

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE CHAPADÃO DO SUL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**VANTAGENS E DESVANTAGENS DO AUTOATENDIMENTO BANCÁRIO NO
BRASIL**

HILLARI GONÇALVES DIEDRICH

Chapadão do Sul – MS
Novembro – 2023

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE CHAPADÃO DO SUL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**VANTAGENS E DESVANTAGENS DO AUTOATENDIMENTO BANCÁRIO NO
BRASIL**

HILLARI GONÇALVES DIEDRICH

Trabalho apresentado como requisito parcial
para obtenção do grau de Bacharel em
Administração, pelo curso de Graduação em
Administração da UFMS.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Janaína Cabral da Silva

Chapadão do Sul – MS
Novembro – 2023

VANTAGENS E DESVANTAGENS DO AUTOATENDIMENTO BANCÁRIO NO BRASIL

RESUMO

Esta pesquisa científica satisfaz ao interesse de analisar quais as vantagens e desvantagens proporcionadas pelo autoatendimento bancário no Brasil. Este trabalho aborda o uso da tecnologia nas empresas e a importância dos bancos no cenário atual. Para tanto, utiliza-se como metodologia uma revisão de literatura sistemática que compara as pesquisas existentes sobre determinado assunto, e busca aperfeiçoamentos no conhecimento emitido. De acordo com as pesquisas realizadas, percebeu-se que a tecnologia, aplicada ao setor empresarial, faz com que existam ganhos relacionados ao aumento da produtividade, economia, realização dos clientes e praticidade. Nesse sentido, em regra, é muito melhor para o cliente resolver suas pendências bancárias em casa, por meio do aplicativo de seu banco, do que deslocar-se à agência e enfrentar algumas burocracias. No entanto, desvantagens também são observadas, como é o caso do desemprego estrutural e da dificuldade de inclusão de alguns grupos ao meio digital, como por exemplo os idosos e pessoas com necessidades especiais. De todo modo, o avanço da tecnologia não poderia deixar de ter reflexos nos bancos e a tendência é que os consumidores consigam se adaptar a essa realidade, que tem aspectos bons e ruins.

Palavras-chave: Tecnologia; vantagens; desvantagens; autoatendimento.

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF SELF-SERVICE BANKING IN BRAZIL

ABSTRACT

This scientific research satisfies the interest of analyzing the advantages and disadvantages that self-service banking provides in Brazil. In addition to the advantages and disadvantages, this academic work addresses the use of technology in companies and the importance of banks in the current scenario. To this end, a systematic literature review is used as a methodology that compares existing research literature on a given subject and seeks improvements in the knowledge provided. According to the research carried out, it was noticed that technology, applied to the business sector, leads to gains related to increased productivity, savings, customer satisfaction and practicality. In this sense, as a rule, it is much better for the customer to resolve their banking issues at home, through their bank's app, than to go to the branch and face some bureaucracy. However, disadvantages are also observed, such as structural unemployment and the difficulty of including some groups in the digital environment, such as the elderly and people with special needs. In any case, the advancement of technology could not fail to have an impact on banks and the tendency is for consumers to be able to adapt to this reality, which has good and bad aspects.

Keywords: Technology, advantages, disadvantages, self-service, bank.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a tecnologia tem sido uma aliada essencial para empresários que buscam aprimorar suas técnicas e oferecer produtos e serviços mais avançados, visando à satisfação do cliente. O autoatendimento bancário é um exemplo dessa modernização, proporcionando praticidade e reduzindo custos, tanto para as instituições quanto para os consumidores. É fundamental que o uso da tecnologia esteja alinhado aos princípios éticos e morais e que se busque minimizar as consequências negativas, como o desemprego estrutural e a desigualdade digital.

Cajazeira e Souza (2020) denotam que, na efervescência do mundo digital, os aplicativos digitais surgem como uma ferramenta que auxilia os indivíduos a resolverem seus problemas de uma forma prática. A popularização da internet e a facilidade de, em um dispositivo móvel, concentrar vários aplicativos que facilitam o cotidiano das pessoas, torna a tecnologia um passaporte para a economia de tempo.

Essa tecnologia, quando aplicada ao autoatendimento bancário, traz vantagens e desvantagens. A praticidade, agilidade e economicidade são alguns exemplos de vantagens (Simões; Pedrosa, 2022). Quanto às desvantagens, pode-se citar a desigualdade digital, o desemprego estrutural e a vulnerabilidade em relação aos dados sigilosos, pois ficam em um ambiente virtual que ainda enfrenta muitos desafios técnicos (MAGALHÃES; ANJOS, 2021).

Entretanto, é indiscutível que a implementação e a utilização do autoatendimento bancário também apresentam desafios. A segurança das transações e a proteção dos dados pessoais dos clientes são preocupações primordiais. Além disso, a necessidade de familiarização com as novas tecnologias pode ser um obstáculo para alguns usuários. Tais desafios exigem um comprometimento constante por parte dos bancos em melhorar suas plataformas, garantindo um serviço seguro, confiável e acessível a todos.

Diante do exposto, o objetivo geral deste estudo é identificar as vantagens e desvantagens do autoatendimento bancário no Brasil. Já os objetivos específicos são: abordar os aspectos tecnológicos nas empresas (automação dos serviços); apresentar a importância dos bancos no Brasil e; indicar vantagens e desvantagens do serviço de autoatendimento bancário. Metodologicamente, opta-se por uma revisão sistemática da literatura. Esta abordagem envolve a comparação e análise criteriosa de artigos selecionados, conforme descrito por Barbosa (2023).

Este trabalho procura contribuir ao sinalizar a necessidade de investimento no autoatendimento bancário, devido às inúmeras vantagens mencionadas. Contudo, ampliar a tecnologia não pode ser passaporte para a desigualdade digital, então, paralelamente ao gozo tecnológico, as pessoas necessitam se aprimorar nesse universo para, assim, conseguirem usufruir das ferramentas com segurança, lucidez e responsabilidade.

O presente estudo, além de uma seção introdutória, é organizado em quatro partes distintas. Na seção seguinte, é desenvolvido um referencial teórico que aborda a inserção da tecnologia nas empresas e a relevância dos bancos no Brasil, juntamente com as vantagens e desvantagens do autoatendimento bancário no contexto brasileiro. A terceira seção dedica-se a detalhar a metodologia empregada para a coleta e análise dos dados que fundamentam a pesquisa. A quarta seção é reservada para a discussão dos resultados obtidos, iluminados pelo embasamento teórico. Por fim, a quinta seção reúne as conclusões principais, refletindo sobre as implicações dos achados do estudo para o entendimento do autoatendimento bancário no Brasil, conforme explorado nas fontes bibliográficas consultadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Tecnologia nas Empresas e a importância dos bancos no Brasil

De acordo com Freire (2022), a revolução industrial constituiu um marco histórico para a mudança do paradigma das atividades profissionais. Com isso, a participação de máquinas e equipamentos no processo de produção substituiu, em larga medida, a atuação do homem e os trabalhos que não puderam ser substituídos ficaram dependentes daqueles implementos para melhor desempenho.

Como herança da revolução industrial, tem-se a automação da produção e serviços. Na visão de Machado e Côrtes (2020), as empresas têm adotado um modelo pautado na alta utilização da tecnologia para instalar uma boa posição perante o mercado e garantir elevada competitividade. Os autores argumentam que o crescimento econômico deve ser acompanhado pela preservação de empregos, rejeitando a ideia de que o desemprego estrutural seja uma realidade inevitável.

Macedo, Silva e Spaziani (2022) informam que a automação da produção faz com que a tecnologia participe de várias formas diferentes e na maioria, senão em todas, as etapas do processo produtivo. Assim, garante-se um resultado superior e mais rápido do que se a cada momento fosse executado apenas por pessoas físicas. No entanto, as máquinas e equipamentos exigirão manutenção, que é melhor na versão preventiva, para conseguir detectar falhas e resolver o problema.

Macedo, Silva e Spaziani (2022) destacam que a automação não é apenas uma ferramenta para aumentar a produção, mas também uma forma de obter dados que ajudam os gestores a identificarem áreas que podem ser melhoradas ou mantidas. Portanto, não basta apenas adotar tecnologias, é essencial saber utilizá-las de maneira eficiente. Isso é especialmente importante quando se trata de gerenciar pessoas e resultados.

Além de toda essa automação dos processos, com o objetivo de cada vez mais melhorar a entrega dos produtos e serviços, surge, cujo marco temporal foi o PL 21|20, a inteligência artificial (IA) que, segundo Alves (2023), faz com que, muitas vezes, os sujeitos “interajam” com máquinas, quando buscam a solução para algum problema bancário, por exemplo. Dessa forma, a IA é responsável por executar uma atividade que seria realizada por um funcionário, mas consegue realizar em menos tempo e maior eficiência, além da economia de gastos.

É provável que alguns consumidores ainda prefiram desfrutar do atendimento humano e humanizado, porém, ao que tudo indica, a tendência será incorporar a IA em várias etapas do processo empresarial e, assim, garantir maior produtividade. Nesse contexto, pode ser que seja necessário rever alguns aspectos culturais que são burocráticos e resistentes à total aceitação dos recursos tecnológicos.

Unes, Camioto e Guerreiro (2019) destacam que os bancos têm adotado, em relação ao público consumidor, estratégias de fidelização e uma das formas é estabelecer uma rede de contato com os clientes, por meio da tecnologia. Nesse sentido, pesquisas de satisfação e cultura de feedbacks são alguns dos mecanismos que dão relevância à opinião dos clientes e permitem que os serviços sejam aprimorados para melhor satisfação.

Nesse sentido, a tecnologia pode ir além dos limites empresariais e atingir o consumidor. Entretanto, esta tecnologia precisa ter a máxima segurança e estabilidade para conseguir estabelecer uma relação saudável com o fornecedor do serviço e produto. Tendo em vista essas considerações, o advento, em 2018, da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), nº 13.709/2018, trouxe alguns limites para nortear os dados que as empresas armazenam dos consumidores, impulsionados pela tecnologia:

“Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

II - a autodeterminação informativa;

III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;

IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;

VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais (BRASIL, 2018).

Nascimento (2020) indica que a tecnologia consiste em um relevante mecanismo que tem como objetivo facilitar a vida das pessoas e, quando analisada sob o prisma da atividade comercial, é capaz de melhorar, substancialmente, a qualidade, produtividade e competitividade dos produtos e serviços oferecidos.

Nascimento (2020) argumenta que o sistema bancário se modificou ao longo do tempo para contemplar maior acessibilidade como, por exemplo, o advento dos bancos digitais. Esses bancos significam maior praticidade, economia e autonomia aos clientes. A maioria destes

bancos digitais não possuem agências físicas, então não existem as burocracias típicas, sendo possível resolver todas as pendências por meio de um aparelho celular.

Silva e Mariz Filho (2021) relatam que os bancos digitais surgiram da necessidade de diversificar os serviços oferecidos. Com isso, percebeu-se que o público em geral estava insatisfeito com os bancos tradicionais, que eram pouco dinâmicos e cobravam taxas elevadas, entre outros problemas. No entanto, é importante notar que os bancos digitais não eliminaram os físicos, mas proporcionaram uma nova opção para custódia de recursos financeiros e solicitação de crédito, quando necessário.

De forma geral, a criação dos bancos digitais significa a construção de oportunidades para o desenvolvimento nacional. Santa Cruz (2019) destaca que no processo de recuperação de empresas, os empresários, muitas vezes, necessitam de crédito para tentar salvar o seu patrimônio. Nesse contexto, inserem-se os bancos, que tornam possível a liberação de determinado valor para que os empresários consigam liquidar as dívidas.

Por esse raciocínio, compreende-se que os bancos exercem a função de auxiliar a atividade pessoal e empresarial a continuar suas tarefas típicas e exercer uma função social. Para Santa Cruz (2019), uma atividade empresarial, quando ativa, faz com que pessoas tenham seus postos de trabalho garantidos e, assim, continua-se o estímulo à economia, tributação, entre outros.

Sendo assim, além de servir aos interesses de quem pretende reavivar sua atividade comercial, nada impede que os bancos forneçam recursos para o indivíduo que almeja iniciar seu próprio negócio, mas necessita de capital para construir e alimentar o comércio. Santa Cruz (2019), de forma reflexa, acredita que o banco lucra e muito nesses casos, pois além dos juros normalmente elevados, existirão mais impostos e, ao empregar pessoas, essas atividades impulsionam ainda mais a economia.

Em suma, pode-se deduzir que os bancos, físicos ou digitais, cumprem aos interesses de garantir linhas de crédito para a população, empréstimos a empresários para continuarem suas atividades ou, até mesmo, alimentam o empreendedorismo, quando concedem empréstimos a quem almeja criar seu próprio negócio. Silva e Mariz Filho (2021) relatam que, no entanto, a participação é notada, ainda, quanto ao dever de zelar, junto às autoridades competentes, para a circulação de notas verdadeiras e prevenção e repressão de crimes contra o sistema financeiro.

Costa e Botelho (2020) entendem que, atualmente, a sociedade digital tem se estruturado para oferecer o maior número de serviços possível às pessoas, com praticidade e eficiência. Por isso, a popularidade dos smartphones tem crescido consideravelmente e, por

meio dos aplicativos de serviços, como por exemplo os bancários, o consumidor tem condições de usufruir de uma gama de opções, sem precisar se deslocar à agência. Pouparam-se segurança e tempo.

2.2 Vantagens do autoatendimento bancário no Brasil

O autoatendimento via aplicativo de celular consiste na capacidade do próprio cliente resolver suas pendências bancárias. Essa medida, nesse caso, nada mais é do que reflexo da tecnologia no contexto bancária sendo utilizada para facilitar o cotidiano das pessoas. Conde e Graciano (2016) apontam que os serviços bancários fornecidos por aplicativos, por exemplo, conferem rapidez na resolução de problemas, mas nada atrapalha que funcionários treinados estejam em bancos para auxiliar as pessoas que não dominam essas tecnologias e necessitam de um suporte para transações mais complexas. O cliente, além de conseguir resolver seu problema mais rapidamente, também reconhece que deixa de gastar tempo com o deslocamento, então, a segurança privada é resguardada.

Mesmo que alguns funcionários ainda fiquem em bancos, não se compara à quantidade empregada hoje caso o autoatendimento bancário não existisse. Nesse sentido, entende-se que os bancários diminuem os custos de mão-de-obra e, assim, economizam com gastos relacionados à satisfação dos clientes (SILVA; MARIZ FILHO, 2021).

Souza e Silva (2022) ressaltam que a eficiência do autoatendimento é notável, mas boa parte dos clientes prefere, em questões um pouco mais complexas, ainda que possam ser resolvidas virtualmente, ir à agência para conversar com o gerente. Nesses casos, é essencial investir na qualificação técnica e humana. É nesse caminho que se consagra uma equipe capaz de abastecer os clientes da forma que precisam e, assim, gerar feedbacks positivos.

Friósi et al (2018) destacam que não se trata apenas de apresentar um serviço rápido e eficiente, mas também simples. Nesse cenário, o público jovem, em especial, tem buscado simplicidade no tratamento bancário. Logo, quanto maior o grau de objetividade, maior será o interesse em possuir e divulgar determinada plataforma bancária.

A incessante busca pelo que é mais rápido e prático desafia, constantemente, a equipe tecnológica que capacita os serviços bancários para apresentarem soluções inovadoras e sempre melhores as que foram anteriormente propostas (SILVA; UEHARA, 2019). Na compreensão desses autores, a instalação de máquinas de autoatendimento bancário consistiu na terceira

onda da tecnologia aliada ao setor bancário, porém, o mais desafiador foi tornar culturalmente aceita essa prática.

Magalhães e Anjos (2021) entendem que o mobile banking que, em tradução, significa “banco móvel” traz um grau de flexibilização jamais experimentado, pois as agências físicas possuem horário de funcionamento, já os aplicativos estão sempre disponíveis para inúmeras transações comerciais. Se, antes, o cliente precisava ir ao banco, a proposta, agora, é tornar o banco mais próximo ao consumidor, em uma espécie de “inversão”.

Isto posto, pode-se dizer que as vantagens e desvantagens caminham de forma paralela na questão do autoatendimento bancário. A ideia é que as vantagens, tais como eficiência, agilidade, praticidade e diminuição dos custos superem as desvantagens, que são insegurança digital, desemprego estrutural e desigualdade digital. No entanto, para isso, um conjunto articulado de medida deve ser tomado e merece discussão o grau de eficácia de cada um dos amortecedores.

Apostar em inúmeras funcionalidades para oferecer serviços de máxima qualidade é, sim, uma proposta válida na sociedade atual. Todavia, não se pode achar que apenas existem coisas positivas no avanço tecnológico e, principalmente, na forma de colocar essa tecnologia em movimento.

O homem, criador da tecnologia e detentor do conhecimento que o torna único, deve ser um aliado do avanço dos serviços e produtos, não um concorrente. Por esse ângulo, por mais que sejam visualizados avanços, não é certo que o ser humano seja excluído, mas sim que a tecnologia o sirva (SILVA e MARIZ FILHO, 2021).

2.3 Desvantagens do autoatendimento bancário no Brasil

No que cabe às desvantagens, segundo Masson (2019), o princípio da igualdade, estabelecido no artigo 5º da Constituição Brasileira, não é apenas formalmente interpretado, mas materialmente também. Assim, é dever do poder público implantar estratégias para diminuição da dificuldade entre pessoas que não estão nas mesmas situações. No cenário bancário, o advento da Lei nº 8.116/2018 trouxe preocupação no tocante à inclusão de pessoas com necessidades especiais:

Art. 1º Ficam as instituições financeiras obrigadas a terem um caixa eletrônico adaptado para pessoas com deficiência, com baixa mobilidade e deficientes visuais.
§ 1º As instituições financeiras responsáveis pela instalação dos caixas de autoatendimento bancário nas agências deverão garantir que, pelo menos, um deles

seja adaptado para o uso de pessoas com deficiência física, visual e mobilidade reduzida.” (...)

§ 4º Para atender às necessidades de pessoas com deficiência visual, os caixas adaptados de autoatendimento bancário terão obrigatoriamente:

I – dispositivo sonoro;

II – conector para fone de ouvido;

III – teclado e demais comandos em braile.” (BRASIL, 2018, grifou-se).

Esse dispositivo sustenta a intenção de democratizar o acesso aos bancos, mas não é apenas aos deficientes físicos que essa preocupação se justifica. Siqueira Neto, Barcelos e Costa (2018) apontam que as pessoas de baixa escolaridade e poucos recursos financeiros ficam perdidas nos serviços de aplicativos (apps) bancários, pois não conseguem entender a complexa dinâmica que o envolve. Nesses termos, a ideia é moldar os apps para serem, cada vez mais, intuitivos e acessíveis ao mais variado público.

Amaral e Hennrichs (2016) discorrem que os idosos também constituem um público que necessita de um suporte em relação à modernização dos bancos. Muitos deles não possuem celular ou, se possuem, não conseguem resolver todos os seus problemas por meio do aparelho, falta aptidão para tanto. Ao formar um público tradicional e leigo, normalmente a ida ao banco torna-se a alternativa necessária, então essa questão reforça o investimento em um atendimento humano e humanizado.

Não se pode deduzir que mesmo as pessoas que tenham familiaridade com a tecnologia podem apresentar algumas dificuldades no tocante ao manuseio de aplicativos, haja vista que as interfaces e os recursos podem se diversificar bastante. Nesse sentido, a ideia é deixar as plataformas cada vez mais intuitivas, sugestivas e autoexplicativas, trazendo segurança na administração (SOSTER; SANTOS; MARCOM, 2019).

Apesar dos postos de atendimento físico diminuírem, os bancos ainda precisam de pessoas para assistirem aos vulneráveis socialmente. Em um mundo com tantas desigualdades, a digital não é inexistente, nem menor, sendo esta capaz de vitimar pessoas de diferentes idades, raças, sexo e classes sociais (SILVA e MARIZ FILHO, 2021).

Guedes *et al* (2023) declaram que a maior utilização da internet possibilita crimes e golpes virtuais, tendo os idosos como públicos-alvo. Dessa forma, o mundo digital oferece vantagens e inúmeros riscos também, e esses riscos são mais sentidos por idosos, razão pela qual fomenta-se a necessidade de, em alguma medida, protegê-los e reafirmar políticas de segurança bem como conformidade com as diretrizes da LGPD.

Em relação aos postos de trabalho que são perdidos com o avanço da tecnologia bancária, tem-se o desemprego estrutural. Na visão de Assis (2020), em larga medida, a mão de obra humana é substituída pela eficiência das máquinas e equipamentos, que são

responsáveis por apresentar serviços e produtos mais aprimorados. Há o aspecto social desse contexto que significa lançar ao desemprego pais, mães de família e pessoas que, em geral, possuem responsabilidades dentro de uma estrutura familiar.

Com mais afinco sobre esse conceito, tem-se o desemprego estrutural como resultado da adoção de um modelo automatizado de produção ou de oferecimento de um serviço. Nesse sentido, a proporção que a tecnologia tem alcançado, na vida das pessoas e nas empresas, faz com que alguns postos de trabalho não sejam mais necessários, pois as máquinas conseguem executar as mesmas tarefas em menos tempo e em qualidade superior (GENNARI, 2020).

Posto isso, acredita-se que o desemprego estrutural se conflita com o objetivo de respeitar à preservação empresarial, já que, segundo Negrão (2019), ela consiste em não conceber a atividade empresarial com um conceito ensimesmado, mas, sim, que assume e deve honrar compromissos sociais, tais como a geração de emprego e renda, impostos ao Estado etc.

Pelo nível tecnológico já vivenciado, a tendência, perante o exposto, é que o desemprego estrutural se torne ainda mais comum, embora muito se sustente que a participação humana seja indispensável para agregar mais qualidade ao processo de produção ou oferecimento de serviços, a exemplo dos aplicativos em smartphones.

3 METODOLOGIA

Uma vez que a metodologia científica é reconhecida como o conjunto de procedimentos técnicos que viabiliza a consecução de uma pesquisa científica (GIL, 2022), o desenvolvimento metodológico foi realizado por meio de uma revisão de literatura de forma sistemática, retrospectiva, narrativa, com a abordagem de forma integral dos dados, bem como completa e exploratória dos artigos científicos.

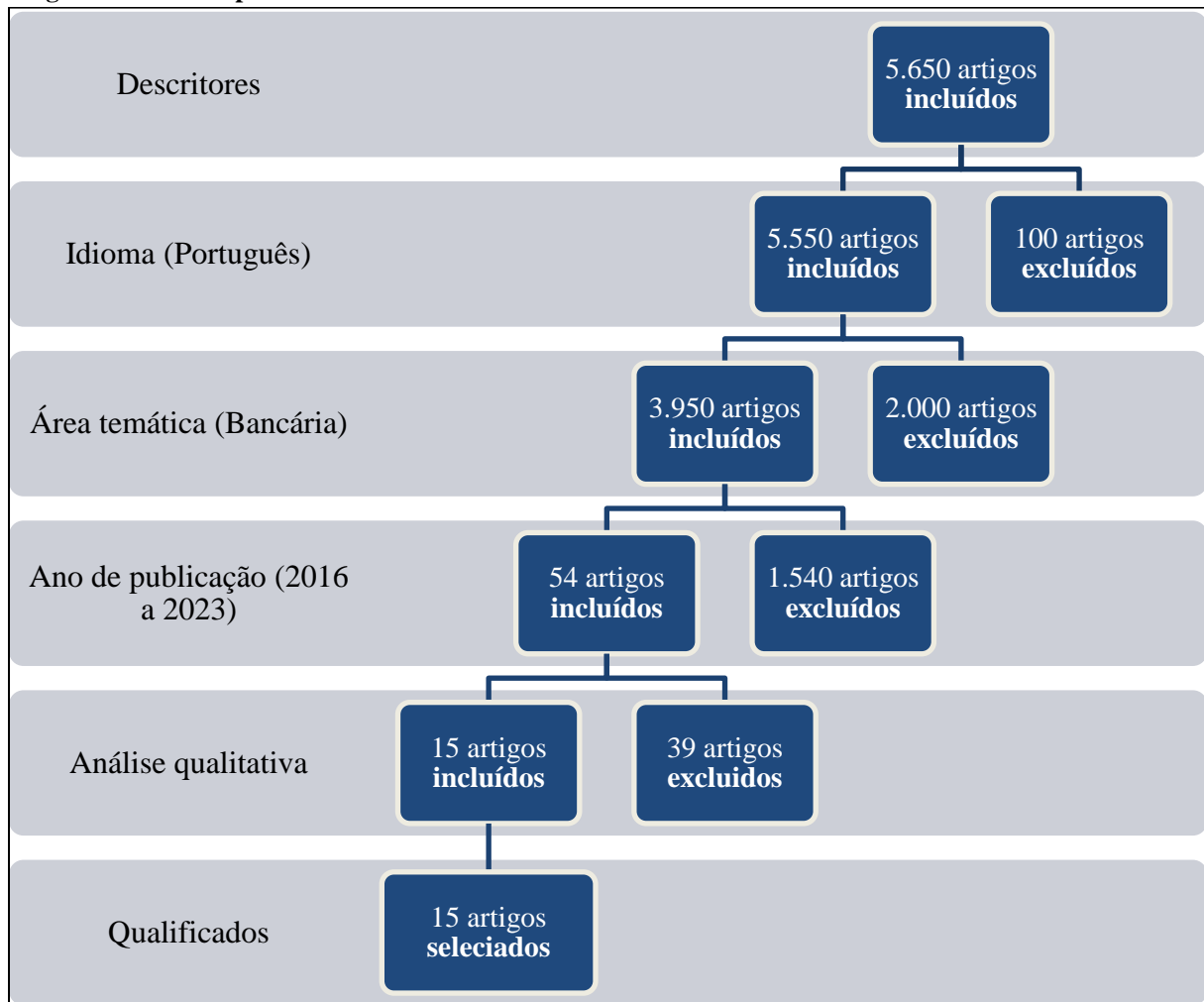
Esta pesquisa foi desenvolvida entre agosto e outubro de 2023. A forma de busca literária utilizada ocorreu por bases de dados científicas específicas: *Scielo (Scientific Electronic Library Online)* e *Google Acadêmico*. Utilizou-se os seguintes descritores de pesquisa cadastrados: “tecnologia”, “vantagens”, “desvantagens”, “autoatendimento”, “banco”.

A partir dos dados encontrados e artigos que foram selecionados, utilizou-se, como critério de inclusão, a escolha de artigos com atributos de artigos originais e revisões. Assim, após essa análise, os artigos não coerentes com a proposta de pesquisa foram removidos do processo de análise. A análise dos artigos foi conduzida por meio da leitura desses a partir dos critérios de inclusão e que se aplicavam ao tema proposto da pesquisa.

Assim, o processo de seleção contou com a análise dos artigos com potencial de eleição, que foram lidos e avaliados de acordo com os critérios de seleção estipulados. Este processo finalizou na identificação de 15 artigos totais para a análise, que se encontravam dentre os critérios de requisitos da pesquisa e estavam relacionados ao objetivo final deste estudo, de demonstrar, por meio de uma revisão de literatura sistemática, as vantagens e desvantagens do autoatendimento bancário no Brasil, conforme pode se ver no Quadro 1.

Além disso, utilizou-se, como critérios de exclusão, os descritores, o idioma, a área temática, a análise qualitativa e a duplicidade nas bases de dados. Também se utilizou, como critério de inclusão, aqueles artigos publicados entre os anos de 2016 e 2023, por serem materiais mais recentes conforme Diagrama 1.

Diagrama 1 – Metodologia empregada para a execução da análise dos critérios de inclusão e exclusão dos artigos selecionados por meio da revisão de literatura sistemática



Quadro 1 – Artigos selecionados nas bases de dados do Google Acadêmico

Autor, ano.	Artigo	Objetivos	Resultados e Conclusões
Amaral e Hennrichs, 2016	Artigo: Avaliação da Usabilidade de Interfaces de Autoatendimento Bancário.	Acessibilidade das interfaces bancárias.	Adultos e idosos possuem maior dificuldade em manusear os recursos bancários virtuais do que os jovens.
Conde e Graciano, 2016	Artigo: Autoatendimento bancário e o cliente.	Autoatendimento bancário.	Facilidades promovidas pelo atendimento em aplicativos.

Autor, ano.	Artigo	Objetivos	Resultados e Conclusões
Friósi et al, 2017.	Artigo: Análise exploratória da inovação bancária brasileira e as tendências para o setor.	Inovação no setor bancário.	Os bancos estão se aperfeiçoando para oferecer a melhor tecnologia possível.
Rosa, Casagrande e Spinelli, 2017	Artigo: A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor.	Marketing digital e consumidor.	As novas tecnologias fazem com que consumidores se sintam impactados e consumam os serviços produtos oferecidos.
Siqueira Neto, Barcelos e Costa, 2018.	Artigo: Perspectivas e percepções da inovação no mercado dos aplicativos bancários.	Bancos e atendimento remoto	O objetivo é agregar, sempre, mais serviços aos aplicativos bancários e melhorar os que já estão disponíveis.
Davies e Oliva, 2019.	Artigo: O marketing pessoal dos influenciadores digitais.	Marketing pessoal e influenciadores digitais.	O papel da imagem dos influenciadores na venda de produtos e serviços é relevante.
Silva e Uehara, 2019.	Artigo: A evolução da tecnologia digital: seus impactos no setor bancário.	Tecnologia e serviços bancários.	Para agradar cada vez mais ao perfil exigente dos clientes, os bancários têm investido em tecnologia para tornar os serviços cada vez mais rápidos.
Cardoso Júnior, 2019.	Artigo: A importância do marketing digital para pequenas empresas: uma revisão integrativa.	Marketing nos pequenos empreendimentos.	Os serviços de marketing são essenciais para promoção da venda de bens e serviços.

Autor, ano.	Artigo	Objetivos	Resultados e Conclusões
Carvalho e Neves, 2020.	Artigo: Negociação de Créditos por Sociedade de Fomento Mercantil (faturizadora), Sociedade de Crédito Direto (fintech de mútuo) e Empresa Simples de Crédito (ESC): regulação estatal e atuação do Banco Central do Brasil.	Banco Central.	A importância do Banco Central para as finanças refere-se à padronização quanto aos mecanismos de recebimento do valor.
Silva Júnior, Galvão e Matias 2020.	Artigo: Percepção do nível de satisfação com os serviços bancários.	Identificar os pontos de satisfação e de melhoria com os serviços bancários.	Deve ser aprimorado o serviço de marketing, concessão de linhas de crédito e empréstimos. A praticidade e agilidade, via autoatendimento, é motivo de elogios.
Nascimento, 2020.	Artigo: Contas digitais: a revolução do sistema bancário e a percepção dos serviços pela sociedade.	Bancos digitais.	Criação de agências digitais e praticidade no momento de resolver qualquer entrave bancário. Ausência de taxas, comodidade e rapidez no atendimento.
Machado e Côrtes, 2020.	Artigo: O direito fundamental à proteção em face à automação e a indústria 4.0.	Automação produtiva.	Exalta que os direitos trabalhistas e a dignidade do trabalhador são essenciais, quando comparados ao avanço tecnológico.
Magalhães e Anjos, 2021.	Artigo: Perspectivas no uso do mobile banking.	Mobile Banking.	Resolução de pendências bancárias, por meio de “bancos móveis”, ou seja, aplicativos criados para essa finalidade.

Autor, ano.	Artigo	Objetivos	Resultados e Conclusões
Silva e Mariz Filho, 2021.	Artigo: Uma análise dos métodos ágeis e sua importância no processo de transformação dos bancos tradicionais.	Fidelização dos clientes bancários.	Existem técnicas que fazem com que os clientes se tornem fidelizados a determinados bancos: isso ocorre com a tecnologia, por meio das metodologias ágeis.
Macedo, Silva e Spaziani, 2022.	Artigo: Automação na linha de produção industrial.	Automação industrial.	Promove vantagens como economia de custos, agilidade e eficiência produtiva, além de satisfação aos clientes.

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Os artigos analisados abordam diversos aspectos relacionados ao setor bancário e suas interações com a tecnologia, marketing e satisfação do cliente. De forma geral, os textos destacam a importância da acessibilidade e da inovação tecnológica para melhorar a experiência do usuário, facilitando o acesso a serviços bancários através de aplicativos e outras plataformas digitais.

Além disso, discutem a relevância do marketing digital e dos influenciadores na promoção de produtos e serviços bancários, bem como a necessidade de fidelizar clientes através de metodologias ágeis e inovadoras. Há também uma preocupação com a questão dos direitos trabalhistas e a dignidade do trabalhador frente ao avanço tecnológico e a automação produtiva.

4 DISCUSSÃO

De acordo com os 15 (quinze) artigos extraídos, algumas discussões são necessárias de modo a aproximar o conteúdo ou complementar, caso assim seja necessário. Na visão de Amaral e Hennrichs (2016), a interface dos bancos deve ser a mais fácil possível para manuseio e por isso, adaptada às ambições das pessoas, especialmente as que forem idosas e deficientes.

Conde e Graciano (2016) concordam com a ideia anteriormente mencionada e informam que o processo de automação que autoriza o autoatendimento bancário não deve ser tão desigual a ponto de excluir a participação de pessoas. Existem, sim, as vantagens, tais como facilidade, economia, praticidade e comodidade, mas, pessoas com alguma deficiência ou idosas também têm de ocupar algum papel nesse cenário.

O diálogo entre esses dois autores confirma com o princípio da igualdade material, tratado por Masson (2019). Sob os contornos de um Estado Democrático de Direito, deve-se abraçar à pluralidade e estabelecer mecanismos inclusivos. A ideia desta pesquisa, com revisão de literatura bibliográfica sistemática, não impede o diálogo com legislações, inclusive, então é oportuno destacar que a Lei 8116|2018 reforça o que os autores defendem quanto à matéria de inclusão social bancária.

A divulgação e democratização dos serviços bancários não acontece sem qualquer esforço. É por isso que os autores Rosa, Casagrande e Spinelli (2017), Davies e Oliva (2019) e Cardoso Júnior (2019) concordam que o marketing seja um caminho estratégico para melhorar as vendas empresariais. Há, nesse caso, a possibilidade de contratação de influenciadores digitais para impulsionar o consumo das linhas de crédito, por exemplo, o que gera recursos para o banco.

Ainda com base no pensamento dos autores citados anteriormente, o marketing não serve apenas para enfatizar o preço dos produtos ou serviços, mas o valor existente, pois é isso que pode garantir alguma vantagem competitiva. Magalhães e Anjos (2021) em concordância com Siqueira Neto, Barcelos e Costa (2022) defendem que os bancos no formato digital ou móvel agregaram valor às relações econômicas, pois permitiram dinamicidade, mas cabem às empresas buscarem, sempre, novas formas de garantir a estabilidade no mercado.

Friósi *et al* (2017) têm pensamento comum ao que explicam Macedo, Silva e Spaziani (2022) referente ao avanço tecnológico. No caminhar dos assuntos explicados por esses autores, apenas o aprimoramento das tecnologias é capaz de garantir aos serviços empresariais, no caso dos bancos, o grau de rentabilidade e satisfação aos clientes.

Concordam com essa abordagem, os autores Machado e Côrtes (2020), mas esses últimos analisam que é necessário dar ao trabalhador, diante de um complexo nível tecnológico, alguma credibilidade e, principalmente, alguma segurança frente ao desemprego estrutural.

Nascimento (2020) em conjunto com Silva e Mariz Filho (2021) escreve que as contas digitais, criadas em bancos digitais, são formas modernas e práticas de pensar a tendência tradicional bancária que é pautada na agência física, horários rígidos de funcionamento entre outros. Silva e Uehara (2019) agregam, a esse assunto, que as contas digitais foram pensadas após muitos investimentos em tecnologia de ponta, então a proposta é tornar essas contas cada vez mais consoantes aos objetivos comuns.

É válido ressaltar a importância do marketing digital e do papel dos influenciadores digitais no setor bancário, conforme apontado por Rosa, Casagrande e Spinelli (2017) e Cardoso Júnior (2019). Essa estratégia de marketing não se limita apenas a atrair novos clientes, mas também serve como um meio de educar o público sobre os serviços bancários disponíveis e como utilizá-los de forma eficaz. Além disso, a presença online dos bancos é uma ferramenta vital para alcançar uma gama mais ampla de clientes, especialmente aqueles que são mais propensos a usar serviços bancários digitais.

Outro ponto que merece destaque é o papel dos bancos digitais e contas digitais na transformação do setor bancário, conforme discutido por Nascimento (2020) e Silva e Mariz Filho (2021). Essa mudança representa um afastamento dos métodos tradicionais de banco e uma adaptação às necessidades e expectativas dos consumidores modernos. A praticidade e a flexibilidade oferecidas pelos bancos digitais são uma resposta direta à demanda por serviços bancários que se integrem facilmente ao estilo de vida digital dos consumidores de hoje.

Além disso, é crucial considerar a importância da segurança e conformidade legal no setor bancário. Conforme apontado por Carvalho e Neves (2020), os bancos devem aderir aos regulamentos estabelecidos pelo Banco Central para garantir a segurança e proteção dos consumidores. Da mesma forma, Silva Júnior, Galvão e Matias (2020) enfatizam a necessidade de os bancos investirem em medidas de segurança robustas para proteger as informações e os ativos dos clientes.

Diante disto, conforme se apresenta no Quadro 2, a literatura aponta que o desenvolvimento e implementação de tecnologias no setor bancário têm trazido diversas vantagens, como a facilitação promovida pelo autoatendimento em aplicativos, a inovação tecnológica para aprimorar serviços, a utilização de influenciadores digitais para impulsionar o consumo, a praticidade e rapidez proporcionadas pelos bancos digitais, bem como a economia de custos, agilidade e eficiência produtiva advindas da automação industrial.

Quadro 2 – Vantagens e desvantagens do autoatendimento bancário encontrados na literatura

(Des)Vantagens	Descrição	Autor
Vantagem	Facilidades promovidas pelo autoatendimento em aplicativos bancários.	Conde e Graciano (2016)
Vantagem	Inovação tecnológica para oferecer melhores serviços aos clientes.	Friósi et al (2017)
Vantagem	Uso de influenciadores digitais para impulsionar o consumo de serviços e produtos bancários.	Cardoso Júnior (2019)
Vantagem	Bancos digitais proporcionam praticidade e rapidez no atendimento, além de ausência de taxas.	Silva e Mariz Filho (2021)
Vantagem	Automação industrial traz economia de custos, agilidade e eficiência produtiva.	Macedo, Silva e Spaziani (2022)
Desvantagem	Adultos e idosos possuem dificuldade em manusear recursos bancários virtuais.	Amaral e Hennrichs (2016)
Desvantagem	A automação pode resultar em desemprego estrutural.	Machado e Côrtes (2020)
Desvantagem	Necessidade de garantir segurança e conformidade legal no setor bancário.	Carvalho e Neves (2020)
Desvantagem	A interface dos bancos pode ser complicada para pessoas com deficiência.	Masson (2019)
Desvantagem	A transformação digital pode causar exclusão de pessoas que não têm acesso à tecnologia.	Barbosa (2023)

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

No entanto, também existem desvantagens associadas a esse processo, tais como as dificuldades enfrentadas por adultos e idosos no manuseio de recursos bancários virtuais, o risco de desemprego estrutural devido à automação, a necessidade de garantir segurança e conformidade legal, as complicações que podem surgir para pessoas com deficiência na interface dos bancos, além da possibilidade de exclusão de indivíduos sem acesso à tecnologia.

Assim, a tecnologia deve ser usada de maneira ética e responsável para garantir que beneficie tanto os consumidores quanto os trabalhadores do setor. Faz-se essencial abordar o impacto da automação e da tecnologia no setor bancário. Como discutido por Machado e Côrtes

(2020), a automação pode resultar em desemprego e, portanto, é necessário encontrar um equilíbrio entre o avanço tecnológico e a proteção dos direitos dos trabalhadores.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa científica é dividida em três sessões sendo que o último tem um subtópico. Na primeira parte do referencial teórico, tem-se a revolução industrial como um marco histórico para a adoção de medidas tecnológicas no processo produtivo. No campo de trabalho nas indústrias, muitas atividades foram substituídas por máquinas, pois essas apresentavam resultados mais satisfatórios.

Mesmo assim, os empregos disponíveis nas fábricas atraíam muitas pessoas que, inclusive, saíam do campo para a cidade em busca de melhores condições de vida. Todavia, a cidade não tinha como abrigar, dignamente, o fluxo contínuo de pessoas, então isso gerou alguns problemas de ordem social e política.

Um dos reflexos visíveis da revolução industrial é a automação da produção: aplicar mecanismos tecnológicos no processo de produção e divulgação dos produtos e serviços, além da produção em série. Ou seja, vários produtos são fabricados em um curto espaço de tempo, resultado esse que se deve à tecnologia, não sendo possível observar pela força humana.

A IA, nos tempos presentes, no que traz ao processo de produção, é uma tecnologia que muito se aproxima ao potencial humano, porém com um grau de execução superior. De todo modo, sem a tecnologia como ferramenta essencial às empresas, não seria possível, por exemplo, o sistema de home office, na pandemia, para garantir a comunicação entre os diversos setores de uma mesma organização empresarial e, nessa perspectiva, continuar a produtividade.

Assim, os bancos também buscam superar as expectativas tecnológicas e, constantemente, fazem com que os clientes tenham um atendimento personalizado a fim de se tornarem fiéis. A tecnologia, nesse sentido, busca não só facilitar o relacionamento entre bancários e consumidores, mas, também, fazer com que os serviços bancários sejam um destaque para o cliente.

Na segunda sessão, escreve-se sobre a importância dos bancos. De forma resumida, os bancos exercem uma função em relação aos clientes que é guardar e/ou investir o dinheiro confiado, amparar dívidas, nos casos dos empresários que desejam recuperar seus empreendimentos e continuarem a honrar a função social de suas atividades, e conceder linhas de crédito aos que precisarem.

Por essa razão, os bancos precisam continuar suas existências, pois cumprem inúmeras funções sociais do desenvolvimento nacional e econômico. A evolução tecnológica já permite

bancos e agências virtuais, ou seja, existem bancos criados para o funcionamento digital e isso não anula que existam os físicos.

Sob o ponto de vista das vantagens, os bancos digitais oferecem taxas menores ou nulas, além da comodidade que os usuários possuem de não precisar realizar qualquer deslocamento para atividades tipicamente bancárias.

O funcionamento bancário é de responsabilidade do Banco Central, uma instituição que zela pela prevenção e repressão aos crimes financeiros, valorização da moeda etc. Cabe ao BC, inclusive, estabelecer as estratégias que sejam consideradas essenciais para tornar as transações bancárias cada vez mais seguras.

Um dos desafios dos bancos é investir na segurança digital, pois os dados dos consumidores são disponibilizados e isso facilita a atuação de *hackers*. Biometria, reconhecimento facial etc. são algumas das providências tomadas para personalizar o atendimento, mas ainda não impedem a concretização de danos.

Quanto às vantagens e desvantagens do autoatendimento, que é a parte moderna do atendimento bancário, e em resposta à pergunta inicial, têm-se as seguintes vantagens: eficiência, praticidade, redução de gastos e agilidade. O consumidor não precisa ir a local algum, basta acessar ao aplicativo ou ir a uma máquina de autoatendimento, sem precisar enfrentar filas, entre outros.

Como desvantagens, a desigualdade digital se apresenta a partir da assimetria do acesso aos recursos, pois pessoas com menos escolaridade e mais idade não conseguem, muitas vezes, saber o básico de tecnologia para acessar sites com responsabilidade e segurança. Muito se fala em desigualdade social, mas há, dentro dela, a desigualdade digital a ser minimizada crescentemente.

Pessoas com necessidades especiais e idosos também não podem ser excluídos, então deve haver uma proposta com interfaces mais simples e intuitivas de manuseio. O desemprego estrutural representa um outro prejuízo advindo do autoatendimento, pois funcionários perdem empregos para que os bancários consigam maiores lucros, com a implantação da tecnologia.

REFERÊNCIAS

AHLERT, Betina; SANTOS, Silvana. Reforma trabalhista e questão social as relações trabalhistas em decadência. **Revista direitos, trabalho e política social**. v.9, n.16, 2023. Disponível em <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/rdtps/article/view/13326>. Acesso em 07 ago. 2023.

ALVES, Antônio. Reflexões filosóficas sobre inteligência artificial. **Revista Paranaense de Filosofia**. v. 3 n. 1, 2023. Disponível em <https://periodicos.unespar.edu.br/index.php/rpfilo/article/view/7822>. Acesso em 07 ago. 2023.

AMARAL, Franciele; HENNRICHS, Jean Carlos. Avaliação da Usabilidade de Interfaces de Autoatendimento Bancário. **Anais SULCOMP**. v. 8, 2016. Disponível em <https://www.periodicos.unesc.net/ojs/index.php/sulcomp/article/view/3125>. Acesso em 07 ago. 2023.

ASSIS, Tiago. A crise estrutural do desemprego e a reforma trabalhista neoliberal do brasil. **Scientia**. v. 5 n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.homologacao.revistas.uneb.br/index.php/scientia/article/view/8598>. Acesso em 07 ago. 2023.

BARBOSA, Carlos Roberto. **Guia prático para a categorização da Metodologia do Trabalho de Conclusão de Curso de graduação**. Uiclap: São Paulo, 2023.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da União**: Brasília, 05 out. 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 07 ago. 2023.

BRASIL. Decreto-lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940. **Institui o Código Penal**. Diário Oficial da União: Brasília, 07 dezembro de 1940. Disponível em <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/91614/codigo-penal-decreto-lei-2848-40>. Acesso em 07 ago. 2023.

BRASIL. Lei 14.478, de 21 de dezembro de 2022. **Dispõe sobre diretrizes a serem observadas na prestação de serviços de ativos virtuais e na regulamentação das prestadoras de serviços de ativos virtuais (...)**. Diário Oficial da União: Brasília, 21 dezembro de 2022. Disponível em <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/1729022247/lei-14478-22>. Acesso em 07 ago. 2023.

BRASIL. Lei do Colarinho Branco | Lei no 7.492, de 16 de junho de 1986. **Define os crimes contra o sistema financeiro nacional, e dá outras providências**. Diário Oficial da União: Brasília, 16 jun. 1986. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/legislacao/110242/lei-do-colarinho-branco-lei-7492-86>. Acesso em 07 ago. 2023.

BRASIL. Lei nº 8116 de 25 de setembro de 2018. **Altera a Lei nº 3.898, de 19 de julho de 2002, para obrigar as instituições financeiras localizadas no estado do Rio de Janeiro a dispor de um caixa eletrônico adaptado para pessoas com deficiência física, com mobilidade reduzida, deficiência visual.** Diário Oficial da União: Brasília, 25 set. 2018. Disponível em <https://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/630403801/lei-8116-18-rio-de-janeiro-rj>. Acesso em 07 ago. 2023.

BRASIL. PL 21|20. **Estabelece fundamentos, princípios e diretrizes para o desenvolvimento e a aplicação da inteligência artificial no Brasil; e dá outras providências.** Diário Oficial da União: Brasília, 02 jul. 2020. Disponível em <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2236340>. Acesso em 29 nov. 2023.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo; SOUZA, José Jullian. O arquivamento da memória televisiva em plataformas de aplicativos digitais. **RuMoRes**. v.14, n.28, 2020. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/166502>. Acesso em 29 nov. 2023.

CARDOSO JÚNIOR, Elias. A importância do marketing digital para pequenas empresas: uma revisão integrativa. **Revista Interdisciplinar do pensamento científico**. v.5, n.4, 2019. Disponível em <http://reinpec.cc/index.php/reinpec/article/view/371>. Acesso em 07 ago. 2023.

CARVALHO, Fernanda; NEVES, Rubia. Negociação de Créditos por Sociedade de Fomento Mercantil (faturizadora), Sociedade de Crédito Direto (fintech de mútuo) e Empresa Simples de Crédito (ESC): regulação estatal e atuação do Banco Central do Brasil. **Revista da Procuradoria-Geral do Banco Central**. v.14, n.1, 2020. Disponível em <https://revistapgbcbcb.gov.br/revista/article/view/1056>. Acesso em 07 ago. 2023.

CONDE, Cláudia; GRACIANO, Guilherme Vinícius. Autoatendimento bancário e o cliente. **Caderno Científico UNIFAGOC de Graduação e Pós-Graduação**. v.1, n.1, 2016. Disponível em <https://revista.unifagoc.edu.br/index.php/caderno/article/view/109>. Acesso em 07 ago. 2023.

COSTA, Leandro; BOTELHO, Nara. Aplicativos móveis e a saúde pública brasileira: uma revisão integrativa. *Conhecimento Online*. v. 3, 2020. Disponível em <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistaconhecimentoonline/article/view/2144>. Acesso em 29 nov. 2023.

DAVIES, Flávia Rafaela; OLIVA, Rodrigo. O marketing pessoal dos influenciadores digitais. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**. v. 20 n. 1, 2019. Disponível em <https://ojs.revistasunipar.com.br/index.php/empresarial/article/view/6942>. Acesso em 07 ago. 2023.

FREIRE, Vanessa. O trabalhador e a sua luta na revolução industrial inglesa – 1760 a 1895. **Revista Eletrônica Gestão & Tecnologia**. v. 1 n. 34, 2022. Disponível em <https://www.faculdadedelta.edu.br/revistas3/index.php/gt/article/view/109>. Acesso em 07 ago. 2023.

FRIÓSI, Joseane *et al.* Análise exploratória da inovação bancária brasileira e as tendências para o setor. **Revista Gestão Empresarial – RGE**. v. 1 n. 1, 2017. Disponível em <https://periodicos.ufms.br/index.php/disclo/article/view/5225>. Acesso em 07 ago. 2023.

GENNARI, Adilson. Brasil: crise estrutural, pandemias, políticas sociais e a dura realidade conjuntural. **Fim do Mundo**. n. 03, 2020. Disponível em <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/RFM/article/view/10664>. Acesso em 29 nov. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

GUEDES, Matheus et al. Crimes e golpes virtuais: desafios enfrentados pelos idosos na era tecnológica. **Observatorio de La Economía Latinoamericana (OLEL)**. v. 21, n.9, 2023. Disponível em <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/1293>. Disponível em 29 nov. 2023.

MACEDO, Jonieder; SILVA, Tales; SPAZIANI, Luis Carlos. Automação na linha de produção industrial. **Anais do fórum de iniciação científica do unifunec**. v. 13 n. 13, 2022. Disponível em <https://seer.unifunec.edu.br/index.php/forum/article/view/5876>. Acesso em 07 ago. 2023.

MACHADO, Luciana; CÔRTEZ, Priscila. O direito fundamental à proteção em face à automação e a indústria 4.0. **Revista Relações Internacionais do Mundo Atual**. v. 1, n. 26, 2020. Disponível em <http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RIMA/article/view/3996>. Acesso em 07 ago. 2023.

MAGALHÃES, Cairo; ANJOS, Mayara. Perspectivas no uso do *mobile banking*. **Revista GeTeC**. v. 10 n. 32, 2021. Disponível em <https://www.revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/2578>. Acesso em 07 ago. 2023.

MASSON, Nathália. **Manual de Direito Constitucional**. 7. ed. JusPODIVM: São Paulo, 2019.

NASCIMENTO, Grasielle Augusta; CREADO, Raíssa. O direito à desconexão no período de home office: análise dos impactos da quarentena pelo covid-19 na saúde do trabalhador. **Revista Direito UFMS**. v. 6 n. 1, 2020. Disponível em <https://periodicos.ufms.br/index.php/revdir/article/view/10040>. Acesso em 07 ago. 2023.

NASCIMENTO, Hérica Henrique. Contas digitais: a revolução do sistema bancário e a percepção dos serviços pela sociedade. **Revista Valore**. v. 5, 2020. Disponível em <https://valore.homologacao.emnuvens.com.br/valore/article/view/862>. Acesso em 07 ago. 2023.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de DIREITO EMPRESARIAL**. 9. ed. Saraiva: São Paulo, 2019.

PASQUINI, Nilton César. Revoluções Industriais: uma abordagem conceitual. **Revista Tecnológica da Fatec Americana**. v. 8 n. 01, 2020. Disponível em <https://www.fatec.edu.br/revista/index.php/RTecFatecAM/article/view/235>. Acesso em 07 ago. 2023.

PONTES, Alexandre; HIRATA, Larissa; NEVES, Denise. O Home Office na pandemia de Covid-19: uma perspectiva da eficiência dos profissionais de Tecnologia da Informação. **Revista Fatec Zona Sul**. v.7, n.5, 2021. Disponível em <https://www.revistarefas.com.br/RevFATECZS/article/view/429>. Acesso em 07 ago. 2023.

ROSA, Renato; CASAGRANDA, Yasmin; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. **Revista de Tecnologia Aplicada**. v. 6, n. 2, 2017. Disponível em <http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RTA/article/view/1044>. Acesso em 07 ago. 2023.

SANTA CRUZ, André. **Direito Empresarial**. 9. ed. v. único. Método: São Paulo, 2019.

SILVA JÚNIOR, Valdir Freancisco; GALVÃO, Henrique; MATIAS, Nelson. Percepção do nível de satisfação com os serviços bancários. **Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia**. v. 4 n. 1, 2020. Disponível em <https://www.fateccruzeiro.edu.br/revista/index.php/htec/article/view/135>. Acesso em 07 ago. 2023.

SILVA, Jéssica; MARIZ FILHO, Marcus Vinicius. Uma análise dos métodos ágeis e sua importância no processo de transformação dos bancos tradicionais. **Boletim do Gerenciamento**. v.22, n.22, 2021. Disponível em <https://nppg.org.br/revistas/boletimdoGerenciamento/article/view/473>. Acesso em 07 ago. 2023.

SILVA, Norma Lúcia; UEHARA, Milton. A evolução da tecnologia digital: seus impactos no setor bancário. **Revista Enciclopédia Biosfera**. v. 16 n. 29, 2019. Disponível em <https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/343>. Acesso em 07 ago. 2023.

SILVA, Rosa Jussara. Reflexões acerca do trabalho home office ocasionado pela pandemia da covid-19. **Humanidades e tecnologia (FINOM)**. v. 25, n.1, 2020. Disponível em http://revistas.icesp.br/index.php/FINOM_Humanidade_Tecnologia/article/view/1293. Acesso em 07 ago. 2023.

SIMÕES, Lorena; PEDROSA, Lucas. Os benefícios da digitalização dos serviços bancários. **Interface Tecnológica**. v.19, n.2, 2022. Disponível em <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1437>. Acesso em 29 nov. 2023.

SIQUEIRA NETO, Antônio; BARCELOS, Marco Túlio; COSTA, Danilo. Perspectivas e percepções da inovação no mercado dos aplicativos bancários. **Revista Desafio Online**. v. 6 n. 1, 2018. Disponível em <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/3867>. Acesso em 07 ago. 2023.

SOSTER, Daiana; SANTOS, Marilete; MARCOM, Jacinta Lúcia. O uso do aplicativo de autoatendimento comercial via internet pelos idosos no município de São Lourenço do Oeste. **Instituto Federal Santa Catarina**. Disponível em <https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/1921>. Acesso em 29 nov. 2023.

SOUZA, Charleston; SILVA, Bruna. Estudo do comportamento dos clientes em relação ao autoatendimento bancário em Ituaçu|MG. **Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro**. v.2, n.1, 2022. Disponível em <https://revista.unipacto.com.br/index.php/multidisciplinar/article/view/940>. Acesso em 07 ago. 2023.

UNES, Bárbara; CAMIOTO, Flávia; GUERREIRO, Érico Daniel. Fatores relevantes para a fidelização de clientes no setor bancário. **Gestão e produção**. v.26, n.2, 2019. Disponível em <https://www.scielo.br/j/gp/a/9WJcFswV4TfMv43tD3JTqjP/#>. Acesso em 07 ago. 2023.