inúmeras e abrangem muitos setores, desde assistentes virtuais até diagnósticos médicos. De acordo com Olhardigital (2022), a IA é usada em processos como reconhecimento facial, análise preditiva e automatização de tarefas. Na área da saúde, por exemplo, algoritmos de IA são usados para analisar

exames médicos e ajudar na detecção precoce de doenças, como o câncer. Carvalho (2018) salienta que essa habilidade de aprender e se adaptar é crucial para a eficiência dos sistemas de IA, pois eles conseguem identificar padrões complexos que seriam difíceis para os humanos notarem. Além disso, a IA tem sido muito usada no setor financeiro para detectar fraudes e otimizar investimentos. Sistemas inteligentes analisam transações em tempo real para identificar comportamentos suspeitos, protegendo os consumidores e as instituições financeiras (Olhardigital, 2022). No e-commerce, algoritmos de recomendação individualizam a experiência do usuário com base em seu histórico de compras e preferências, elevando a eficiência das vendas.

Outro caso relevante é o uso da IA em veículos autônomos. Esses sistemas utilizam uma combinação de sensores, aprendizado de máquina e algoritmos complexos para se locomover em ambientes dinâmicos. Segundo Russell e Norvig (2010), a implementação bem-sucedida dessa tecnologia pode transformar o transporte urbano, diminuindo acidentes e otimizando o tráfego. Apesar das inúmeras vantagens oferecidas pela IA, sua aplicação também levanta questões éticas e sociais importantes. A ascensão dessa tecnologia pode levar a uma mudança radical no poder, onde algoritmos não humanos assumem funções antes realizadas por humanos.

Conforme mencionado por Harari (2016), isso gera preocupações sobre segurança, privacidade e controle sobre as decisões automatizadas. A possibilidade de viés nos algoritmos é uma questão crucial; se os dados usados para treinar os sistemas contêm preconceitos históricos ou sociais, isso pode levar a decisões injustas ou discriminatórias.

Ademais, a robotização viabilizada pela IA pode afetar o cenário empregatício. Inúmeros postos que demandam perícias repetitivas correm perigo devido à aptidão das máquinas em efetuar esses afazeres com maior eficácia. Kaufman (2016) defende que é crucial discutir as implicações sociais da robotização e ponderar normas que atenuem os efeitos negativos sobre os trabalhadores realocados.

À medida que a inovação progride, o futuro da IA promete criações ainda mais notáveis. A ideia de "IA geral", onde autômatos teriam a capacidade de compreender

ou aprender qualquer tarefa intelectual que um ser humano possa efetuar, ainda está distante. Todavia, os progressos na pesquisa em aprendizagem profunda e redes neurais têm exibido resultados promissores em várias aplicações (Russell & Norvig, 2010).

A cooperação entre humanos e máquinas está se tornando uma área importante de pesquisa, manifestando um movimento crescente em direção à integração da Inteligência Artificial (IA) no âmbito laboral. Ao invés de substituir totalmente os trabalhadores humanos, muitas aplicações de IA estão sendo planejadas para operar como assistentes inteligentes que podem ampliar a produtividade e facilitar processos decisórios. Tal enfoque colaborativo pode gerar novas chances no mercado de trabalho ao possibilitar que os humanos se concentrem em tarefas mais complexas enquanto as máquinas lidam com atividades rotineiras (ITSHOW, 2024).

Como salientado por Gonçalves (2022), a IA não somente otimiza a eficiência das operações, mas também permite que os trabalhadores se dediquem a atividades mais prazíveis e criativas.

Ademais, a IA possui o potencial de transformar diversos setores da sociedade, concedendo vantagens significativas. A habilidade de simular inteligência humana através de algoritmos avançados traz proveitos como a robotização de tarefas repetitivas e a análise de grandes volumes de dados em tempo real (Tropical Hub, 2024). Contudo, essa transformação exige uma reflexão cautelosa sobre os riscos atrelados à sua implementação. Assim, o desenvolvimento e a aplicação da IA devem ser acompanhados por um debate ético robusto para garantir que seus benefícios sejam maximizados enquanto seus riscos são atenuados. A precisão de regulamentações claras e diretrizes éticas torna-se cada vez mais urgente à medida que essa tecnologia continua a evoluir (ManpowerGroup, 2024).

O futuro da Inteligência Artificial será moldado não apenas por inovações tecnológicas, mas também pelas escolhas éticas feitas por desenvolvedores, empresas e governos. Segundo Chamorro-Premuzic (2024), as organizações estão planejando aumentar rapidamente a implementação de tecnologias baseadas em IA,

o que poderá resultar em um impacto positivo no treinamento, recrutamento e engajamento dos colaboradores. Portanto, é crucial promover um diálogo aberto entre especialistas e a sociedade civil para garantir que a IA seja desenvolvida e utilizada de forma ética e benéfica para todos.

3.3. Sujeitos da pesquisa

Sujeitos de pesquisa são os indivíduos ou grupos que participam de um estudo, sendo essenciais para a coleta de dados e a obtenção de resultados. A seleção desses sujeitos deve ser feita com base em critérios específicos, como faixa etária e escolaridade, que são relevantes para os objetivos da investigação. Assim, a definição e escolha dos sujeitos de pesquisa são etapas cruciais que impactam a validade e a relevância dos achados, demandando uma relação cuidadosa entre o pesquisador e os participantes. (MINAYO, 2007)

Para nossa pesquisa, os sujeitos que foram selecionados são profissionais atuantes na área de compras, assim como consultores especializados nesse campo ou em áreas correlatas. Essa escolha se justifica pela relevância desses indivíduos na compreensão das dinâmicas e desafios analisados por este trabalho. Os participantes estavam localizados no eixo Rio-São Paulo, uma região que concentra uma significativa parte das atividades econômicas do Brasil, oferecendo um contexto rico para a análise.

A inclusão de profissionais de diferentes segmentos dentro da área de compras permitirá uma abordagem mais abrangente, possibilitando a coleta de dados diversificados e representativos. Além disso, a escolha por consultores traz uma perspectiva externa que pode enriquecer a pesquisa, trazendo insights sobre práticas e tendências do mercado. Com isso, buscou-se garantir que as informações que foram obtidas refletiram as realidades e necessidades dos profissionais envolvidos nesse setor estratégico.

É importante ressaltar que foram questionados profissionais de compras usuários ou não de Inteligência Artificial, até porque desejou-se verificar o impacto de diversos fatores no uso da inteligência artificial.

3.4. População e amostra:

População: Profissionais de compras, ou consultores especialistas nessa temática, dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo que lidam com IA (ou afim).

Amostra: Profissionais que tiverem recebido e respondido satisfatoriamente ao questionário.

3.5. Coleta de Dados:

Durante o primeiro semestre de 2025, reunimos informações para entender o que influencia a aprovação do uso de Inteligência Artificial (IA) nos processos de compra, utilizando o modelo UTAUT. Para isso, coletamos dados diretamente dos participantes através de duas ferramentas: um questionário fechado (disponível no Apêndice 2), contendo 29 perguntas.

Para esta coleta foi realizado contato com antigos colegas de outras empresas que ainda atuam na área de compras por telefone e e-mail, também foram realizadas buscas no LinkedIn de profissionais que atuam nas áreas de compras atualmente, também realizado contato por meio de mensagens no LinkedIn para os profissionais que foram localizados e por fim entrei em contato com o setor de consultoria de supply chain e com setor de compras da minha atual empresa para que os mesmos também corroborassem na pesquisa, por meio de contato no teams enviando meu link.

O questionário, composto por questões objetivas, oferecia opções de resposta numa escala Likert, o que possibilitou medir com precisão as opiniões dos participantes. Para assegurar a privacidade e o uso correto dos dados, enviamos um e-mail aos participantes com uma carta explicando a pesquisa e um termo de confidencialidade.

As questões do questionário, adaptadas de um modelo original de Venkatesh (2003) para abordar a Inteligência Artificial, tema central deste estudo, foram criadas a partir de seis elementos do modelo UTAUT, cruciais para identificar a intenção de uso e a utilização real da IA: Intenção de Uso, Desempenho esperado, Condições Favoráveis, Esforço esperado, Influência social e Utilização da IA, como demonstrado nas hipóteses da Tabela 1.

Esses elementos estão diretamente ligados às perguntas do questionário, com o bloco 1 relacionado ao Desempenho esperado, o bloco 2 ao Esforço esperado, o bloco 3 à Influência social, o bloco 4 às Condições Favoráveis, o bloco 5 à Intenção de Uso e o bloco 6 ao Uso propriamente dito.

Adicionamos também uma seção 0 ao questionário, adaptado do modelo de Venkatesh (2003), para melhor entender o perfil do participante em relação à sua experiência anterior e capacidade de usar a ferramenta.

Portanto, a junção dos dados obtidos através do questionário permitirá uma análise completa e detalhada das percepções sobre a implementação da IA no cenário das compras.

3.6. Tratamento dos Dados:

A análise das respostas dos questionários foi feita por meio da Regressão Linear Múltipla (RLM), uma técnica estatística utilizada para examinar como as diferentes variáveis se relacionam e como algumas afetam as outras. O foco era entender a ligação entre os elementos principais da pesquisa e como certos fatores poderiam influenciar essas ligações. Para isso, usamos uma versão adaptada do modelo UTAUT, que será mostrada em imagens adiante. É bom lembrar que essa versão é diferente da original, já que foi ajustada especificamente para este estudo.

Inicialmente, a ideia era investigar também como alguns fatores moderadores afetavam os resultados. No entanto, como não tivemos muitas respostas, achamos mais sensato concentrar a pesquisa nas variáveis principais e deixar os moderadores de lado. Essa decisão foi tomada para seguir as boas práticas da regressão múltipla, que recomendam ter pelo menos cinco respostas por variável. Se tivéssemos incluído os moderadores, precisaríamos de muito mais participantes.

Primeiramente, fizemos uma análise descritiva dos dados coletados nas perguntas detalhadas na sessão 0, para apresentar esses dados e enriquecer a discussão.

Depois, realizamos duas RLMs: a primeira tinha como objetivo verificar o impacto dos fatores Expectativa de Desempenho (ED), Expectativa de Esforço (EE) e

Influência Social (IS) na variável Intenção de Uso (IU). Este modelo é detalhado na figura a seguir:

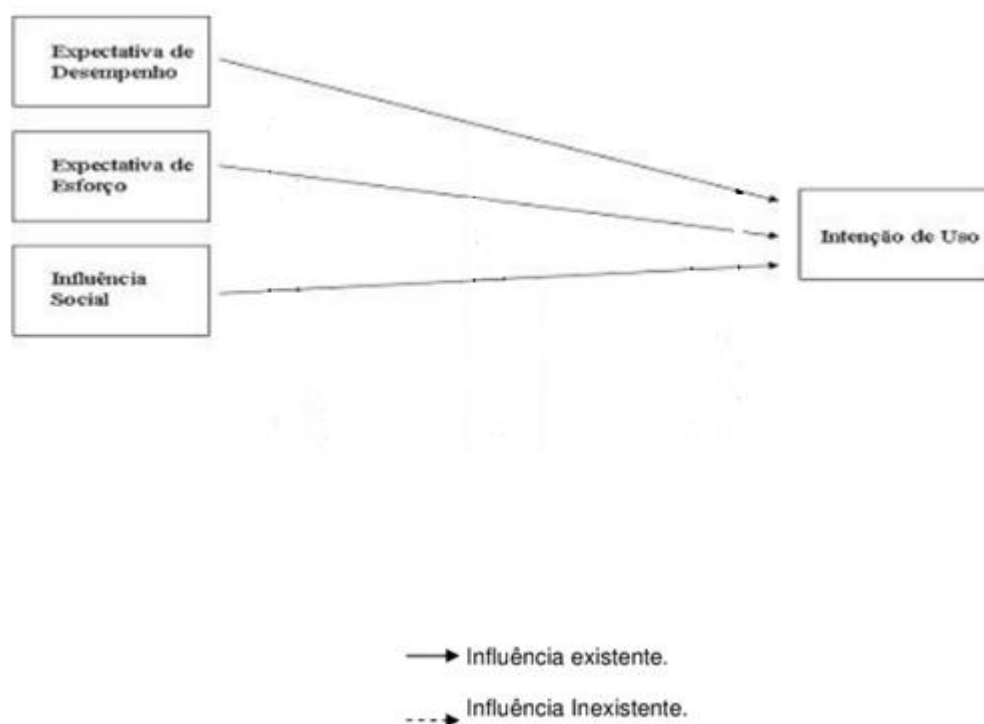


Figura 4: Modelo Conceitual do UTAUT adaptado (1º Conjunto de RLM)

Fonte: Elaborada pelos autores com base em Venkatesh et al. (2003)

Essa primeira análise teve como objetivo identificar, as relações entre os fatores determinantes e a Intenção de Uso, e o quanto elas se afetam e tem poder de atuação uma na outra.

A Figura a seguir ilustra o que a segunda RLM buscará mensurar: se as variáveis Intenção de Uso (IU) e Condições Facilitadoras (CF) influenciam o Uso do Sistema de Informação (U), conforme a seguir:

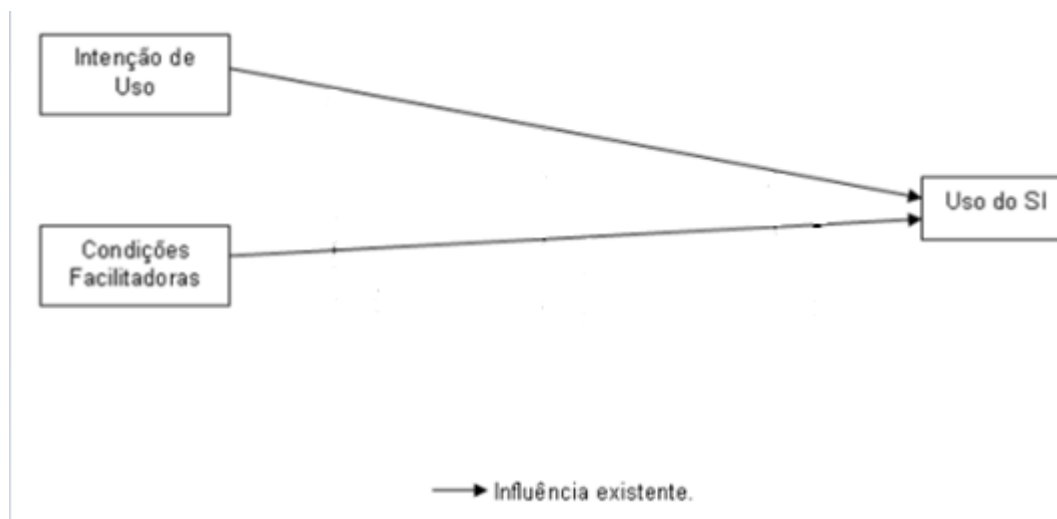


Figura 5: Modelo Conceitual do UTAUT adaptado (2º Conjunto de RLM)

Fonte: Elaborada pelos autores com base em Venkatesh et al. (2003)

Para ambas as RLMs, o escore de cada respondente em cada construto foi calculado como a média aritmética dos valores (em uma escala de 1 a 5) das suas respostas às perguntas que compõem aquele construto.

A Figura 1 anteriormente apresentada sumariza as hipóteses teóricas do modelo conceitual de UTAUT que foram testadas estatisticamente nesta pesquisa por meio de RLM.

4. Apresentação dos Resultados:

4.1. Mapeamento de experiência prévia com IA.

Numa análise primária da amostra foi possível perceber que das 32 respostas válidas verificou-se que 22 respondentes atuavam em empresas de grande porte. Observou-se, ainda, que aproximadamente 14 participantes eram vinculados à Deloitte, enquanto 16 exerciam funções de analista de suprimentos ou comprador em organizações de diferentes segmentos. Ademais, cerca de 5 respondentes ocupavam cargos gerenciais, tanto na área de suprimentos quanto no segmento de consultoria.

Para melhor tracejarmos o perfil dos respondentes da pesquisa, com intuito de entendermos um pouco melhor qual era o nível de experiência dos respondentes com relação a utilização da Inteligência Artificial, justamente para obtermos uma noção prévia de contexto do público que respondeu o questionário, foi inserido no questionário uma sessão 0 a qual tinha este mapeamento como seu objetivo e dela foram obtidos os resultados apresentados a seguir:

Já utiliza a IA ?

32 respostas

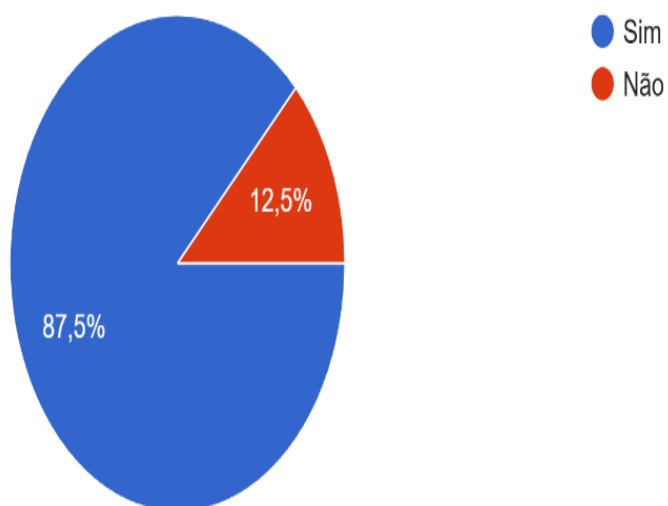


Gráfico 2: Porcentagem de respondentes que utilizam IA

Fonte: Elaboração Própria

Nível de utilização de IA

32 respostas

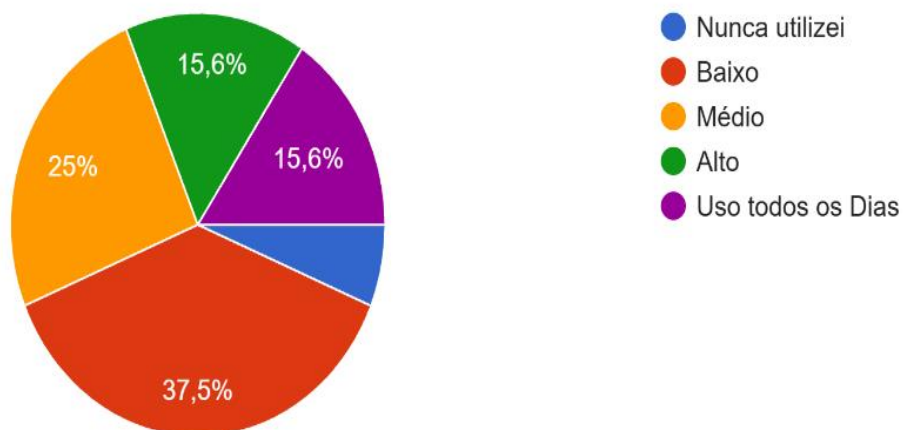


Gráfico 3: Nível de utilização de IA pelos respondentes

Fonte: Elaboração Própria

Estas eram as primeiras duas questões a serem respondidas e por meio delas é possível retirarmos já um primeira análise muito interessante, que mesmo que a maioria dos respondentes utilize já a Inteligência artificial aproximadamente 69% deles utiliza não tem um alta frequência na utilização sendo que 37,5% dos usuários totais usam num nível auto declaradamente baixo, demonstrando assim que mesmo com a maioria dos respondentes utilizando eles não tem uma pratica de utilização constante desta ferramenta.

Utiliza IA no trabalho ?

32 respostas

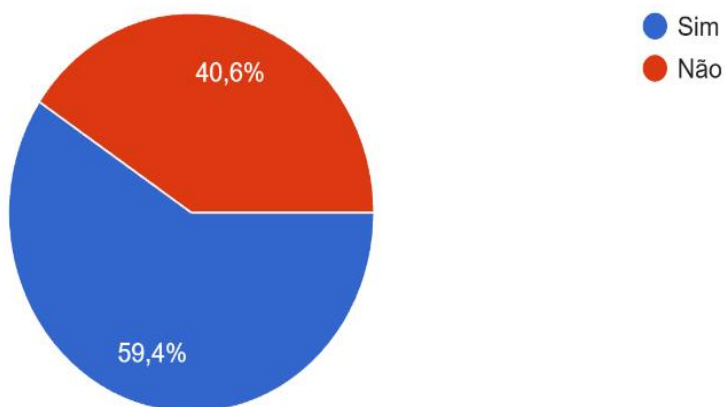


Gráfico 4: Porcentagem de respondentes que utilizam a IA no Trabalho

Fonte: Elaboração Própria

A partir da análise do gráfico acima pode-se perceber que a maioria dos respondentes utilizam IA no seu trabalho, contudo esta maioria não é absoluta sendo somente 59,4% dos respondentes que utilizam, 40,6% ainda não fazem o uso dessa nova e tão útil ferramenta em seu ambiente de trabalho. Esse dado contrasta diretamente com os 87,5% de respondentes que dizem utilizar a IA, é uma variação de cerca de aproximadamente 30% a menos, só por incluirmos uma restrição da utilização ser no ambiente de trabalho.

Obteve algum tipo de capacitação para o uso de IA ?

32 respostas

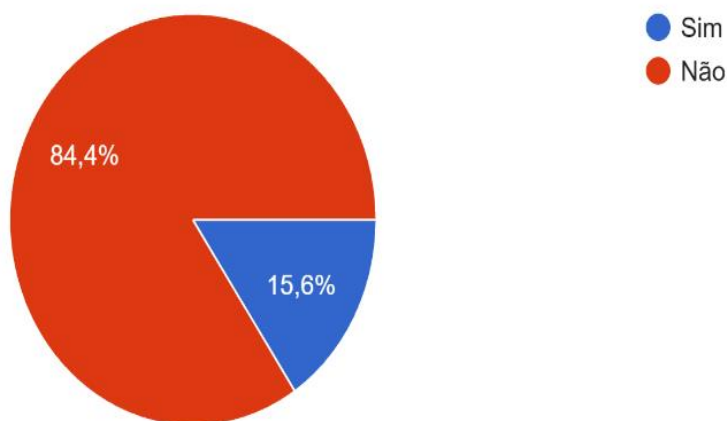


Gráfico 5: Porcentagem de respondentes que obtiveram alguma capacitação para o uso de IA.

Fonte: Elaboração Própria

Esta análise já nos demonstra o quão baixo é o nível de profissionais, que responderam nossa pesquisa, com capacitação para o uso de Inteligência Artificial, sendo somente 15,6% desses respondentes capacitados a utilização dessa ferramenta.

Mediante esse mapeamento prévio dos respondentes podemos ter uma visão introdutória sobre o perfil dos mesmos, entendo que a grande maioria (87,5%) utilizam IA, mesmo que estes não utilizem em um alto volume, já conhecem e entendem pelo menos minimamente como a ferramenta funciona, contudo mesmo que grande parte dos respondentes utilizem, quando colocamos o uso da Inteligência Artificial no contexto do trabalho esse número cai aproximadamente 30%, entendendo assim que a profissionalização deste utensilio ainda, pelo menos com relação ao grupo de respondentes. E por fim podemos observar que em contraste ao uso tanto no trabalho quanto ao uso geral, somente 15,6% dos respondentes obtiveram alguma capacitação, demonstrando assim o baixo nível de estudo sobre o tema Inteligência Artificial pelos nossos respondentes.

4.2. Análise de confiabilidade das escalas

Com objetivo de realizar a confirmação da confiabilidade relacionada aos constructos utilizados neste estudo, sendo eles “Expectativa de Desempenho”, “Expectativa de Esforço”, “Influência Social”, “Condições Facilitadoras”, “Intenção de Uso” e “Uso”, foi realizada a avaliação dos dados por meio do método de Alfa de Cronbach, o qual apresentou os seguintes resultados, conforme tabela abaixo:

Constructos	Resultado	Número de itens
Expectativa de Desempenho	0,760	4
Expectativa de Esforço	0,787	4
Influência Social	0,767	4
Condições Facilitadoras	0,601	4
Intenção de Uso	0,777	7
Uso	0,836	4

Tabela 2: Valores de Alfa de Cronbach para cada constructo da pesquisa

Fonte: Elaboração Própria

Para os resultados serem considerados como confiáveis e passíveis de validação eles precisam apresentar um valor superior a 0,7, o que aconteceu com todos as análises realizadas, com exceção do constructo “Condições Facilitadoras”, o qual teve um resultado de 0,601, e para o mesmo foi realizada uma análise adicional, tendo esta o objetivo de analisar o constructo buscando identificar se alguma das variáveis que compõem o mesmo seria a responsável pela valor de alfa abaixo do esperado, e conforme podemos analisar na tabela a seguir nenhum desses valores teve grande impacto no mesmo, com somente a variável “Uma pessoa específica (ou grupo) está sempre disponível para dar assistência nas dificuldades que tenho ao utilizar uma IA” que sendo retirada teria uma maior variação no valor, mas não suficiente para que mudasse o cenário.

Estatísticas de item-total				
	Média de escala se o item for excluído	Variância de escala se o item for excluído	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído
Eu tenho os recursos necessários para usar uma Inteligência Artificial	8,3125000	4,340	,539	,399
Eu possuo o conhecimento necessário para usar uma Inteligência Artificial	8,3750000	5,984	,268	,604
Tem uma inteligência artificial que é integrada com outros sistemas que eu uso	9,0937500	4,522	,463	,462
Uma pessoa específica (ou grupo) está sempre disponível para dar assistência nas dificuldades que tenho ao utilizar uma IA	9,3750000	5,109	,279	,615

Tabela 3: Valores da análise específica das variáveis que compõem a análise do constructo “Condições Facilitadoras” no Alfa de Cronbach

Fonte: Elaboração Própria

4.3. Análises e resultados das regressões lineares múltiplas

Após as análises para delimitação de perfil dos participantes da pesquisa seguimos com as análises diretamente ligadas as nossas hipóteses, as quais buscam identificar a intenção do uso de IA por profissionais que atuem no setor de compras ou em consultorias relacionadas ao setor. Para isso foi calculado o score médio das perguntas de cada constructo conforme segue na figura abaixo.

Expectativa de Desempenho	Expectativa de Esforço	Influência Social	Condições facilitadoras	Intenção de Uso	Uso
4,000	4,500	3,750	1,750	3,571	3,500
4,000	4,000	3,500	2,750	2,571	4,000
3,000	4,000	3,000	3,000	2,857	2,250
3,750	4,000	2,250	3,500	2,857	2,000
4,250	4,250	2,000	3,500	2,571	3,500
3,500	4,750	3,000	1,500	3,714	4,250
5,000	4,000	3,500	2,500	3,143	3,000
3,750	3,750	2,250	2,750	3,429	2,750
3,750	4,000	3,000	3,000	3,286	2,750
3,000	3,000	2,750	3,500	3,286	1,000
3,250	4,000	2,250	3,500	2,143	2,000
3,750	2,750	3,000	3,250	3,286	3,000
3,250	4,000	3,000	3,250	2,429	2,500
4,250	4,250	3,250	4,000	3,286	3,000
4,000	4,750	3,000	3,250	3,429	2,500
2,500	3,250	2,750	1,000	2,143	1,000
4,000	4,000	3,250	3,250	3,857	2,750
3,000	3,000	3,250	1,750	3,429	2,750
3,750	3,250	3,250	3,000	3,143	3,000
3,250	4,000	2,750	2,500	3,429	1,750
4,000	3,250	3,500	2,000	3,429	3,250
5,000	4,750	3,750	3,000	4,286	4,250
3,750	4,000	2,750	2,750	3,714	3,000
3,000	2,500	1,750	3,000	2,143	1,250
3,750	4,000	3,250	3,500	3,571	4,000
3,250	4,000	2,500	3,500	3,143	3,250
3,500	4,000	1,250	2,750	3,286	3,000
5,000	4,750	4,250	3,250	4,714	5,000
3,500	3,750	3,000	2,500	2,571	2,000
4,000	4,250	2,750	4,000	3,143	3,250
3,000	3,250	4,000	3,250	2,000	1,750
3,750	4,250	3,250	3,750	3,286	3,500

Figura 6: Score médio das perguntas de cada constructo por cada respondente

Fonte: Elaboração Própria

A partir do desenvolvimento dos cálculos contidos na figura acima foi realizada a primeira regressão linear a qual tinha como objetivo averiguar o modelo conforme está descrito na figura 2 que consta anteriormente neste artigo, ou seja, analisar a influência dos fatores determinantes Expectativa de Desempenho (ED), Expectativa de Esforço (EE) e Influência Social (IS) na variável Intenção de Uso (IU), estando demonstrado o resultado a seguir:

RESUMO DOS RESULTADOS

<i>Estadística de regressão</i>	
R múltiplo	0,64
R-Quadrado	0,41
R-quadrado ajustado	0,35
Erro padrão	0,50
Observações	32,00

ANOVA					
	<i>gl</i>	<i>SQ</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>F de significação</i>
Regressão	3,00	4,87	1,62	6,57	0,00
Resíduo	28,00	6,92	0,25		
Total	31,00	11,79			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Erro padrão</i>	<i>Stat t</i>	<i>valor-P</i>	<i>95% inferiores</i>	<i>95% superiores</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Interseção	0,26	0,69	0,38	0,71	-1,15	1,68	-1,15	1,68
Expectativa de Desempenho	0,45	0,19	2,29	0,03	0,05	0,84	0,05	0,84
Expectativa de Esforço	0,20	0,19	1,08	0,29	-0,18	0,58	-0,18	0,58
Influência Social	0,16	0,15	1,02	0,31	-0,16	0,47	-0,16	0,47

Figura 7:Resultado da primeira regressão linear a qual segue os parâmetros evidenciados na figura 2.

Fonte: Elaboração Própria

Os resultados apresentados indicam que o modelo utilizado, com três variáveis do UTAUT, explicou cerca de 41% da intenção de uso de uma tecnologia, o que está em harmonia com a literatura sobre aceitação tecnológica. No estudo original de Venkatesh et al. (2003), o UTAUT mostrou um alto poder preditivo, sendo capaz de explicar até 70% da intenção de uso em contextos ideais que consideram todas as variáveis. Entretanto, pesquisas posteriores, realizadas em contextos mais aplicados, frequentemente relatam valores entre 20% e 50%, o que reforça que o índice de 41% é um resultado consistente e relevante, especialmente quando nem todos os fatores do modelo estão incluídos (VENKATESH et al., 2003).

A análise do teste F, com significância inferior a 5%, demonstra que o modelo é estatisticamente robusto e bem especificado, o que está de acordo com práticas metodológicas referenciadas em estudos que utilizam o UTAUT para validar modelos de aceitação em contextos diversos (DAVID, 2017).

Já com relação ao R² encontrado no valor de 0,41 existem estudos que corroboram com este valor como o conduzido por Djeni e Erbilek (2017), analisou a intenção de uso de sistemas biométricos entre estudantes internacionais no Chipre. Embora o contexto tecnológico seja distinto, os preditores investigados por esses autores foram responsáveis por explicar 40% das intenções comportamentais dos usuários, um valor de R² (0,40) que se alinha estreitamente com os resultados obtidos

em nossa pesquisa. Tais paralelos reforçam a validade externa de nossos achados e a aplicabilidade do arcabouço teórico de aceitação de tecnologia em diversas inovações, incluindo a IA. A consistência desses valores de R^2 na literatura sugere que, embora a adoção tecnológica seja um fenômeno complexo influenciado por múltiplos fatores, uma parcela considerável de sua variância pode ser explicada por modelos bem estruturados como o empregado neste estudo.

Quando observamos as variáveis individualmente, a expectativa de desempenho se destaca com o maior impacto na intenção de uso, com o menor valor p (0,03) e apresentando um coeficiente de 0,45. Esse resultado está fortemente alinhado com as evidências de Venkatesh et al. (2003), que identificaram essa variável como o principal determinante da intenção de uso em variados domínios. Autores mais recentes, como Alshurideh, Alhusseini e Almomani, também reforçam esse papel central, destacando que quanto maior a crença dos usuários de que a tecnologia melhorará seu desempenho, maior será a disposição deles para utilizá-la. Por exemplo, pesquisas no setor hospitalar revelam que a expectativa de desempenho contribui significativamente para a adoção de sistemas de informação em saúde (ALSHURIDEH et al., 2020).

Para essa primeira RLM (Regressão Linear Múltipla) os resultados convergem com a literatura, em que a expectativa de desempenho é uma variável fundamental na explicação da intenção de uso. Isso reforça a importância de estratégias que valorizem e comuniquem claramente os benefícios práticos da tecnologia para a performance dos usuários, como recomendam tanto Venkatesh et al. (2003) quanto autores contemporâneos como Alshurideh, Alhusseini e Almomani.

E é relevante reiterar que a Expectativa de Desempenho foi a única variável significativa a 5%, ressaltando assim a sua importância para este trabalho a sua influência na Intenção de Uso. Já as demais variáveis não se comportaram como boas explicadoras da IU; devido a isto, as hipóteses “A Expectativa de Esforço influencia direta e positivamente a Intenção de Uso” (H2) e “A Influência Social influencia direta e positivamente a Intenção de Uso” (H3) foram refutadas enquanto a hipótese “A Expectativa de Desempenho influencia direta e positivamente a Intenção de Uso da Inteligência Artificial” (H1) foi aceita.

Já em relação a segunda regressão, que está relacionada à figura 3 anterior e busca mensurar se as variáveis Intenção de Uso (IU) e Condições Facilitadoras (CF) influenciam o Uso do Sistema de Informação (U), os resultados seguem expressos abaixo:

RESUMO DOS RESULTADOS

<i>Estatística de regressão</i>	
R múltiplo	0,66
R-Quadrado	0,43
R-quadrado ajustado	0,39
Erro padrão	0,74
Observações	32

ANOVA

	<i>gl</i>	<i>SQ</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>F de significação</i>
Regressão	2,00	11,93	5,97	10,97	0,00
Resíduo	29,00	15,77	0,54		
Total	31,00	27,70			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Erro padrão</i>	<i>Stat t</i>	<i>valor-P</i>	<i>95% inferiores</i>	<i>95% superiores</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Interseção	-0,63	0,89	-0,71	0,48	-2,44	1,18	-2,44	1,18
Condições facilitadoras	0,11	0,19	0,56	0,58	-0,28	0,49	-0,28	0,49
Intenção de Uso	1,00	0,21	4,66	0,00	0,56	1,44	0,56	1,44

Figura 8: Resultado da segunda regressão linear a qual segue os parâmetros evidenciados na figura 3.

Fonte: Elaboração Própria

Ao analisar os cálculos desenvolvidos, os quais consideram duas variáveis do modelo UTAUT, foi possível explicar aproximadamente 43% da variação do Uso da tecnologia. Esse percentual pode ser interpretado como moderado e demonstra que as variáveis escolhidas para essa regressão exercem um papel relevante na compreensão do comportamento de adoção da tecnologia. Na literatura sobre aceitação de tecnológica, é comum encontrar modelos com R quadrado ajustado entre 30% e 50%, reforçando assim a complexidade envolvida nesse tipo de estudo (VENKATESH et al., 2003).

Para também corroborar com as análises o teste ANOVA apresentou um p-valor bastante inferior ao nível de significância de 5% ($p = 0,00028$). Este resultado confirma que o modelo como um todo é estatisticamente significativo, ou seja, as variáveis selecionadas contribuem para explicar a intenção de uso (DAVID, 2017).

A literatura acadêmica apresenta estudos com resultados similares em contextos de aceitação tecnológica em relação ao R2 encontrado de 0,43. Por

exemplo, Sustaningrum e Haldaka (2025) investigaram a utilização e percepções da tecnologia de IA para fins acadêmicos, revelando que os preditores em seu modelo explicam 40,8% da variância na adoção da IA ($R^2 = 0,408$). Este dado demonstra que, mesmo em diferentes domínios, a capacidade de modelos preditivos como o UTAUT (ou suas extensões) em explicar uma parcela substancial da intenção e do uso efetivo de tecnologias é consistente, validando a robustez da abordagem utilizada em nosso trabalho.

Quando observamos cada uma das variáveis individualmente é possível notar que a variável “Intenção de Uso” — neste caso entendida como uma variável explicativa — apresentou um coeficiente estimado próximo de 1 e uma alta significância estatística ($p < 0,001$). Esse dado reforça a importância dessa variável como sendo o foco central dos modelos baseados na UTAUT. (VENKATESH et al., 2003).

Sendo esta variável a única significativa a 5% e que se explica como bom explicador do uso, já a outra não se apresentou da mesma forma, atestando o que foi determinado na hipótese 4 (H4) a qual afirma que “A Intenção de Uso Influencia positivamente o Uso efetivo de uma IA” e refutando a hipótese “As Condições Facilitadoras Influenciam positivamente o Uso efetivo da IA” (H5).

5. Conclusão:

O contexto atual é caracterizado pela ascensão e consolidação da Inteligência Artificial (IA) como agente de transformação em diversos setores econômicos e sociais. A IA demonstra capacidade para processar grandes volumes de dados, identificar padrões complexos e automatizar tarefas repetitivas, o que potencializa a eficiência operacional e a competitividade organizacional, conforme destacado por Davenport e Ronanki (2018) e Russell e Norvig (2021). A adoção da IA nas empresas tem se intensificado, impulsionada pela demanda por soluções inovadoras e pela necessidade de manter a competitividade em mercados dinâmicos (IT FORUM, 2023; MICROSOFT, 2023).

Este trabalho de pesquisa tem como principal objetivo identificar os fatores que influenciam a adoção da inteligência artificial no setor de compras. A investigação foi orientada por esse foco, desde a revisão da literatura até a análise dos dados coletados, para entender como esses fatores afetam a aceitação e o uso da tecnologia. Compreender esses pontos é importante para que as organizações possam criar estratégias eficazes de implementação, aproveitando os benefícios da IA e enfrentando os desafios dessa mudança. O estudo analisa a percepção e o comportamento de profissionais e consultores do setor de compras, trazendo uma visão prática sobre o que facilita ou dificulta a integração da IA no dia a dia das empresas e ampliando o entendimento sobre a aceitação dessa tecnologia em áreas estratégicas.

Para fundamentar a investigação sobre os fatores que influenciam a aceitação da Inteligência Artificial no setor de compras, este estudo utilizou principalmente a Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT), de Venkatesh et al. (2003). A UTAUT foi escolhida por ser um dos modelos mais reconhecidos e validados na área de aceitação tecnológica. Sua capacidade de reunir diferentes perspectivas e sua comprovação empírica, demonstrando explicar grande parte da intenção e do uso real da tecnologia (Venkatesh et al., 2003), foram determinantes para sua adoção como base teórica.

A pesquisa utilizou uma abordagem metodológica que uniu aspectos descritivos e explicativos, seguindo a taxonomia de Vergara (2007). O caráter descritivo ajudou a

traçar o perfil dos profissionais de compras quanto à experiência e capacitação em IA, além de captar suas percepções sobre os construtos da UTAUT. Já a parte explicativa buscou entender como os fatores da UTAUT influenciam a intenção e o uso efetivo da Inteligência Artificial. Os dados primários foram coletados no primeiro semestre de 2025, por meio de um questionário fechado com 29 perguntas, adaptado do modelo de Venkatesh (2003) para o contexto de IA. O questionário foi aplicado a profissionais de compras e consultores especialistas do Rio de Janeiro e São Paulo, regiões de destaque econômico e tecnológico no Brasil. As respostas foram dadas em escala Likert, o que permitiu medir quantitativamente as percepções dos participantes e facilitou a análise estatística. Para tratar os dados, foi utilizada a técnica de Regressão Linear Múltipla, que serviu para analisar a relação entre os construtos da UTAUT e testar as hipóteses, identificando os fatores que mais influenciam a aceitação da IA.

No que tange ao cumprimento dos objetivos específicos que nortearam esta investigação, a análise dos dados revelou um panorama complexo e multifacetado. Pois os objetivos estavam diretamente relacionados ao cumprimento das hipóteses, sendo assim conseguimos cumprir com todos pois, cada uma das hipóteses foi testada, sendo que as que mais se sobressaíram foram as relacionadas aos objetivos 1 “Analisar a influência direta e positiva da Expectativa de Desempenho na Intenção de Uso da Inteligência Artificial no setor de compras.” e ao objetivo 4 “Verificar a influência positiva da Intenção de Uso no Uso efetivo da Inteligência Artificial no setor de compras.”, pois estes foram mais expressivos em seus resultados, já a 2, 3 e 4 obtiveram resultados negativos.

Entre os fatores analisados, a Expectativa de Desempenho foi identificada como o preditor mais significativo da intenção de uso da inteligência artificial (IA). A percepção de que a IA permite executar tarefas com maior rapidez e qualidade, conforme itens do questionário, está associada a uma maior propensão à aceitação da tecnologia.

Adicionalmente, a pesquisa confirmou que a Intenção de Uso exerce uma influência positiva e significativa sobre o Uso efetivo da IA. Isso significa que, uma vez que os profissionais do setor de compras desenvolvem a intenção de usar a IA –

impulsionados principalmente pela Expectativa de Desempenho –, essa intenção se materializa em sua aplicação prática no cotidiano de trabalho.

Os valores de R^2 ajustado obtidos nas análises de regressão, que variaram nas duas RLMs, são consistentes com os resultados encontrados em estudos aplicados que utilizam o modelo UTAU, que comumente apresentam percentuais entre 20% e 50%, o que reforça a validade e a relevância dos achados desta investigação, e a significância estatística do modelo como um todo é confirmada pelo teste F.

Esses achados, ao destacarem a primazia da Expectativa de Desempenho e a relação direta entre intenção e uso, atendem de forma cabal ao objetivo principal da pesquisa, fornecendo uma compreensão clara dos fatores que impactam a adoção da Inteligência Artificial no setor de compras.

Acredito que a dominância da Expectativa de Desempenho e a concomitante refutação de outros construtos, como a Expectativa de Esforço e a Influência Social, podem ser compreendidas à luz da natureza intrinsecamente pragmática e orientada a resultados do setor de compras. Profissionais dessa área operam em um ambiente onde a eficiência, a otimização de custos, a precisão na previsão de demandas e a agilidade na gestão de fornecedores são métricas de sucesso inegociáveis. Nesse cenário, a adoção de uma nova tecnologia não é motivada por modismos ou pela facilidade de uso inicial, mas sim pela sua capacidade comprovada de entregar valor tangível e mensurável.

Essa perspectiva é reforçada pela análise do perfil dos respondentes, que revelou uma baixa porcentagem de profissionais com capacitação formal em IA. Este dado é um insight crucial: muitos dos usuários estão, de fato, aprendendo e incorporando a IA em suas rotinas de trabalho não por imposição ou por um programa de treinamento estruturado, mas por uma percepção autônoma de sua utilidade e eficácia.

O fato de a Expectativa de Esforço não ter se mostrado significativa sugere que, para este público, o benefício percebido em termos de desempenho supera o custo cognitivo ou temporal associado ao aprendizado da nova tecnologia. Em outras palavras, se a IA é percebida como um "atalho" para alcançar metas de desempenho, o esforço para dominá-la torna-se um investimento justificado, e não uma barreira.

Da mesma forma, a não significância da Influência Social pode indicar que, no setor de compras, a validação da tecnologia vem mais da experiência prática e dos resultados obtidos do que da conformidade com as práticas de colegas ou superiores.

Essa reflexão pessoal, embasada nos dados e na compreensão do contexto do setor de compras, permite inferir que a aceitação da IA nesse domínio é impulsionada por uma lógica de valor e desempenho, onde a tecnologia é abraçada na medida em que se prova uma aliada indispensável para o alcance de objetivos profissionais e organizacionais.

Os padrões encontrados, portanto, não são meras correlações estatísticas, mas reflexos de uma mentalidade orientada à produtividade e à busca incessante por vantagem competitiva, características intrínsecas ao universo das compras corporativas.

Este estudo tem implicações significativas tanto para o avanço do conhecimento teórico quanto para a aplicação prática no ambiente corporativo. No plano teórico, esta pesquisa reforça a validade e a adaptabilidade do modelo UTAUT em um contexto específico e de crescente relevância: a aceitação da Inteligência Artificial no setor de compras.

Ao demonstrar que a Expectativa de Desempenho se sobressai como o principal preditor da intenção de uso e do uso efetivo da IA, o estudo oferece um refinamento empírico ao modelo original de Venkatesh et al. (2003). Este achado sugere que a ponderação dos construtos da UTAUT pode variar consideravelmente dependendo do domínio de aplicação e das características do público-alvo. Essa nuance contribui para o desenvolvimento de modelos teóricos mais ajustados às particularidades de tecnologias disruptivas e de ambientes profissionais onde a eficiência é um valor primordial.

Além disso, ao investigar a aceitação da IA em um setor estratégico, a pesquisa preenche uma lacuna na literatura, que muitas vezes se concentra em contextos mais genéricos ou em tecnologias de uso individual.

No âmbito prático, os resultados desta pesquisa fornecem diretrizes valiosas para empresas e gestores que planejam ou estão em processo de implementar

soluções de Inteligência Artificial em seus departamentos de compras. A principal contribuição reside na identificação clara de que a Expectativa de Desempenho é o fator mais crítico para impulsionar a aceitação da IA. Isso significa que as estratégias de implementação devem focar primordialmente em comunicar e demonstrar os benefícios tangíveis e as melhorias de eficiência que a IA pode proporcionar no dia a dia dos profissionais de compras. Em vez de investir excessivamente em treinamentos, as empresas devem priorizar a apresentação de casos de sucesso, a realização de pilotos que comprovem os ganhos de produtividade e a personalização das soluções de IA.

Este estudo, embora tenha contribuído significativamente para a compreensão da aceitação da Inteligência Artificial no setor de compras, não está isento de limitações. Primeiramente, a amostra de respondentes revelou-se relativamente pequena (N=32). Essa limitação quantitativa teve um impacto direto na profundidade das análises estatísticas que puderam ser realizadas. Em particular, a baixa quantidade de respondentes impediu a execução de testes de moderação. A ausência desses testes pode ter limitado a capacidade de identificar nuances e particularidades nas relações entre as variáveis.

Em segundo lugar, o perfil dos respondentes incluiu tanto profissionais que atuam diretamente no setor de compras quanto consultores especialistas na temática. Embora a inclusão de consultores tenha enriquecido a pesquisa com uma perspectiva mais ampla e estratégica sobre o mercado, é fundamental reconhecer que a experiência desses profissionais, por ser externa e muitas vezes focada em múltiplos clientes, pode não refletir integralmente a vivência operacional diária e as particularidades do setor. A percepção de um consultor sobre a aceitação e o uso da IA pode diferir da de um profissional que lida com as práticas de compras em seu cotidiano, enfrentando desafios e oportunidades específicas de sua empresa. Essa limitação sugere a necessidade de estudos futuros que possam segmentar ou comparar as percepções desses diferentes grupos de profissionais.

As limitações identificadas no presente estudo, servem como incentivo de pesquisas futuras, capazes de aprofundar e refinar a compreensão sobre a aceitação da Inteligência Artificial no setor de compras. A primeira e mais premente sugestão é

a realização de estudos qualitativos. Entrevistas aprofundadas com profissionais de compras que já utilizam ou que estão em processo de adoção da IA poderiam desvendar as razões subjacentes pelas quais variáveis como a Expectativa de Esforço e a Influência Social não se mostraram significativas neste contexto específico. Esses estudos qualitativos poderiam empregar técnicas como a análise de conteúdo ou a teoria fundamentada para construir novas categorias e modelos explicativos, complementando os achados quantitativos.

Uma segunda linha de investigação promissora envolve a condução de grupos focais. Essa metodologia permitiria a interação entre os participantes, estimulando o debate e a troca de experiências sobre o uso da IA no setor de compras. A dinâmica de grupo pode facilitar a identificação de novas variáveis ou fatores emergentes que influenciam a aceitação da tecnologia, e que não foram contemplados pelo modelo UTAUT ou pela literatura existente.

Adicionalmente, a replicação deste estudo com uma amostra maior e mais específica é altamente recomendada. Uma amostra quantitativamente mais robusta permitiria a realização de análises de moderação, explorando como fatores demográficos (gênero, idade) e contextuais (experiência, tipo de empresa) podem influenciar as relações entre os construtos da UTAUT e a aceitação da IA. Além disso, a restrição da amostra para incluir apenas profissionais que atuam diretamente na área de compras, excluindo consultores, poderia fornecer uma visão mais homogênea e aprofundada das percepções daqueles que vivenciam o dia a dia da função. Essa abordagem mais segmentada minimizaria a heterogeneidade da amostra e permitiria uma análise mais precisa dos fatores que impactam a aceitação da IA no cerne das operações de compras.

Em síntese, as próprias limitações desta pesquisa se transformam em um rico manancial de agendas para pesquisas futuras. Ao abordar essas lacunas, a comunidade acadêmica poderá fornecer subsídios ainda mais precisos para empresas e para pesquisadores da área.

6. Referências:

ALBERTIN, A. L.; MOURA, R. M. **Incremento da automação de serviços: um estudo sobre sua adoção em empresas.** Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 38, n. 6, p. 925-946, nov./dez. 2004.

ALFARAH, M.; ALI, A.; ALMASHHADANI, M. **The impact of user experience on the acceptance of artificial intelligence in the workplace.** Journal of Technology Management, v. 12, n. 3, p. 45-60, 2022.

ALSHURIDEH, M.; ALHUSSEINI, S.; ALMOMANI, M. **Exploring Factors Affecting Technology Adoption Based on the UTAUT Model: A Review.** International Journal of ALSHURIDEH, M.; ALHUSSEINI, S.; ALMOMANI, M. Acceptance of Artificial Intelligence Application in the Post-Covid Era: An Empirical Study Using the UTAUT Model. Journal of Business Research, v. 153, p. 1-10, 2023.

BALLOU, R.H. Business **Logistics/Supply Chain Management. 5th Edition**, New Jersey: Prentice Hall, 2004.

BEZERRA, R. C. F.; NOGUEIRA, R. J. C. **A Inteligência Artificial nas Compras Públicas: uma revisão sistemática da literatura.** Brazilian Journal of Development, v. 8, n. 6, p. 43704-43721, jun. 2022.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logistics and Supply Chain Management.** New York: McGraw-Hill, 2001.

BRUYNE, P.; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. de. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os pólos da prática metodológica.** Tradução de Ruth Joffily, prefácio de Jean Ladrière. Rio de Janeiro: F. Alves, 1991.

CABRERA-SÁNCHEZ, J.-P.; VILLAREJO-RAMOS, Á. F.; LIÉBANA-CABANILLAS, F.; SHAIKH, A. A. **Identifying relevant segments of AI applications adopters – Expanding the UTAUT2's variables.** Computers in Human Behavior, v. 121, p. 1-12, 2021.

CARVALHO, R. A. **A Inteligência Artificial: conceitos, aplicações e controvérsias**. Unaerp: 2018.

CERVO, A.; BERVIAN, P. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

CHAMORRO-PREMUZIC, Tomas. **Como a IA impactará empresas e colaboradores no futuro**. ManpowerGroup, 2024.

CHOLLET, F. **Deep Learning with Python**. 2nd ed. Shelter Island: Manning Publications, 2021.

CNJ. **Artigo destaca como compras do poder público atuam em prol do desenvolvimento sustentável**. Conselho Nacional de Justiça, 2022. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/artigo-destaca-como-compras-do-poder-publico-atuam-em-prol-do-desenvolvimento-sustentavel/>.

CNN BRASIL. **Uso de Inteligência Artificial aumenta e alcança 72% das empresas, diz pesquisa**. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/uso-de-inteligencia-artificial-aumenta-e-alcanca-72-das-empresas-diz-pesquisa/>. Acesso em: 22 out. 2024.

COHEN, J. **Ethical Implications of Artificial Intelligence in Business**. Journal of Business Ethics, v. 162, n. 2, p. 345-360, 2021.

CRESWELL, J. (1998). **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

DA SILVA, Roberta Jerônimo. **O uso da inteligência artificial na organização do conhecimento: uma revisão sistemática**. Coleção CA–Ciência Aberta, p. 273, 2021.

DAVENPORT, T. H.; RONANKI, R. **Artificial Intelligence for the Real World**. Harvard Business Review, v. 96, n. 1, p. 108-116, Jan./Feb. 2018.

DAVID, F. D. **Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology**. Journal of Management Information Systems, 2017.

DAVIS, F. D. **Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance of Information Technology**. MIS Quarterly, v. 13, n. 3, p. 319-340, Sep. 1989.

DEMO, P. 2001a. Saber Pensar. Cortez, São Paulo, 2a ed.

DIGITALKS. **Até 2025, mais de 80% das empresas usarão IA e automação**. 2024. Disponível em: <https://digitalks.com.br/artigos/ate-2025-mais-de-80-das-empresas-usarao-ia-e-automacao/>. Acesso em: 22 out. 2024.

DJENI, I.; ERBILEK, M. **Intention to use biometric systems among international students in Cyprus**. In: **2017 9th International Conference on Information Technology and Electrical Engineering (ICITEE)**. IEEE, 2017.

DURVAL, J. **Compras baseadas em inteligência artificial: A Revolução**. Blog na Garage, 30 maio 2024. Disponível em: <https://blognagarage.com.br/artigos/compras-baseadas-em-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 22 out. 2024.

EXAME. **Descubra os 9 erros mais comuns na implementação da IA e como evitá-los**. Exame, 29 ago. 2024.

GARTNER. **Até 2025, mais de 80% das empresas usarão IA e automação desponta como tendência crescente**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/conheca-dez-tendencias-que-sinalizam-os-rumos-para-o-futuro-da-ia/>. Acesso em: 26 set. 2024.

GEDANKEN. **IA em Procurement: como a tecnologia acelera compliance e inovação nas compras**. Gedanken, 28 maio 2025. Disponível em: <https://gedanken.com.br/conteudo/ia-em-procurement/>. Acesso em: 20 out. 2025.

GIL, A. C. ,**Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GO BOTS. **O avanço da inteligência artificial nos últimos anos**. Disponível em: <https://gobots.ai/blog/o-avanco-da-inteligencia-artificial-nos-ultimos-anos/>. Acesso em: 26 set. 2024.

GODINHO FILHO, M., & SENASPECHI NETO, A. (2006). **Evolução da Gestão de Compras: aspectos teóricos e estudo de caso**. XIII SIMPEP.

GONÇALVES, Ana Graciele. **Inteligência Artificial redefine mercado de trabalho ao exigir novas habilidades**. CFA, 2022.

GRIFFY-BROWN, C. **Seven Reasons Your AI Strategy Isn't Working**. *Journal of Information Technology Management*, v. 31, n. 1, p. 45-54, 2020.

GUARESCHI, P. (2002). **Alteridade e relação: uma perspectiva crítica**. In A. Arruda (Org.). *Representando a alteridade*. Petrópolis: Vozes.

GURSOY, D. et al. **Evaluating the UTAUT Model for AI Adoption**. *Journal of Business Research*, 2019. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9384807/>. Acesso em: 28 out. 2024.

HARARI, Y. N. **21 Lições para o Século 21**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

HOF, S.; KLOPPENBURG, S.; VAN DIJK, J. **Age-related differences in technology acceptance: A systematic review**. *International Journal of Human-Computer Interaction*, v. 36, n. 5, p. 467-482, 2020.

HOLDEN, R. J.; KARSH, B.-T. **The Technology Acceptance Model: Its Past and Its Future in Health Care**. *Journal of Biomedical Informatics*, v. 43, n. 1, p. 159-172, Feb. 2010.

IPEA. **O mercado de compras governamentais brasileiro**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2023. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9315/1/td_2476.pdf.

IT FORUM. **Crescimento da inteligência artificial no Brasil impulsiona novos negócios**. Disponível em: <https://itforum.com.br/colunas/crescimento-inteligencia-artificial-brasil/>. Acesso em: 26 set. 2024.

ITSHOW. **Assistentes de IA no Trabalho: Produtividade e Desafios**. Disponível em: <https://itshow.com.br/assistentes-de-ia-no-trabalho/>. Acesso em: 28 out. 2024.

KAUFMAN, M. **Desafios da Inteligência Artificial: Ética e Controle**. São Paulo: Editora XYZ, 2016.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Management Information Systems: Managing the Digital Firm**. 13th ed. Harlow: Pearson, 2014.

LOGICALIS. **Conheça os desafios de implementar IA no atendimento ao cliente**. 2024.

MANPOWERGROUP. **Inteligência Artificial no Mercado de Trabalho: pessoas como protagonistas**. 2024.

MARTINS, M.F. **Análise da Função Suprimentos nas Empresas de Manufatura. O Caso das Empresas da Indústria de Linha Branca**. Tese de Doutorado. Escola de Engenharia de São Carlos – USP, 1999.

MATHIESON, K.; PEACOCK, E., and CHIN, W.W. (2001) “**Extending the Technology Acceptance Model: The Influence of Perceived User Resources**” *Data Base* 32(3), pp. 86-112.

MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **Artificial Intelligence: The Next Digital Frontier?** Discussion Paper, Jun. 2017.

MICROSOFT. **Inteligência artificial já é parte do dia a dia de 74% das MPMEs brasileiras**. Disponível em: <https://news.microsoft.com/pt-br/inteligencia-artificial-ja-e-parte-do-dia-a-dia-de-74-das-mpmes-brasileiras/>. Acesso em: 26 set. 2024.

MINAYO, Maria C. de Souza. **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MORAES, R. A. **Fatores que influenciam a aceitação e uso da tecnologia: uma investigação com servidores públicos**. *Revista Práticas em Gestão Pública Universitária*, v. 4, n. 1, p. 54-68, jan.-jun. 2023.

McKINSEY & COMPANY. **The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value**. 2024.

NEXELLO. **Inteligência Artificial na gestão de compras: o que é, como aplicar e benefícios**. 2024. Disponível em: <https://nexello.com.br/inteligencia-artificial-na-gestao-de-compras-o-que-e-como-aplicar-e-beneficios/>. Acesso em: 22 out. 2024.

OLHARDIGITAL. **A Inteligência Artificial: conceitos, aplicações e controvérsias.** 2022.

PEREIRA, Maria. **A importância das compras sustentáveis nas empresas modernas.** Revista de Administração, v. 15, n. 3, p. 45-60, jul./set. 2021.

PHUSAVAT, K.; THARAKULSIRIPORN, P.; KHAOBOONKAEW, S.; PHUSAVAT, K.; THARAKULSIRIPORN, P.; KHAOBOONKAEW, S. **A UTAUT-Based Framework for Analyzing Users' Intention to Adopt Artificial Intelligence in Human Resource Recruitment: A Case Study of Thailand.** Systems, v. 12, n. 1, p. 28-45, 2024.

PORTER, M. E.; HEPPELMANN, J. E. **How Smart, Connected Products Are Transforming Competition.** Harvard Business Review, v. 92, n. 11, p. 64-88, Nov. 2014.

POSO, H. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais.** São Paulo: Editora Atlas, 2001.

PRICEWATERHOUSECOOPERS (PwC). **Inteligência artificial na indústria farmacêutica.** Disponível em: https://www.strategyand.pwc.com/br/pt/relatorios/Inteligencia_Artificial_Industria_Farmacautica_PUB_Strategy_2024.pdf. Acesso em: 28 out. 2024.

RUSSELL, S.; NORVIG, P. **Artificial Intelligence: A Modern Approach.** 4. ed. Harlow: Pearson, 2021.

SANTOS, J. R. **Impactos da Inteligência Artificial nas Compras Corporativas.** Revista de Gestão e Tecnologia, v. 12, n. 3, p. 45-60, 2023.

SCHIEFLER, M. **Estatísticas mercado público: quanto vale 12% do PIB nacional?** Schiefler Advogados, 2023. Disponível em: <https://schiefler.adv.br/pib-nacional/>.

SILVA, M. T. **A Revolução da Inteligência Artificial nas Empresas.** Jornal de Inovação Empresarial, v. 15, n. 2, p. 78-92, 2023.

STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. **Principles of Information Systems.** 13th ed. Boston: Cengage Learning, 2018.

SUSTANINGRUM, R.; HALDAKA, M. **Student utilization and perceptions of AI technology for academic purposes: a mixed-method analysis.** Cogent Education, v. 12, n. 1, 2025.

TERENCE, A. C. F.; FILHO, E. E. **Abordagem quantitativa, qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais.** XXVI ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Anais... Fortaleza, Ceará, 2006.

TORRES, E. F. **As perspectivas de acesso ao Ensino Superior de Jovens e Adultos da Educação Especial.** 2002. 197p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC. Florianópolis, 2002.

TROPICAL HUB. **Impactos da inteligência artificial no mercado de trabalho.** 2024.

TURBAN, E. et al. **Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability.** 10th ed. Hoboken: Wiley, 2018.

TZENG, J.-Y.; WANG, Y.-C.; CHEN, Y.-C.; WANG, Y.-C.; CHEN, Y.-C. **Understanding the Acceptance of Artificial Intelligence in Financial Services: An Empirical Study Based on the UTAUT Model.** Journal of Financial Services Marketing, v. 27, n. 4, p. 1-12, 2022.

VAN DIJK, J.; HEMMINGA, M. **Gender differences in technology acceptance: A systematic review.** Computers in Human Behavior, v. 122, p. 106-116, 2021.

VENKATARAMAN, S.; HENDERSON, J. C. **Realizing the Information Revolution in Business: The Role of Information Technology.** In: WILSON, D. T.; HENDERSON, J. C. (Eds.). The Information Revolution in Business: The Role of Information Technology. New York: Wiley, 1998.

VENKATESH, V.; MORRIS, M. G.; DAVIS, G. B.; DAVIS, F. D. **User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.** MIS Quarterly, v. 27, n. 3, p. 425-478, 2003.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007. Business and Management, 2020.

VERGARA S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. SISTEMAS WERTHEIN, J. Information society and it's challenges. Ci. Inf., maio/ago. 2000, vol.29, no.2, p.71-77.

ZENDESK. **Aceitação da IA generativa? Opiniões de líderes e equipes!** Zendesk Blog, 21 mar. 2024

APÊNDICES:**APÊNDICE 1: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)/ SOBRE O QUESTIONÁRIO A SER UTILIZADO NA PESQUISA**

1- Identificação do responsável pela execução da pesquisa
Título do Projeto:
Coordenador do Projeto: Ismael Rodrigues da Costa Viana (Aluno do curso de Mestrado em Administração – PPGA/Unigranrio Afya)
Telefones de contato do Coordenador do Projeto: 021 974010222

Prezado(a) Participante

(a) Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa que tem como objetivo identificar os fatores que explicam o grau de aceitação do uso de uma Inteligência Artificial nos processos de compras ou de consultoria para o setor..

(b) Antes de aceitar participar da pesquisa, leia atentamente as explicações abaixo que informam sobre o procedimento (especificar em linguagem acessível).

(c) Você poderá recusar a participar da pesquisa e poderá abandonar o procedimento em qualquer momento, sem nenhuma penalização ou prejuízo. Durante o procedimento (especificar), você poderá recusar a responder qualquer pergunta que por ventura lhe causar algum constrangimento.

(d) A sua participação como voluntário, ou a do menor pelo qual você é responsável, não auferirá nenhum privilégio, seja ele de caráter financeiro ou de qualquer natureza, podendo se retirar do projeto em qualquer momento sem prejuízo a V.Sa. ou menor.

(e) A sua participação ou a do menor sob sua responsabilidade poderá envolver os seguintes riscos: especificar os tipos de risco que poderão ocorrer.

(f) Serão garantidos o sigilo e privacidade, sendo reservado ao participante ou seu responsável o direito de omissão de sua identificação ou de dados que possam comprometê-lo.

(g) Na apresentação dos resultados não serão citados os nomes dos participantes.

(h) Confirmando ter conhecimento do conteúdo deste termo. A minha assinatura abaixo indica que concordo em participar desta pesquisa e por isso dou meu consentimento.

_____, _____ de _____ de 20____.

Participante: _____

APÊNDICE 2: IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE E QUESTIONÁRIO UTILIZADO

- a) Empresa ao qual está vinculado: _____;
- b) Setor ao qual está vinculado: _____;
- c) Tipo de contrato de trabalho: CLT () ou PJ ();
- d) Há quantos anos trabalha na instituição que está atualmente: _____ anos;
- e) Idade: _____ anos;
- f) Gênero: Masculino () Feminino ();
- g) Há quantos anos você utiliza TI (computadores, programas, etc)? _____ anos.

Neste questionário, você vai encontrar perguntas sobre uma pesquisa que procura identificar os fatores que explicam o grau de aceitação do uso de Inteligência Artificial nos processos de compras ou de consultoria para o setor.

É de vital importância que você tente responder estas perguntas da forma mais precisa e sincera possível.

Não acrescente ao questionário qualquer dado pessoal (ex. nome, identidade, etc.) que permita identificá-lo (a).

As informações que você prover são absolutamente confidenciais, e serão utilizadas exclusivamente para fins de pesquisa.

As perguntas a seguir devem ser respondidas utilizando escalas similares à que está reproduzida abaixo:

1	2	3	4	5
Discordo	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo

Ao responder, utilize os números nas escalas para indicar até que ponto você concorda ou discorda de cada afirmativa.

Ressalta-se que nas afirmativas, o termo “IA” indica qualquer Inteligência artificial que esteja disponível para seu uso.

0. EXPERIÊNCIA COM IA

Já utiliza a IA ?;

() Sim

() Não

	1	2	3	4	5
Nível de utilização de IA;					

Utiliza IA no trabalho ?;

() Sim

() Não

Obteve algum tipo de capacitação para o uso de IA ?;

() Sim

() Não

I. EXPECTATIVA DE DESEMPENHO

	1	2	3	4	5
Eu acho a IA útil em meu trabalho;					
Utilizar a IA me capacita a executar tarefas mais rapidamente;					
Utilizar a IA aumenta a qualidade das minhas tarefas;					
A IA é importante para a execução das minhas atividades.					

II. EXPECTATIVA DE ESFORÇO

	1	2	3	4	5
Minha interação com uma Inteligência Artificial é clara e compreensível;					
A Inteligência Artificial que utilizo torna as minhas tarefas mais fáceis e rápidas do que por outros meios;					
Acho fácil de usar uma IA;					
Aprender a usar uma Inteligência Artificial é fácil para mim.					

III. INFLUÊNCIA SOCIAL

	1	2	3	4	5
Pessoas que influenciam meu comportamento pensam que eu deveria usar uma Inteligência Artificial;					
Pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria usar uma Inteligência Artificial;					
Os meus superiores demonstram que o fato de eu usar uma IA é importante para eles;					
Em geral, a minha empresa valoriza os profissionais que utilizam IA em suas atividades.					

IV. CONDIÇÕES FACILITADORAS

	1	2	3	4	5
Eu tenho os recursos necessários para usar uma Inteligência Artificial;					
Eu possuo o conhecimento necessário para usar uma Inteligência Artificial;					
Tem uma inteligência artificial que é integrada com outros sistemas que eu uso;					
Uma pessoa específica (ou grupo) está sempre disponível para dar assistência nas dificuldades que tenho ao utilizar uma IA.					

V. INTENÇÃO DE USO:

	1	2	3	4	5

Não sou obrigado a usar uma Inteligência Artificial em meu trabalho, mas pretendo usar sempre que for possível;					
Sempre que tenho oportunidade de utilizar uma IA em minhas atividades realizo nela todas as tarefas que ela suporta;					
Eu irei explorar ao máximo as funcionalidades de uma IA ao utiliza-la;					
Eu pretendo descobrir novas formas de usar IA em meu trabalho;					
Minha empresa requer que eu utilize IA em meu trabalho;					
Mesmo quando houver outras opções para a realização das minhas atividades, a IA será sempre minha primeira escolha no trabalho;					
Eu gostaria de aproveitar ao máximo em meu trabalho as funcionalidades de uma IA;					
Eu gostaria de aproveitar ao máximo em meu trabalho as funcionalidades disponíveis em uma IA;					

VI. USO:

	1	2	3	4	5
Não sou obrigado a usar Inteligência artificial em meu trabalho, mas sempre que é possível ou acessível eu o faço;					
Todas as atividades que posso incluir a IA eu a incluo;					

Busco sempre utilizar a IA em atividades no meu trabalho concentrando por diversas vezes atividades que na mesma;					
Em todos os dias no meu trabalho utilizo IA para atividades pertinentes.					

FOLHA DE APROVAÇÃO

[Nome do Autor]

[Título do Trabalho]

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em [Nome do Programa] da Universidade do Grande Rio "Prof. José de Souza Herdy" - UNIGRANRIO, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em [Área].

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

 Prof. Dr. [Nome do Orientador]
 Orientador - UNIGRANRIO

 Prof. Dr. [Nome do Examinador]
 Examinador Interno - UNIGRANRIO

Prof. Dr. [Nome do Examinador]
Examinador Externo - [Instituição]