

Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Márcia Raquel Mendes Freitas

**Inovação do setor bancário português: uma
análise ao crescimento das *fintech* em Portugal**



Universidade do Minho

Escola de Economia e Gestão

Márcia Raquel Mendes Freitas

**Inovação do setor bancário português: uma
análise ao crescimento das *fintech* em
Portugal**

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Economia Monetária Bancária e Financeira

Trabalho efetuado sob a orientação da

**Professora Doutora Natália Maria Sá Figueiredo
Pimenta Monteiro** e

**Professora Doutora Eliana Guimarães Nogueira
Marcelino**

Outubro 2023

Direitos de autor e condições de utilização do trabalho por terceiros

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações
CC BY-NC-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Agradecimentos

A presente dissertação de mestrado foi fruto do esforço pessoal e do trabalho desenvolvido, no entanto foram relevantes para a sua concretização pessoas que merecem um agradecimento especial.

À professora doutora Natália Pimenta Monteiro e à professora Eliana Guimarães Marcelino pela orientação, suporte e disponibilidade que demonstraram em todos os momentos de dificuldade e ao longo de todo o percurso.

Aos meus pais, à minha irmã e ao meu namorado por apoiarem os meus sonhos e ambições, por estarem sempre presentes quando mais preciso, por acreditarem nas minhas capacidades mais do que eu própria e por me incentivarem ao longo de todo o percurso.

Por fim, agradeço a todos os meus familiares, colegas de trabalho e amigos que de certa forma fizeram parte deste percurso e me proporcionaram o apoio necessário.

Muito obrigada.

Declaração de integridade

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Resumo

A crise financeira de 2008 revelou falhas desconhecidas que existiam no sistema financeiro e desencadeou um clima de incerteza e desconfiança em relação às instituições financeiras ditas “tradicionais”. Estas falhas abriram portas para que novos operadores, como as *fintech*, ingressassem no mercado, oferecendo produtos e serviços financeiros inovadores que revolucionaram o sistema financeiro e suscitaram o interesse de novos utilizadores.

As *fintech* estão a introduzir serviços financeiros inovadores suportados em novas tecnologias e Portugal tem-se consolidado como um importante *hub* tecnológico.

Assim, foi desenvolvido um estudo de modo a perceber de que forma a população portuguesa está receptiva a esta nova forma de relacionamento entre o banco e o cliente, que passou a ser mediada pelas tecnologias da informação e da comunicação, bem como o impacto que o crescimento das *fintech* tem na banca e como estes *players* se posicionam no mercado. Esta tema está muito presente no dia-a-dia, tanto para os recém-chegados (*fintech*), é um mundo novo como para os incumbentes (bancos) é o lidar com novos desafios.

Com base na informação da análise efetuada, os resultados sugerem que clientes estão receptivos à transformação digital e com forte propensão de ver a sua relação com o banco modificada e mais assente em plataformas digitais, essencialmente devido à redução dos custos e à comodidade e simplicidade no processamento de operações. Apesar de se ter constatado que existe ainda um desconhecimento grande sobre *fintech*, cerca de metade dos inquiridos em estudo ponderam aderir a serviços *fintech* no futuro. Outra análise registada, é que o atendimento personalizado (entenda-se presencial), foi o motivo mais citado para a não utilização dos serviços financeiros online. Este é um tema que as *fintech* têm de enfrentar face à ausência de balcões físicos e que se torna uma vantagem para os bancos.

Assim, a banca tem um desafio pela frente e no futuro será o resultado da sinergia entre os pontos fortes de bancos tradicionais e das *fintech*. Esta relação é muito promissora e será cada vez mais necessária para o sucesso de ambas as partes.

Palavras-Chave: Banca, Inovação, *Fintech*, Transformação Digital

Abstract

The 2008 financial crisis revealed previously unknown flaws in the financial system, creating an atmosphere of uncertainty and mistrust towards so-called "traditional" financial institutions. These gaps provided opportunities for new players, such as fintech companies, to enter the market as providers of innovative financial products and services that revolutionized the system and piqued the interest of costumers.

Fintech companies offer innovative financial services through new technologies, and Portugal has been transforming into an important technological hub.

Therefore, the present study was conducted to understand how the Portuguese population is receptive to this new form of interaction between the bank and the customer, which is now mediated by information and communication technologies. The study also addresses the impact of the fintech industry's growth on traditional banking and how these players position themselves in the market. This topic is relevant in daily life, both for newcomers (fintech companies) as they navigate a new world, and for incumbents (banks) as they deal with new challenges.

Based on the analysis, the results suggest that customers are open to digital transformation and are highly inclined to see their relationship with the bank transformed, relying more on digital platforms. This shift is primarily due to cost reduction, convenience, and simplicity in processing transactions. Even though there is still a significant lack of awareness about fintech, about half of the survey respondents are considering using fintech services in the future. Another notable finding is that personalized (in-person) service was the most cited reason for not using online financial services. This is a challenge that fintech companies have due to their absence of physical branches, which remains an advantage for traditional banks.

The banking sector faces a challenge, and the future will depend on the synergy between the strengths of traditional banks and fintech companies. This relationship holds great promise and will become increasingly necessary for the success of both parties.

Keywords: Banking, Digital Transformation, Fintech, Innovation

Índice

Índice de gráficos	viii
Índice de tabelas	ix
Índice de figuras	x
Lista de siglas e abreviaturas	xi
1. Introdução.....	1
2. <i>Fintech</i>	3
2.1 Conceito e vantagens.....	3
2.2 Distinção entre <i>fintech</i> e banca tradicional	5
3. Implementação das <i>fintech</i> no setor financeiro	8
3.1 A transformação digital	8
3.2 Entraves à inovação.....	10
4. Impacto das <i>fintech</i> no setor financeiro.....	14
4.1 Complementaridade ou substituição?	14
4.2 Futuro do setor bancário.....	16
5. Crescimento das <i>fintech</i>	20
5.1 Em Portugal	20
5.2 Índice de adoção de serviços prestados pelas <i>fintech</i>	22
6. Metodologia.....	24
6.1 Questionário.....	25
6.2 Caracterização da amostra	26
6.2.2 Informação sociodemográfica	26
6.2.2 Informação sobre o rendimento	27
7. Análise dos resultados.....	28
7.1 Envolvimento nos canais digitais da banca	29
7.2 As <i>fintech</i> e a pandemia	34
7.3 O Futuro das <i>fintech</i>	42
8. Conclusão	47
Referências bibliográficas	49

Índice de gráficos

Gráfico 1 – Fintech: barreiras à inovação digital e tecnológica nos serviços financeiros	11
Gráfico 2 – Ações para fazer face aos impedimentos legais ou regulatórios à inovação	11
Gráfico 3 – Rendimento bruto anual (em euros) dos Inquiridos.....	27
Gráfico 4 - N° de instituições financeiras onde os inquiridos possuem conta	28
Gráfico 5 - Frequência de visita ao balcão	29
Gráfico 6 - Incidência na utilização de meios digitais	29
Gráfico 7 - Frequência de acesso a serviços financeiros através da internet	30
Gráfico 8 - Grau de satisfação em relação aos canais digitais do seu banco	31
Gráfico 9 - Percentagem de clientes de fintech	34
Gráfico 10 - Fintech	35
Gráfico 11 – Operações realizadas nas fintech	37
Gráfico 12 – Distribuição dos fatores de influência para adesão de serviços fintech	38
Gráfico 13 - Grau de satisfação geral.....	41
Gráfico 14 - Influência da pandemia na adoção de serviços fintech.....	42
Gráfico 15 - Expetativa de adesão futura a fintech	42
Gráfico 16 - Motivos que levam os inquiridos a não ponderar a adesão a serviços prestados por fintech	43
Gráfico 17 - Expetativa de substituição dos bancos tradicionais por fintech	44
Gráfico 18 - Confiança de todo o património financeiro a fintech face a instituições financeiras tradicionais	45

Índice de tabelas

Tabela 1 - Motivos que levam os inquiridos a não utilizarem os meios digitais.....	30
Tabela 2 - Custo das operações realizadas nos canais digitais.....	33
Tabela 3 - Testes de independência de Qui-quadrado	35
Tabela 4 – Expetativa de substituição fintech/Bancos tradicionais vs. Confiança de todo o património financeiro a fintech	45
Tabela 5 - Teste de independência das variáveis: Expetativa de substituição fintech/bancos tradicionais vs. confiança de todo o património a fintech.....	46

Índice de figuras

Figura 1 – Ecosistema fintech em Portugal.....	21
Figura 2 - Caracterização sociodemográfica dos inquiridos	26
Figura 3 - Distribuição dos fatores de influência na utilização dos meios digitais	32
Figura 4 - Grau de classificação de alguns aspetos das <i>fintech</i>	40

Lista de siglas e abreviaturas

AdC – Autoridade da Concorrência

ASF – Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões

ATM – *Automated Teller Machine*

BP – Banco de Portugal

CMVM – Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

CRC – Central de Responsabilidades de Crédito

DSP2 – Segunda Diretiva de Serviços e Pagamentos

FHA – *Federal Housing Administration*

GSE – *Government Sponsored Enterprises*

RTS – *Regulatory Technical Standards*

SIBS – Sociedade Interbancária de Serviços

TAM – *Technology Acceptance Model*

TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

UE – União Europeia

1. Introdução

Os mercados estão em constante mudança e muito tem contribuído a tecnologia para essas transformações. A tecnologia tem vindo a transformar a nossa vida e os padrões de consumo, em todos os setores de atividade, sendo o setor financeiro uma das indústrias onde o progresso tecnológico mais impacto tem tido, dinamizando assim o crescimento das *fintech*.

O setor bancário foi alvo de uma transformação tecnológica e progressivamente foram introduzidas novas formas de distribuição de informação e dos serviços aos clientes, permitindo que estes realizem operações financeiras à distância de um clique, através de plataformas *online* ou *mobile*.

De acordo com uma investigação realizada pela *Deloitte* (2016), a inovação no setor financeiro tem um impacto substancial na prestação dos serviços financeiros e revigora a experiência que um cliente tem ou terá com o prestador de serviços, prevendo uma transformação da dinâmica da indústria, nomeadamente, na estrutura competitiva e no ecossistema dos serviços financeiros (Deloitte, 2016).

É comum relacionar o conceito de *fintech* à ideia de finanças digitais alternativas que surgiram em função dos diversos escândalos envolvendo grandes empresas do mercado financeiro tradicional (Leong et al., 2017, Čižinská et al., 2016), estas costumam ser caracterizadas pela sua agilidade, orientação para a procura e geralmente associadas a *startups* com modelos de negócios baseados na internet, ocupando um nicho que não é adequadamente servido pelas empresas tradicionais do setor financeiro (Gomber et al., 2017; Lee and Teo, 2016; Zavolokina et. al., 2016; Gonzalez et al., 2016).

A motivação para a abordagem desta temática está sustentada nos novos desafios que estão a ser colocados à banca portuguesa e que respostas vão dar aos clientes com um nível de conhecimento cada vez mais elevado, estilos de vida acelerados e com uma dependência da internet cada vez mais acentuada, surgindo a necessidade de perceber a importância que os serviços prestados de forma virtual passaram a ter na vida da população portuguesa.

O desenvolvimento da dissertação enquadra-se na análise da inovação do setor bancário português, bem como da introdução e evolução das *fintech* em Portugal. Pretende-se, nomeadamente, desenvolver um estudo de modo a perceber de que forma a população portuguesa está receptiva a esta nova forma de relacionamento entre o banco e o cliente. Com isto, a dissertação tem como objetivos de investigação, os seguintes:

- Analisar como se caracteriza a utilização dos serviços financeiros online dos bancos tradicionais

- Investigar as principais motivações e obstáculos dos clientes à adoção de serviços prestados pelas *fintech*;
- Investigar a disponibilidade dos clientes para a adoção de serviços totalmente digitais por substituição dos serviços presenciais nos balcões.

O trabalho está dividido em duas grandes partes, teórica e empírica. Na primeira parte, inicialmente é clarificado o conceito *fintech*, bem como a sua distinção da banca tradicional. De seguida há um enquadramento geral sobre a implementação das *fintech* no setor financeiro identificando os principais entraves à inovação neste setor e como os mesmos podem ser ultrapassados. No capítulo 4 e 5 identifica-se a forma como o surgimento destas novas entidades tem impactado o setor financeiro, mais especificamente o setor bancário, e como estas têm evoluído em Portugal, bem como a sua adoção por parte dos consumidores. Já na segunda parte é apresentado o estudo realizado e a metodologia de investigação adotada. No capítulo 7 é feita uma análise dos resultados obtidos na pesquisa que permitiram obter conclusões para dar resposta aos objetivos definidos acima.

2. Fintech

O setor bancário exerce um papel primordial no desenvolvimento económico, desempenhando uma importância significativa nos serviços e sustentando os restantes setores de um país, uma vez que é responsável pela mobilização, transferências, poupanças e fundos (Raymond, 2018).

2.1 Conceito e vantagens

A expressão *fintech* é um neologismo originado das palavras '*Financial* e '*Technology*' (Gomber et al., 2017) e são iniciativas que combinam tecnologia e serviços financeiros para trazer inovações na forma de lidar com as finanças (Zavolokina et al., 2016). O surgimento de tais tecnologias à escala global é motivado pelos esforços para desconstruir e repensar os modelos de negócios integrados nos serviços financeiros (Gozman et al., 2018). O termo "*Fintech*" refere-se ao uso de inovação digital e tecnologia de ponta para aprimorar, expandir e automatizar serviços financeiros em benefício das empresas, investidores e clientes (Rajan, George, Saravanan, Kavitha, & C.S., s.d.).

Não obstante aos esforços de vários autores, uma definição precisa de *fintech* parece ainda estar distante de ser alcançada. Schueffel (2017) propõe a seguinte definição: "*Fintech* é uma nova indústria financeira que aplica tecnologia para evoluir as atividades financeiras" (p.45). Zavolokina et al. (2016) observaram que definições não académicas sobre *fintech* começaram a surgir a partir de 2012, como por exemplo "planeamento automatizado financeiro e, ferramentas de gestão de portfólio" (p.11). Segundo o *European Banking Authority* (2017, p. 6), as *fintech* são "novas tecnologias que permitem a inovação financeira podendo resultar em novos modelos de negócio, aplicações, processos ou produtos que tenham associado um efeito relevante nos mercados financeiros, nas instituições e na prestação de serviços financeiros." Já Dhar & Stein (2017) definem mais pormenorizadamente as *fintech* como "inovações no setor financeiro que envolvem modelos de negócios virados para a tecnologia, que podem facilitar a desintermediação, revolucionar a forma como as empresas existentes criam e entregam produtos e serviços, abordando desafios de privacidade, de matéria regulatória e de aplicação da lei, fornecendo novos portais para o empreendedorismo e oportunidades de crescimento inclusivo." (p.2).

A tecnologia financeira pode ser uma palavra da moda relativamente nova, mas tem profundas raízes no setor bancário e financeiro. Numa definição simples *fintech* é um serviço financeiro que integra finanças e tecnologia e é disponibilizado através de tecnologias avançadas de informação e comunicação (TIC). Esta tecnologia está por trás de caixas eletrónicas (ATMs), cartões de crédito, serviços bancários *online* e, mais recentemente, serviços bancários móveis e carteiras digitais. As últimas inovações *fintech* são desenvolvidas combinando tecnologias antigas e novas, como *blockchain*, inteligência artificial, *Big Data*,

criando produtos financeiros tecnologicamente mais complexos. (Abdul-Rahim, Bohari, Aman, & Awang, 2022)

As características chave dos modelos de negócio introduzidos pelas *fintech* são o foco nas expectativas dos clientes, a ausência de legados tecnológicos que possam dificultar ou até mesmo impedir a evolução, a dependência de poucos ativos sendo empresas apoiadas em modelos de *outsourcing* nos segmentos que não estão diretamente relacionados com o núcleo do seu negócio, a escalabilidade do modelo de negócio com poucas exigências de capital, a simplicidade da proposta de valor e fatores diferenciadores facilmente compreensíveis pelo cliente, a inovação como elemento central seja na adoção tecnológica ou na criação de novos modelos de negócio, e por fim esses modelos de negócios são projetados para evitar a exposição à regulação imposta ao setor financeiro (EY, 2016).

As *fintech* abrangem uma ampla área de atividades e negócios que vão desde o desenvolvimento de novas tecnologias até à comercialização de serviços financeiros. De acordo com o *Financial Stability Board* (2017) as atividades das *fintech* organizam-se em cinco grandes categorias: (i) pagamentos, compensação e liquidação; (ii) depósito, empréstimo e captação de capital; (iii) seguros; (iv) gestão de investimentos e (v) suporte de mercado. Em todos estes segmentos de negócios, a *fintech* tem potencial para diminuir o custo de intermediação e ampliar o acesso ao financiamento aumentando a inclusão financeira, ou seja, as *fintech* podem ser uma porta para parcelas não atendidas da população e para países menos desenvolvidos, através do *Peer-to-Peer Lending* (P2P), por exemplo (Navaretti et al., 2017). Uma das razões para este papel de aumento de eficiência reside no potencial para ajudar a superar as assimetrias de informação, que estão na raiz do negócio bancário. Estas cinco esferas cobrem praticamente todo o espectro de serviços prestados por instituições financeiras tradicionais, mas com a versatilidade, simplicidade e custo reduzido que a banca tradicional não oferece, pelo que o mercado se encontra numa fase de concorrência, com as empresas *fintech* a ameaçar quotas de mercado bem como margens de lucro das incumbentes em várias áreas de negócio (Bofondi & Gobbi, 2017).

Recentemente, uma área que testemunhou o surgimento de inúmeros *players* foi o mercado de plataformas de pagamento, com um foco predominante no comércio eletrónico. Estas, processam um volume significativo de transações globais tornando as compras efetuadas através de meios eletrónicos, mais fáceis e com menos risco, tanto para o consumidor como para o comerciante, uma vez que funcionam como intermediários, reduzindo parte das barreiras frequentemente encontradas quando se trata de pagamentos entre dois agentes de diferentes países e com diferentes moedas (World Economic Forum, 2015). Portanto, existem três fatores que explicam a melhor oferta de alternativas de pagamento

das *fintech* em comparação com os bancos tradicionais: “Primeiro, requisitos regulatórios mais leves que os bancos. Segundo, melhores tecnologias, permitindo que instituições bancárias forneçam serviços de pagamentos semelhantes a custos mais baixos. Terceiro, economias de escala diferentes e mais eficazes do que aquelas disponíveis para os bancos.” (Navaretti, Calzolari, & Pozzolo, 2017, p. 16).

É evidente que a introdução no mercado de empresas *fintech* ocorre, frequentemente, através da oferta de serviços de baixo custo, com principal foco em pessoas sem conta bancária. Além disso, muitas vezes, estas empresas direcionam os seus esforços para consumidores que procuram serviços de valor e que demonstram especial atenção pelo cliente, oferecendo-lhes capacidade de personalização, acessibilidade e rapidez na prestação de serviços (Navaretti, Calzolari & Pozzolo, 2017). De facto, as *fintech* começaram a ter maior mediatismo, usufruindo da desconfiança provocada pela crise nos clientes bancários, levando-os a considerar a possibilidade de optar por instituições alternativas às tradicionais (Worthington & Welch, 2011).

2.2 Distinção entre *fintech* e banca tradicional

Antes de avançar para a identificação das principais características que distinguem as *fintech* dos bancos tradicionais, é relevante definirmos ambos os conceitos. O Banco de Portugal, entidade bancária central da República Portuguesa, define os bancos como “instituições de crédito cuja atividade consiste na realização de operações financeiras e na prestação de serviços financeiros, dos quais, os mais comuns são a concessão de crédito e a receção de depósitos dos clientes, que remunera.” (Banco de Portugal, s.d.). Por outro lado, como vimos anteriormente, as *fintech* surgem com a junção da tecnologia às atividades financeiras e com o crescente desenvolver da tecnologia, possibilitando que o acesso aos serviços bancários se torne mais simples e economicamente mais vantajoso.

Nos bancos tradicionais, os credores representam-se principalmente por famílias com poupanças e empresas com excedente de fundos que o depositam junto destas instituições. Quando as famílias e as empresas não possuem recursos financeiros para adquirirem o que desejam (imóveis, bens duradouros ou investimento em capital), os bancos tradicionais desempenham o seu papel de intermediários financeiros. Através deste processo, os bancos tradicionais desenvolvem três atividades fundamentais: transformação de maturidade (convertem depósitos de curto prazo em financiamento para empréstimos de longo prazo), liquidez e crédito (Luttrell et al, 2012). Os modelos tradicionais de intermediação da banca que angaria poupanças (depósitos) e origina a maioria do crédito das economias, retendo-o no seu balanço (*originate to hold*) deixaram de existir com a expansão do crédito e do negócio das securitizações. No caso do mercado norte-americano, há áreas de negócio em que as *fintech* competem

com os bancos ganhando quotas de mercado dominantes. Como é o caso de alguns segmentos de crédito, como o crédito hipotecário, em que a quota foi ganha no mercado “convencional” (*conforming versus jumbo*). Neste mercado, os créditos obedecem a uma série de critérios pré-definidos (como por exemplo o limite de crédito concedido por tomador). O facto de existirem critérios torna-se vantajoso, na medida em que padroniza a avaliação dos créditos, tornando-os passíveis de aquisição por empresas patrocinadas pelo governo, isto é, das garantias governamentais na forma de seguros GSE (*Government Sponsored Enterprises*) e FHA (*Federal Housing Administration*). Assim, empresas como a Freddie Mac e Fannie Mae podem adquirir “blocos” desses créditos às fintechs que não tem no seu balanço depósitos (passivos) suficientes para suportar o crescimento do crédito concedido (Buchak et al, 2018). Este modelo contrasta com os bancos tradicionais em que parte do ativo originado é mantido no balanço (conhecido como modelo *originate to hold*). Os bancos tradicionais, contudo, também têm vindo progressivamente a distribuir parte da carteira de créditos (para as GSE ou utilizando as suas unidades de Banca de investimento e recorrendo à securitização) o que permite uma expansão mais rápida do crédito concedido a acompanhar o crescimento sem precedentes do mercado de crédito que ocorreu desde o início do novo século.

É notória a distinção na forma de gerar lucro porque o modelo *originate to distribute* pode ser equiparado a uma corretagem (identifica os devedores, classifica-os e vende os créditos ganhando na intermediação) sendo também as estruturas dos balanços distintas (por exemplo as *fintech* financiam-se com *equity* na ausência de depósitos).

Segue-se a oferta das *fintech*, que disponibilizam serviços altamente especializados e disruptivos num sistema alternativo ao sistema bancário tradicional, sem se qualificarem como “bancos”, oferecendo uma resposta rápida, ágil e muito mais *user friendly* para os seus clientes. Extremamente competitivas e no limite do que é ser uma “entidade financeira”, conseguem encaixar-se nos espaços em branco da regulamentação, pelo que o grande desafio da banca tradicional estará em trabalhar com elas de forma colaborativa e integrada (CARMA Insight, 2022).

A abertura e padronização possibilitada pela tecnologia, tem potenciado alterações no ecossistema de intermediação de serviços, transformando-os em novos modelos de negócio que cessam a intermediação e onde o consumidor pode aceder diretamente a vários serviços e plataformas financeiras, tornando desnecessária a utilização dos prestadores de serviços tradicionais (Walker 2014).

Observa-se que, estes novos concorrentes, incorporam muitos dos princípios fundamentais da inovação defendidos por Drucker (1998): Atenção ao mercado para compreender as necessidades dos

utilizadores; Simplicidade nos novos modelos de negócio e na relação com o cliente; Especificidade, uma vez que se focam num segmento de serviço de nicho; Aspiração à Liderança através da mudança dos hábitos dos clientes em relação aos serviços financeiros; e por fim, Persistência através do foco constante no processo de mudança.

Para além disto, enquanto os bancos tradicionais baseiam as suas operações em relacionamentos, as *fintech* operam com suporte em *Big Data* e na padronização de informações, alterando a produção e distribuição dos serviços financeiros, tornando-as mais eficientes na gestão de informações que podem ser digitalizadas e armazenadas e focando-se na gestão de ativos mais seguros e padronizados (Navaretti et al., 2017). Para atingirem o seu objetivo, recorrem a algoritmos, recolhem novos dados, tratam-nos e estudam novos modelos de negócio e comerciais que lhes permitem ser mais eficazes e mais benéficos, permitindo assim, que estas criem serviços financeiros personalizados e adaptados às necessidades de uma sociedade cada vez mais dependente de dispositivos móveis.

Deste modo, a utilização de *Big Data* e novos canais de distribuição pelas *fintech*, possibilitou que estas empresas começassem a desafiar o funcionamento dos bancos tradicionais, ao oferecer produtos que preenchem as lacunas do mercado que não eram satisfeitas pelos bancos (Terry et al., 2015).

3. Implementação das *fintech* no setor financeiro

3.1 A transformação digital

Impulsionada pela crise global de 2008 e pelo avanço dos serviços baseados na internet, o sistema financeiro foi alvo de uma reforma tecnológica.

O setor financeiro em Portugal é reconhecidamente um dos que mais investe em tecnologia à escala nacional, sendo suportado numa das redes de interligação mais sofisticadas do mundo, a rede Multibanco gerida pela SIBS (Reis, Ferreira & Barata, 2013), esta foi o principal motor da inovação no segmento de pagamentos em Portugal e, a densidade desta rede reflete-se no facto de que o número médio de caixas eletrónicas por 1.000 pessoas é de 1,4. Em 2021, Portugal tinha 14.415 ATMs, segundo dados da Associação Portuguesa de Bancos e apenas 52% das transações nos ATMs envolviam levantamentos de numerário, o que confirma as diversas funções que os consumidores portugueses usam nas caixas automáticas (Evans, 2022).

Esta transformação também se verifica no que diz respeito ao número de balcões, onde em 10 anos, fecharam 2.776 agências de bancos em Portugal, um corte de 44%. A rede de retalho da banca portuguesa contava com 6.306 balcões em dezembro de 2011 e dez anos depois, só havia 3.530 postos de atendimento, o número mais baixo desde 1993, de acordo com a Associação Portuguesa de Bancos. Os bancos explicam terem mudado os seus modelos de negócio em prol de uma banca mais digital do que nunca (Jornal de Negócios, 2022). O custo das operações realizadas nos canais digitais é consideravelmente mais baixo do que as comissões associadas aos atendimentos presenciais nos balcões, pelo que com uma densidade de penetração de canais físicos como a existente em Portugal, os bancos procuram gradualmente reduzir o número de balcões ao mesmo tempo que vão reestruturando os serviços e o formato dos balcões existentes e até as suas localizações em função dos serviços que oferecem, no sentido de proporcionar uma experiência integrada de relacionamento com o banco independentemente dos canais utilizados (Ferreira, 2014).

A transformação digital não se limita apenas aos sistemas financeiros, mas também ao nível da unidade de valor de transação. Cada vez mais, o dinheiro tem abandonado o seu lado físico para se tornar em algo abstrato e mais fácil de transacionar, a moeda digital. Esta transformação reflete uma tendência de expansão do comércio internacional e do suporte à inclusão financeira providenciando transferências bancárias mais rápidas e de custo reduzido (Santos, 2017).

O *e-banking* oferece vantagens que estão alinhadas com o estilo de vida atual dos consumidores, incluindo a comodidade e facilidade de acesso e utilização, eliminando as restrições de tempo e espaço.

Os principais benefícios encontram-se a nível económico (investir numa estrutura online envolve um investimento menor do que estabelecer uma rede de balcões físicos), na flexibilidade (possibilidade de aceder a serviços bancários em qualquer parte do mundo e a qualquer momento), na rapidez e eficiência (inexistência de filas de espera, com segurança certificada e processamento imediato) e na satisfação do cliente (contribuindo para uma interação aprimorada com o mesmo) (Deloitte, 2016).

A utilização dos canais digitais impõe aos bancos a necessidade de explorar cuidadosamente todas as informações disponíveis, com o objetivo de melhorar o serviço prestado aos clientes, fortalecer a fidelização, aumentar a visibilidade da marca e impulsionar o retorno financeiro do banco através do incremento da venda de produtos financeiros personalizados para atender as necessidades individuais de cada cliente. No entanto, este cenário representa um desafio efetivo no contexto da regulação, nomeadamente em relação à privacidade dos utilizadores e ao potencial de violação de dados num ambiente de cibersegurança (Nitescu, 2015). Dado que a experiência do cliente e a qualidade de relacionamento com o mesmo, são o foco primordial das instituições, surgem novos serviços com uma crescente importância para os clientes, como por exemplo, os processos de abertura de conta totalmente suportados em meios digitais sem necessidade de lidar com inúmeros documentos em papel e evitando que os clientes tenham de se deslocar até um balcão. Estes serviços estão a ser cada vez mais adotados pelos bancos, a par de serviços como a interação digital com gestores de conta por videochamada, mensagens instantâneas através do *homebanking* e ferramentas digitais de gestão financeira. A aceitação e interesse dos clientes por estes serviços tem crescido de forma exponencial, uma vez que proporcionam uma visão automatizada e integrada da posição financeira, juntamente com mecanismos preditivos e proativos de poupança e pagamento de despesas correntes (Biernacki, 2013).

Assim, este setor transformou-se de forma bastante significativa, com ênfase na digitalização de processos como o *online banking* (acesso a serviços financeiros através do telemóvel, *site* da internet e posteriormente através de aplicações para *smartphones*). De forma quase contínua, a partir de 2008, novas empresas (*start-ups*), voltadas para a prestação de serviços financeiros apoiados em soluções tecnológicas, começaram a emergir e diante das limitações de investimento por parte dos bancos, estas empresas passaram a liderar o processo de transformação e inovação (Lee & Teo, 2015).

Toda a indústria financeira está a mudar impulsionada pelo movimento das *fintech* (Citi, 2016). Esta mudança foi incentivada por dois fatores fundamentais que alteraram o *status quo* do setor financeiro até então: a origem da crise financeira, marcada por escândalos económicos associados a instituições financeiras abalou a confiança dos consumidores levando-os considerar alternativas seguras para as

suas operações financeiras e a proliferação do uso de dispositivos móveis, impulsionada pela redução do custo, transformou os *smartphones* e *tablets* em poderosas ferramentas móveis de trabalho, tornando o conceito de mobilidade um fator indissociável da forma como os consumidores se relacionam com as empresas, e particularmente com o setor financeiro (Dietz, Khanna, Olanrewaju & Rajgopal, 2016).

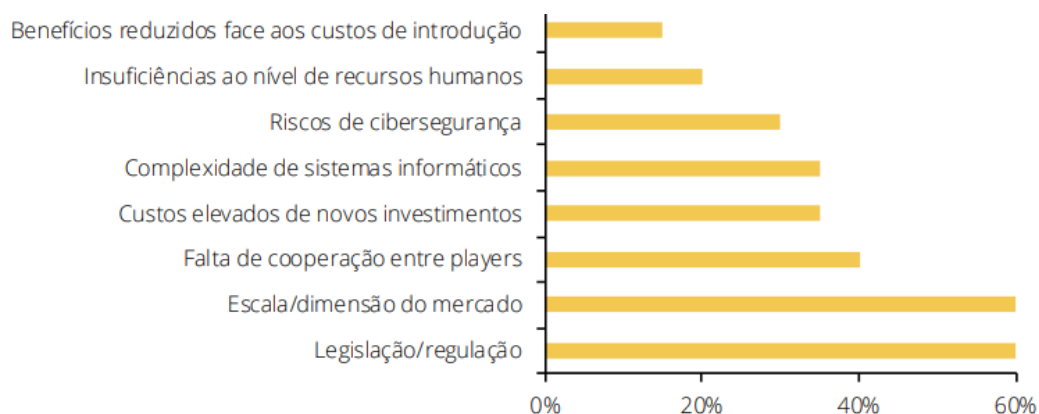
Posto isto, o período instável pós-crise abriu portas para a entrada de novos concorrentes numa escala sem precedentes (Worthington & Welch, 2011), e conseqüentemente, o setor *fintech* teve a oportunidade de oferecer serviços inovadores e mais económicos. A crise financeira foi um “abrir de olhos” em relação á vulnerabilidade da banca tradicional e á ascensão de novas tecnologias que permitem uma maior facilidade de uso, mobilidade, rapidez e custos mais reduzidos (Saksonova & KuzmineMerlino, 2017). A tecnologia da informação é fundamental nesse processo de mudança e o foco recente em *fintech* é possivelmente a manifestação mais visível do impacto que a tecnologia da informação tem no setor de serviços financeiros.

3.2 Entraves à inovação

É possível afirmar que as instituições financeiras estão a responder a um ambiente competitivo e em constante evolução. Neste contexto, não é evidente que o processo de desenvolvimento ocorra sem desafios e obstáculos. Além disso, as instituições financeiras têm enfrentado vários entraves no que diz respeito à adoção de tecnologias emergentes, implementação da estratégia adequada, introdução de novos produtos e serviços financeiros e adaptação a novos canais de distribuição (Ferreira et al., n.d.).

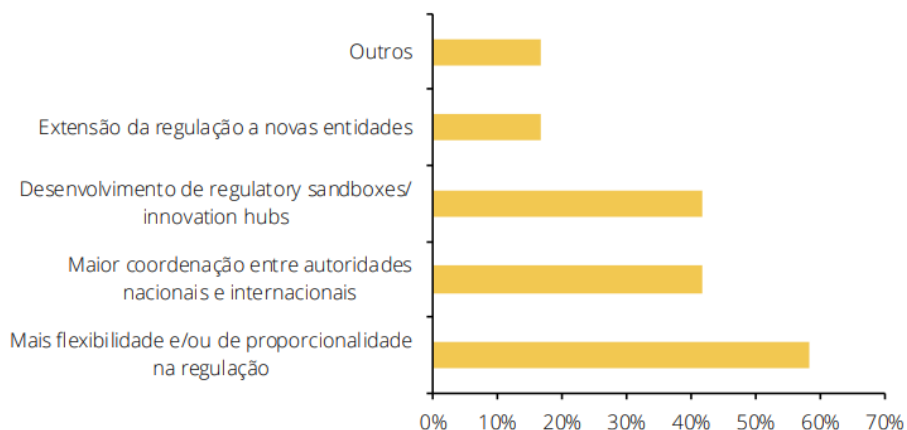
De acordo com o Banco de Portugal no que diz respeito às barreiras à inovação digital e tecnológica nos serviços financeiros, as entidades *fintech* supervisionadas referem sobretudo a escala ou a dimensão do mercado nacional e a legislação/regulação, 60% em ambos os casos (Gráfico 1), seguida da falta de cooperação entre *players* e apontam uma maior flexibilidade e/ou proporcionalidade da regulação como a melhor ação para fazer face aos impedimentos legais e regulatórios.

Gráfico 1 – Fintech: barreiras à inovação digital e tecnológica nos serviços financeiros



Fonte: Banco de Portugal, 2021

Gráfico 2 – Ações para fazer face aos impedimentos legais ou regulatórios à inovação



Fonte: Banco de Portugal, 2021

Na sua missão de promover a concorrência, a Autoridade da Concorrência, em abril de 2018, analisou as condições de entrada de novos operadores *fintech* e identificou barreiras à entrada e à expansão no setor financeiro em Portugal recomendando medidas para promover a inovação e a concorrência, com especial foco nos serviços de pagamento e no financiamento colaborativo (*crowdfunding*). Além disso, a AdC abordou os regimes regulatórios que promovem a inovação.

As barreiras identificadas nos serviços de pagamento prendem-se com o facto dos novos operadores dependerem dos bancos (incumbentes) para terem acesso à informação e infraestruturas necessárias à prestação de serviços de pagamento e os bancos não terem conveniências associadas à concessão de *inputs* aos seus concorrentes *fintech*, bem como o atraso na transposição e implementação da Segunda Diretiva de Serviços de Pagamento (quadro normativo que promove a transparência nas condições

relacionados aos serviços de pagamento, estabelece requisitos de informação, bem como direitos dos utilizadores e responsabilidades dos provedores de serviços de pagamento), o que resulta na ausência de enquadramento regulatório prejudicando a concorrência neste setor. Assim, as principais recomendações da AdC ao Banco de Portugal para ultrapassar estes entraves traduzem-se na necessidade de uma resposta regulamentar atempada quando concluída a transposição da DSP2, como a adoção da regulamentação necessária à sua efetiva implementação, optando por soluções que acautelem a concorrência e o acesso ao mercado de forma adequada, proporcional e não-discriminatória e a operacionalização da DSP2 e dos *regulatory technical standards* (RTS) que ao imporem a partilha dos dados de conta entre os operadores incumbentes e os entrantes *fintech*, poderão mitigar o risco de encerramento de mercado. Neste contexto, alerta-se para a importância de se reduzirem os graus de discricionariedade dos incumbentes na obrigação de conceder acesso, assegurando nomeadamente (i) a interoperabilidade dos sistemas, (ii) a qualidade do acesso, (iii) a facilidade da obtenção de consentimento, (iv) o grau e granularidade da informação, e (v) a isenção de cobranças. Os operadores *fintech* devem poder prestar os seus serviços durante este período de transição e deverá ser assegurado o acesso de todos os prestadores de serviços às infraestruturas técnicas do banco central em condições de igualdade, sem que dependam da intermediação de um banco (Autoridade da Concorrência, 2018).

Já relativamente aos riscos e barreiras identificados no que diz respeito ao financiamento colaborativo, a AdC identificou o facto da regulação nacional impor limites ao investimento dissuadindo a expansão do setor, a fragmentação regulatória na UE, bem como ausência de direito de prestação de serviços a operadores de outro país da UE e a impossibilidade de reporte, por parte das plataformas, à Central de Responsabilidades de Crédito (CRC) por empréstimo. Deste modo a AdC recomenda à CMVM a avaliação da necessidade e proporcionalidade dos limites ao investimento, ponderando a sua eliminação, a ponderação de se conceder direitos de prestação de serviços a plataformas licenciadas noutros países da UE ao abrigo da Diretiva dos Mercados de Instrumentos Financeiros e a concessão do acesso e reporte à CRC às plataformas de financiamento colaborativo por empréstimo (Autoridade da Concorrência, 2018).

Os Regimes Regulatórios Promotores de Inovação promovem a entrada através da adaptação temporária de barreiras regulatórias, permitindo às empresas testar produtos, serviços e modelos de negócio inovadores no mercado, sob supervisão dos reguladores, salvaguardando os interesses dos consumidores e preservando a segurança e integridade do sistema. Neste contexto, considera-se que um regime de *sandbox* regulatória abrangente em termos de serviços, numa solução articulada entre os

diversos reguladores setoriais, potenciaria os benefícios de uma solução desta natureza. Sem prejuízo dos benefícios do *hub* de inovação “*Portugal FinLab*”, as *sandbox* têm o potencial de mitigar as barreiras à entrada e à expansão no setor financeiro de forma mais sistemática, promovendo a inovação e as oportunidades associadas à *fintech* (Autoridade da Concorrência, 2018).

Assim, com o propósito de regulamentar os serviços inovadores prestados pelas *fintech*, é criada uma espécie de “caixa de proteção regulatória” que lhes permite operar no mercado sem o rigor da regulamentação bancária convencional e, aos reguladores, é uma forma de garantir a segurança das atividades realizadas (Vives, 2017).

Os formuladores de políticas e os reguladores têm a capacidade de potenciar a inovação num país e em Portugal, apesar dos reguladores demonstrarem um esforço para aumentar a acessibilidade, ainda há problemas com a fragmentação da regulamentação (Portugal Fintech Report, 2022). Segundo este estudo, 42% dos inquiridos afirmam que os reguladores restringem muito o desenvolvimento do negócio e apenas 22% contradizem afirmando que a regulação não tem qualquer impacto. No entanto, 32% confirma que a regulação teve um impacto positivo nos últimos 12 meses na *fintech* em questão e apenas 11% afirmam que esse impacto foi negativo, com os restantes 57% a afirmarem que os efeitos da regulação foram neutros.

O setor financeiro, e especialmente o setor bancário, é fortemente regulamentado devido ao seu papel como infraestrutura fundamental nas economias de mercado. Este controlo deve-se à segurança que um banco deve trazer à sociedade, tanto para os clientes como para o governo, dado que um banco grande com problemas financeiros pode afetar diretamente a economia de um país e a vida de milhões de pessoas. Deste modo, alcançar uma compreensão precoce das transformações no cenário financeiro induzidas pelas *fintech* é, então, substancial para uma evolução eficiente do marco regulatório.

4. Impacto das *fintech* no setor financeiro

4.1 Complementaridade ou substituição?

Uma manifestação chave do crescimento das *fintech* é que pode levar à desagregação da cadeia de valor, isto é, podem surgir interfaces que ajudem a agrupar as ofertas de produtos de diferentes fornecedores, tornando-se assim o ponto de contacto direto para os clientes. Estas plataformas podem oferecer um modelo do tipo supermercado, facilitando o acesso a vários produtos e serviços de diferentes fornecedores. Como um relatório dos consultores da McKinsey, Hirt e Milmott coloca: “A digitalização muitas vezes reduz as barreiras de entrada, fazendo com que as fronteiras estabelecidas há muito tempo entre os setores caiam. Ao mesmo tempo, a natureza “*plug and play*” dos ativos digitais faz com que as cadeias de valor se desagreguem, criando aberturas para concorrentes focados e velozes. Os novos participantes do mercado geralmente crescem rapidamente a um custo menor do que os *players* tradicionais, e os retornos podem crescer rapidamente à medida que mais clientes se juntam à rede” (Hirt e Millmott, 2014).

As tecnologias que as *fintech* adotam para digitalizar e transformar os modelos de negócio são tecnologias já existentes que permitem uma rápida introdução de inovação no modelo de negócio, dado que a utilização da tecnologia é agora projetada, por estas empresas, para aprimorar a experiência do cliente, convertendo tarefas operacionais e fluxos de informações em formatos digitais, de modo a otimizar ou até mesmo eliminar tarefas de baixo valor acrescentado que envolvem interações pessoais e documentos físicos (Clair, 2015). Esta evolução tem sido mais evidente em cinco áreas chave nas quais os bancos, gradualmente, estão a perder destaque: (1) financiamento e investimento onde estão a criar novas formas de financiamento fora do modelo tradicional de crédito, (2) operações e gestão de risco suportadas em modelos analíticos que oferecem maior segurança a um custo reduzido, (3) pagamentos e infraestrutura por via da desintermediação de um segmento altamente regulado, (4) segurança dos dados e monetização por via da exploração do valor financeiro dos dados e do conhecimento, e (5) relação com o cliente suportado em plataformas que promovem uma experiência de utilização integrada (Arner, Barberi & Buckler, 2015).

O segmento de pagamentos é o que apresenta maior potencial de ser explorado pelas *fintech* (Capgemini & EMFA, 2016), que têm procurado criar plataformas digitais que simplificam a interação entre as partes envolvidas, eliminando a fricção existente nos processos tradicionais. Com isto, surgiram novos conceitos explorados pelas *fintech*, como as carteiras digitais (*Digital Wallets*), *eMoney* (associado a mecanismos como os *Bitcoins* que são criptomoedas de um sistema de pagamento online independente de uma

autoridade central), bem como conceitos já amplamente adotados como o *e-banking* (sistemas de aplicações para *smartphones* ou *tablets*) e os cartões *contactless* (cartões de pagamentos com chips que permitem a autenticação nos terminais de pagamento automático por aproximação).

A realidade é que muitos clientes de instituições bancárias vêem os bancos como empresas não transparentes que lucram aplicando os seus depósitos, cobrando por vezes valores irrisórios pelos seus produtos e praticando taxas de juro benéficas, apenas para os seus balanços (Worthington & Welch, 2011), sendo este um ponto a favor da adesão a serviços prestados por empresas *fintech*.

No entanto, existem potenciais riscos macrofinanceiros decorrentes destes desenvolvimentos que estão relacionados com os efeitos da concorrência e perturbação dos modelos de negócios na rentabilidade e, portanto, na capacidade de acumular capital através de lucros retidos. Isto surge em grande parte onde as empresas *fintech* competem ativamente com operadores históricos e poderá, em última análise, levar a uma flexibilização inadequada dos padrões de crédito por parte dos bancos e a uma maior assunção de riscos por parte de outros. Embora possa haver riscos microfinanceiros decorrentes de incidentes cibernéticos, tecnologias como a nuvem e a computação podem aumentar a resiliência operacional e cibernética e mitigar esses riscos. Deste modo, é necessário ter em consideração que novos *players* também podem dar origem a riscos legais aumentados (Financial Stability Board, 2019).

É evidente que muitas empresas *fintech* oferecem produtos que potencialmente desafiam os modelos de negócios tradicionais das instituições financeiras. Até à data, a relação entre as instituições financeiras estabelecidas e as empresas *fintech* parece ser em grande parte complementar e de natureza cooperativa. No entanto, isso pode acontecer de várias maneiras diferentes, o que terá diferentes implicações para a estabilidade financeira. Podem associar-se (ou ser adquiridos) por instituições financeiras, permitindo que as mesmas melhorem o seu nível de serviço e eficiência ou prestar um serviço complementar aos serviços existentes, no entanto, podem também ter alguns efeitos prejudiciais, substituindo ou enfraquecendo o relacionamento tradicional com o cliente da instituição (Financial Stability Board, 2019).

Assim, as *fintech* estão a invadir os negócios tradicionais dos bancos, apesar de estes se estarem a adaptar ao novo ambiente, desenvolvendo também os seus canais digitais. No entanto, novos concorrentes são capazes de usar informações concretas para corroer o relacionamento tradicional com o cliente bancário baseado em informações sólidas (Vives, 2016).

Isto não significa que os bancos estão condenados. No passado, as instituições bancárias demonstraram uma notável resiliência, apesar das dúvidas sobre a sua viabilidade. Estes apresentam uma vantagem competitiva muito importante, isto é, beneficiam da ansiedade das pessoas sobre a segurança da sua riqueza líquida. Apesar da crise financeira de 2007-09 ter criado ansiedade sobre a estabilidade dos bancos, estes ainda são vistos como o lugar onde o dinheiro está seguro.

Deste modo, as instituições bancárias precisam de reforçar a sua cooperação com as *fintech* para tirar partido das vantagens tecnológicas existentes nestas empresas, propondo-se a melhorar a qualidade de serviços dos aplicativos de alta tecnologia e trazer melhores experiências aos clientes (Rajan, George, Saravanan, Kavitha, & C.S., s.d.). Seguindo o exemplo das *fintech*, os bancos podem aproveitar os dados disponíveis para criar conteúdos personalizados ou otimizar a experiência bancária através da implementação de melhorias contínuas nos processos atuais.

“A fórmula para alcançar o crescimento parece simples. Os clientes querem que lhes ofereçam experiências personalizadas, independentemente do ponto em que se encontrem na sua própria jornada digital. O desafio, no entanto, permanece na execução,” sublinha Niles Vaidya, *Global Industry Head* da área de *Retail Banking* da *Capgemini* (World Retail Banking Report, 2022).

4.2 Futuro do setor bancário

Apesar do foco na estratégia digital, os bancos tradicionais continuarão a desempenhar um papel crucial na relação com os clientes. No entanto, esse papel precisa de ser transformado num formato diferente de como o conhecemos atualmente, de modo a atuarem como espaço de aconselhamento personalizado e aquisição de produtos mais complexos, proporcionando ao cliente a experiência de utilização integrada semelhante à oferecida nos canais digitais, ao mesmo tempo que proporciona aos bancos a vantagem de reduzir custos operacionais e potenciar uma relação integrada com os clientes com potencial para aumentar as vendas e consequentemente, o lucro (Höbe, 2015). Os grandes desafios enfrentados pelas *fintech* e também pelos bancos que se pretendam afirmar num contexto de transformação digital de forma sustentável, podem ser resumidos em seis perspetivas: Formas de captação de clientes a custos mais baixos; Mais funcionalidades para os clientes a um menor custo; Utilização inovadora da informação e transformá-la em conhecimento do cliente de forma acionável; Posicionamento segmentado em áreas de valor acrescentado no sistema financeiro; Integração no ecossistema existente para facilitar a cooperação e acelerar a capacidade de resposta a custos mais baixos para os clientes; Conformidade com as regulamentação do setor que invariavelmente será um fator de impacto no negócio à medida que as *fintech* ganham escala e relevância (Dietz, Khanna, Olanrewaju & Rajgopal, 2016).

A conquista de quota de mercado aos bancos por parte das *fintech* nos segmentos em que atuam, implica uma erosão de negócio, receitas e margens aos bancos, pois os modelos de negócio simplificados e com baixo custo de operação, permitem que as *fintech* ofereçam novos modelos de custos para os clientes. No entanto, uma compreensão completa deste contexto ainda está longe de ser uma realidade, na medida em que estão a ser feitos investimentos significativos em áreas de atuação que prometem causar ainda mais disrupção no setor financeiro (Milkau & Bott, 2015). Neste contexto de mudança de paradigma, haverá uma janela de oportunidade para reposicionar a oferta financeira de forma a satisfazer as necessidades dos menos favorecidos, recorrendo à tecnologia para providenciar serviços de menor custo para os utilizadores, disponibilizar ferramentas de poupança segura, microcrédito, implementar sistemas de *scoring* com base em fatores mais abrangentes suportados em *big data*, pagamentos, literacia financeira para simplificar o acesso a serviços financeiros para as pessoas com menos conhecimento, procurando continuar a responder aos desafios das instituições europeias de fomentar a inclusão financeira (Yawe & Prabhu, 2015).

No futuro, poderemos considerar uma indústria financeira composta por três tipos de entidades financeiras: Os bancos *self-service* para dar resposta às necessidades mais quotidianas dos clientes de forma automatizada e com custos mais baixos; Os bancos de consultoria financeira personalizada, com foco na inteligência humana e no atendimento personalizado aos clientes, suportados num modelo de negócio tipo boutique; e por fim o banco social, que será baseado em plataformas de agregação de massas, à escala global, integrando sistemas e serviços de diversas entidades numa plataforma comum de serviço (Walker 2014).

A capacidade de os bancos potenciarem uma experiência de utilização positiva e recompensadora para os clientes será fundamental para que possam competir não apenas com outras instituições financeiras, mas também com concorrentes não financeiros que estão a tentar eliminar a intermediação nos processos de compra, relativizando o papel dos bancos nas transações comerciais. Criar experiências de utilização diferenciadoras poderá inclusivamente posicionar os bancos em segmentos até agora dominados por outras entidades, impulsionando a criação de mercados digitais de produtos e serviços não financeiros a partir dos canais de contacto dos bancos com os clientes (Jones, 2014), sendo este um fator absolutamente central na retenção, captação ou recuperação de clientes e, como tal, um elemento de grande dedicação por parte das entidades com uma estratégia clara neste domínio em todos os pontos de contacto com o cliente, sejam eles físicos/presenciais (balcões) ou digitais (*apps*,

homebanking, etc.) pelo impacto efetivamente causado na lealdade dos clientes à marca, confiança e fidelização (Sharma & Chaubey, 2014).

O histórico e projeção da relação entre bancos e *fintech* é muito bem relatado pelo autor Chris Skinner no seu livro *Doing digital: Lessons From Leaders*:

- **Fase I** - Disrupção (2005-2014): as *fintech* falavam em destruir e substituir o sistema bancário. Ideia esta que o autor considera ingênua, visto que os bancos existem por uma razão: são intermediários regulados que dão segurança e confiança às transações financeiras.
- **Fase II** - Discussão (2014-2017): início da aproximação e entendimento, através de *hackatons*, seleção de *itches* em *hubs* e estruturação de fluxos preliminares de inovação aberta. Ainda não havia muita conexão tangível, pois a maioria dos bancos preferia conhecer, entender e tentar desenvolver as soluções internamente.
- **Fase III** - Parcerias (2017-2022): as *fintech* começaram a colaborar e a fazer parcerias concretas em diversos níveis com os bancos. Ambas as partes passaram a compreender melhor as vantagens de estarem próximas. A inovação aberta, investimentos e aquisições deixaram de ser tabu e passaram a ser vistas como necessidade pelos bancos.
- **Fase IV** - Integração (2022-2027): haverá a evolução de simples parcerias para a integração das *fintech* dentro do sistema bancário. Será uma etapa de grande diferenciação entre os bancos que conseguiram adaptar-se à era digital e os que ainda navegam em águas passadas.
- **Fase V** - Renovação (2027 em diante): não haverá quase diferenças entre uma gigante tecnológica (Google, Facebook, Amazon, Alibaba, Mercado Livre, entre outros) e um banco integrado à era digital. Os bancos estarão totalmente integrados à massa de dados online, usando a ciência de dados como protagonista dos seus negócios, oferecendo serviços financeiros personalizados e contextuais, com uma experiência em tempo real.

Assim, com os benefícios oferecidos pelas *fintech*, os bancos tradicionais acreditam na possibilidade de parceria, assim como as *fintech* acreditam que essa convergência pode trazer oportunidade para viabilizar os seus negócios, ou seja, os dois lados acreditam na possibilidade de “unir forças” de modo a obter melhorias em ambas as partes (Cassiolato, 2022).

As *fintech* vieram para ficar e os bancos tradicionais devem encará-las como seus concorrentes, mas também como entidades que podem complementar a sua atividade. (Rosalino, 2017)

Apesar desta relação (*fintech* versus banca tradicional) se encaminhar para a cooperação e competição saudável, a sua conexão futura ainda é uma incerteza. Por enquanto elas atraem quem está recetivo à digitalização e deverão crescer à medida que a revolução digital avançar.

5. Crescimento das *fintech*

5.1 Em Portugal

Nos últimos anos, Portugal tem vindo a tornar-se num *hub* tecnológico reunindo participantes com ideias disruptivas, atraindo muitas empresas e investidores de todo o mundo, dando especial atenção ao facto de receber anualmente, desde 2016 e por um período de permanência de dez anos, a *Web Summit*, a conferência europeia de tecnologia de grande escala e a *MoneyConf*, a conferência especializada na indústria *fintech* realizada pela primeira vez em Lisboa em 2019 (Eco, 2019). Os sucessos alcançados pelo país evidenciam a sua sólida posição no que se refere à revolução tecnológica dos serviços financeiros.

A *Portugal Fintech* é a *startup* que tem vindo a estabelecer-se como intermediário e a fomentar o *network* entre as partes interessadas do setor como investidores, reguladores e empresas, tendo como objetivo criar excelentes condições para o ecossistema *fintech* (Andrade & Palmeiro, 2019). Entretanto, surge o *Portugal Finlab* que é o canal de comunicação resultante das parcerias estabelecidas entre inovadores da indústria *fintech* e reguladores financeiros portugueses como o BP (Banco de Portugal), CMVM (Comissão do Mercado de Valores Mobiliários) e a ASF (Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões) (Banco de Portugal, 2022).

O *Portugal FinLab* tem por objetivo apoiar o bom desenvolvimento de soluções inovadoras no sector financeiro, assegurando a clarificação de incertezas regulatórias e a conformidade com o quadro regulamentar aplicável através da cooperação e compreensão mútua (CMVM - Portugal FinLab, n.d.). A iniciativa permite que as autoridades interajam com o setor *fintech* e estejam cientes das novas tendências de mercado e necessidades emergentes, bem como os riscos impulsionados pela inovação financeira (Banco de Portugal, 2022).

Para além disto existe um projeto a ser desenvolvido pela Accenture, em parceria com a *Associação Portugal Fintech* e *Nova School of Business and Economics*, que tem como intuito construir um ecossistema de *fintech* e *insurtech* mediante uma colaboração conjunta entre *startups*, empregadores e companhias bancárias para criar produtos e serviços financeiros inovadores (Andrade & Palmeiro, 2019).

Todos os anos a *Portugal Fintech* realiza um inquérito aberto à fonte de informação mais verdadeira, às próprias *fintech*, e desenvolve uma análise profunda sobre o setor. Neste estudo são inquiridas várias *fintech* portuguesas e *fintech* estrangeiras a operar em Portugal (*Lydia, Ebury, Viva Wallet, Tink, ArcoPay, Paylink, Younited Credit, StockRepublic, Apiax, ZoomiMoney, Zego, FinChatBot*) de várias áreas de negócio como: finanças pessoais, *fintech* emergentes, pagamentos e transferências em dinheiro,

empréstimo e crédito, financiamento alternativo, mercado de capitais e gestão de património, *blockchain* e cripto, *regtech* e cibersegurança, *insurtech* e imobiliário (Portugal Fintech Report, 2022).

Figura 1 – Ecosistema fintech em Portugal



Fonte: Fintech Report, 2022

Os números fundamentam o grande desenvolvimento que o ecossistema teve nos últimos anos. Analisando os dados divulgados no *Portugal Fintech Report* relativo ao ano de 2022, verifica-se que em termos de linha de negócio, as *fintech* portuguesas existentes estão mais focadas em empréstimos e crédito (22%), pagamentos e transferências de dinheiro (17%), *Insurtech* e *Blockchain* (17%) e Cripto. As principais *fintech* arrecadaram, em 2022, no total mais de 1 bilhão de euros face aos € 437 milhões de euros em 2021, sendo que Lisboa e Porto são os principais *hubs* de *fintech* para as empresas sediadas em Portugal. Relativamente ao seu modelo de negócio, aproximadamente 75% são empresas B2B (de empresa para empresa) e têm em média 45 trabalhadores cada.

Assim, e tendo em conta a informação do *Fintech Report 2022*, o ecossistema *fintech* em Portugal está a tornar-se referência de ponta no setor dos serviços na área da tecnologia, seguido da financeira.

5.2 Índice de adoção de serviços prestados pelas *fintech*

A tecnologia financeira tem tido um crescimento notável nos últimos anos. O que antes era considerado uma forma complexa de gerir finanças, agora é adotado por milhões de pessoas em todo o mundo, devido à ascensão dos bancos online e das plataformas *mobile-first* (EY, 2019).

O conhecimento da *fintech*, mesmo entre os não adotantes, agora é muito alto, em todo o mundo. Em 2019, na terceira pesquisa bienal de tendências de adoção de *fintech* da EY, 96% dos 27.000 consumidores pesquisados (em 27 mercados globais) relataram que tinham conhecimento de pelo menos um serviço *fintech* alternativo disponível para transferir dinheiro e fazer pagamentos – e 75% já tinham usado um.

O estudo também identificou o crescimento do mercado das PME nas principais categorias de bancos e pagamentos, gestão financeira, financiamento e seguros. A indústria *fintech* cresceu e atualmente não é composta apenas por *start-ups*, mas sim uma série de empresas experientes que oferecem uma ampla gama de serviços financeiros e operam num cenário global. A adoção de serviços *fintech* tem aumentado constantemente, de 16% em 2015, o ano em que primeiro Índice de Adoção *Fintech* foi publicado, para 33% em 2017 e para 64% em 2019.

Aproximadamente dois terços dos clientes já utilizaram ou utilizam produtos ou serviços de *fintech*, com uma aceitação significativa, especialmente entre as gerações mais novas e nos mercados emergentes. Há uma expectativa generalizada de que essa aceitação aumentará globalmente num curto espaço de tempo, uma vez que a confiança nos produtos ou serviços *fintech* é bastante significativa (87,9%) e a maioria dos clientes encontram-se dispostos a recomendar os serviços *fintech* a terceiros (54,9%), em comparação com a disponibilidade para fazer o mesmo relativamente ao seu banco, que é de apenas 38,4% (Capgemini & EMFA, 2016).

Segundo a pesquisa conduzida por Jünger & Mietzner (2019), existem três variáveis que influenciam a propensão de uma família aderir a uma *fintech*: o seu nível de confiança, familiaridade com novas tecnologias, conhecimentos em literacia financeira e a transparência. O modelo “*Technology Acceptance Model*”, mais conhecido por TAM e criado por Davis, em 1989, reflete acerca da intenção de um utilizador aderir a uma nova tecnologia afirmando que tal intenção é determinada pela utilidade percebida e facilidade de uso. São fatores cognitivos essenciais para promover a adesão dos utilizadores aos serviços das *fintech*, sendo as principais razões que levam os clientes a considerar ou mudar de instituições

financeiras a falta de confiança e a insatisfação (Jünger & Mietzner, 2019). Concluindo, os fatores críticos que determinam a aceitação dos serviços fornecidos pelas *fintech* abrangem a utilidade, facilidade de uso, eficácia *self-service*, conveniência e um ambiente *user-friendly*, influência social e mobilidade. Estes determinantes simplificam os processos de uso e facilitam a aceitação por parte de possíveis novos utilizadores (Kim et al., 2016).

Assim, a confiança dos clientes numa entidade *fintech* correlaciona-se positivamente com a sua probabilidade de usar serviços providenciados por essa entidade. Um aumento na confiança do consumidor levará a um aumento no uso de tecnologia financeira (Rajan, George, Saravanan, Kavitha & C.S., s.d.).

Para melhor aferir a disponibilidade dos clientes para a adoção de serviços prestados pelas *fintech* bem como entender as suas motivações, foi desenvolvido um estudo de modo a perceber de que forma a população portuguesa está recetiva a esta nova forma de relacionamento entre o banco e o cliente, cujos resultados serão apresentados adiante (capítulo 7).

6. Metodologia

O presente estudo tem como objetivo principal aferir de que forma a população portuguesa está recetiva a esta nova forma de relacionamento entre o banco e o cliente, que passou a ser mediada pelas tecnologias da informação e da comunicação, nomeadamente determinar quais as razões ou condicionantes que levam os clientes a adotar/evitar serviços prestados pelas *fintech*.

Para realizar a pesquisa empírica recorreu-se à realização de um questionário a consumidores particulares dos produtos/serviços da banca tradicional portuguesa e das *fintech* com atividade em Portugal, de modo fortalecer a análise com dados objetivos e perceber qual a relação entre os clientes bancários e os novos canais bancários digitais, tendo como foco principal as *fintech*.

Concluída a fase de pesquisa, assim como a construção do questionário através do *Google Forms*, foi realizado um pré-teste de onde resultaram alterações ao nível da formulação de algumas questões, bem como o acréscimo de algumas perguntas necessárias ao estudo a realizar. Posteriormente, o questionário foi disponibilizado *online* através da partilha do mesmo nas redes sociais pessoais, assim como a disseminação através do e-mail institucional, contando ainda com a ajuda da coorientadora de tese através do envio do mesmo para instituições bancárias (Caixa Geral de Depósitos, novobanco, Abanca) de modo a divulgarem pelos seus clientes e abranger o máximo de pessoas possíveis, por todo o território nacional com idade superior a 18 anos e com conta bancária.

Numa fase posterior, já com as respostas dos inquéritos obtidas, procedeu-se ao tratamento estatístico dos resultados do inquérito *online*, sendo que para isto recorreu-se ao SPSS – *Statistical Package for the Social Sciences® 23.0*, um software estatístico que auxilia na análise de dados.

6.1 Questionário

O questionário (Anexo I) foi elaborado de forma a responder às questões que pretendo investigar, introduzindo alguns dados meramente estatísticos e outros que nos permitam atestar a “veracidade” das respostas e sustentar os objetivos de investigação em causa.

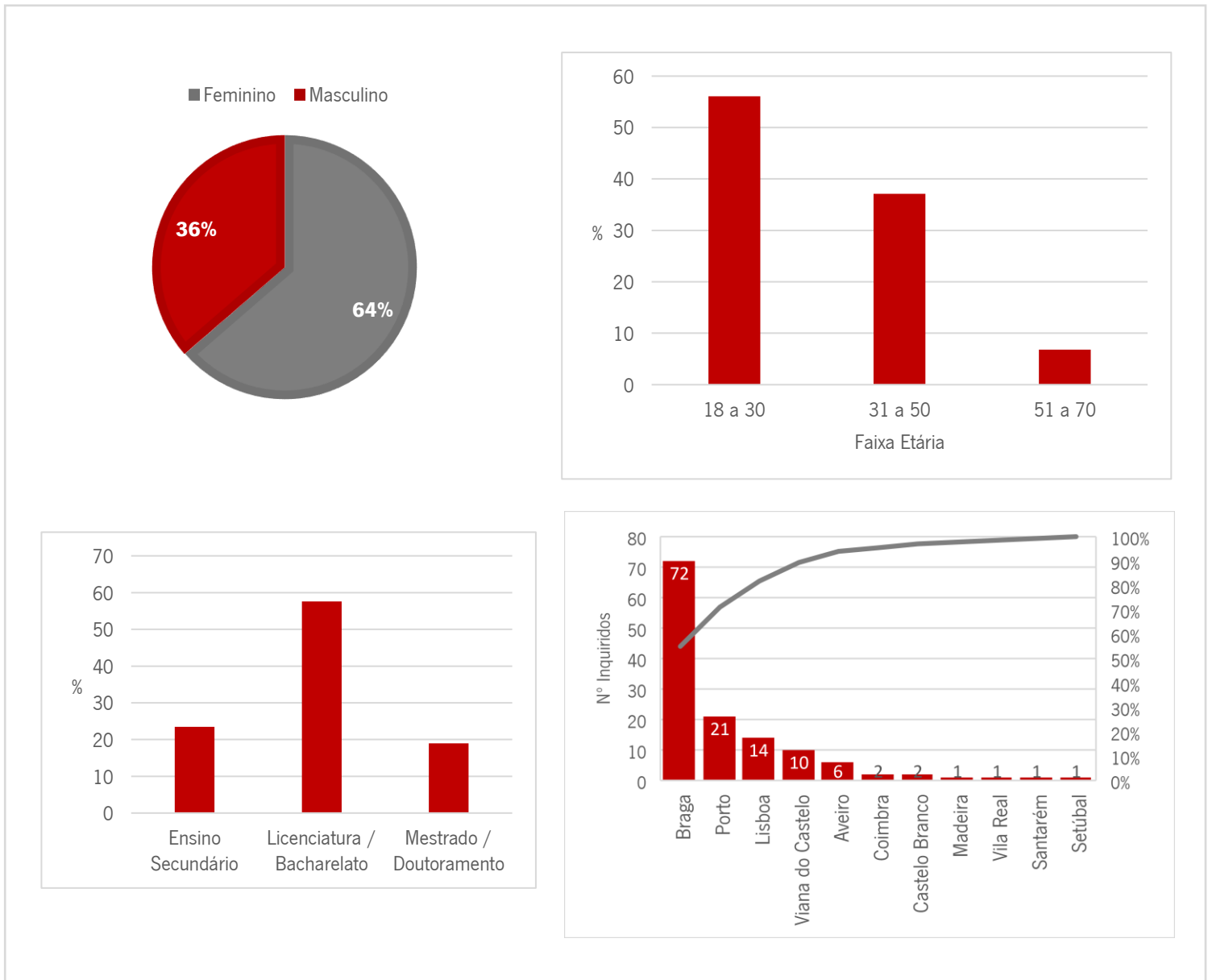
Relativamente à macroestrutura do questionário, começa por apresentar quem está a realizar o estudo, bem como o âmbito e tema do mesmo, de modo a direcioná-lo apenas para o público-alvo. Chama, ainda, a atenção para o anonimato e confidencialidade das respostas, informando assim o inquirido para que serve a sua “contribuição” e referindo ainda que não existem respostas certas ou erradas, sendo que as mesmas devem ser de acordo com as experiências pessoais dos indivíduos, apelando assim à participação no estudo. O inquérito está dividido em 4 secções principais, inicialmente apresenta um conjunto de questões que permitiram (a.) caracterizar o perfil dos indivíduos, de acordo com fatores demográficos, geográficos e financeiros. Posteriormente o inquirido encontra um conjunto de perguntas sobre a (b.) utilização dos meios digitais disponibilizados pela banca tradicional e seguem-se questões que avaliam a (c.) utilização dos inquiridos aos produtos/serviços oferecidos pelas *fintech*, identificando em ambos os casos, o seu nível de satisfação, bem como fatores positivos e negativos destes serviços. Finalmente são colocadas algumas questões com o objetivo de aferir a (d.) expectativa de adesão futura a produtos *fintech*.

6.2 Caracterização da amostra

No questionário foi obtido um total de 132 respostas válidas e inicialmente, é feita uma análise descritiva onde são analisados os dados mais elementares, por forma a perceber que tipo de indivíduos responderam ao inquérito.

6.2.2 Informação sociodemográfica

Figura 2 - Caracterização sociodemográfica dos inquiridos



Fonte: Elaboração Própria

Tendo em conta os dados sociodemográficos recolhidos, neste inquérito, podemos retirar algumas conclusões logo à partida. Quanto ao género, de acordo com o gráfico circular podemos verificar que a

amostra em estudo, é constituída por cerca de 64% do sexo feminino e os restantes 36% dos inquiridos pertencem ao sexo masculino.

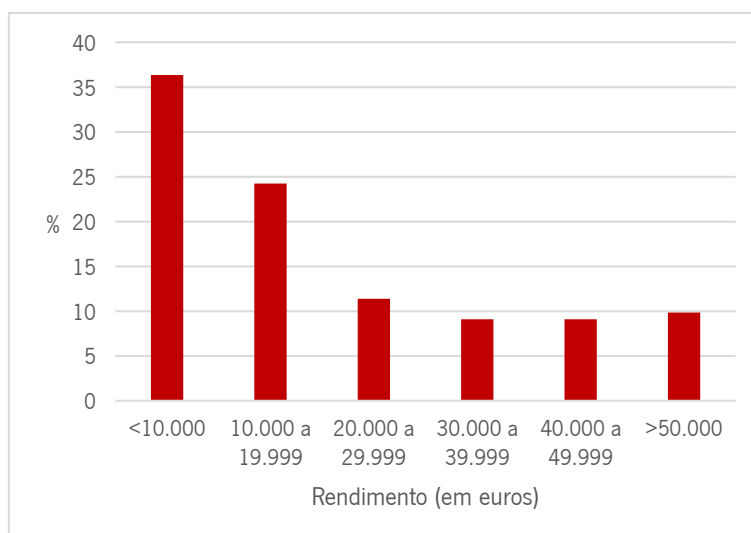
No que se refere à faixa etária e de acordo com os dados apresentados podemos observar que a idade da maior parte dos inquiridos situa-se entre os 18 e os 30 anos (56% dos indivíduos), seguida da faixa etária dos 31 aos 50 anos, representada neste inquérito por 37% dos indivíduos, sendo que os restantes cerca de 7% dos indivíduos têm entre 51 e 70 anos, apresentando uma grande abrangência pelas diferentes faixas etárias.

No que diz respeito à área de residência dos inquiridos, podemos constatar que Braga é o distrito que se destaca, com 55% dos inquiridos, seguido do Porto com 21 indivíduos, revelando um peso de 16% no total de respostas, Lisboa com 11%, Aveiro com 5% e ainda Coimbra e Leiria representado por 2 inquiridos cada, bem como Castelo Branco, Setúbal, Santarém, Vila Real e o Arquipélago da Madeira, representados por 1 inquirido respetivamente.

Deste modo é possível afirmar que a amostra analisada não é representativa da população apresentando alguns grupos sobre representados, como é o caso dos inquiridos do género feminino, os jovens, os indivíduos que apresentam um grau de instrução mais elevado, essencialmente licenciatura/mestrado, bem como os provenientes do distrito de Braga.

6.2.2 Informação sobre o rendimento

Gráfico 3 – Rendimento bruto anual (em euros) dos Inquiridos

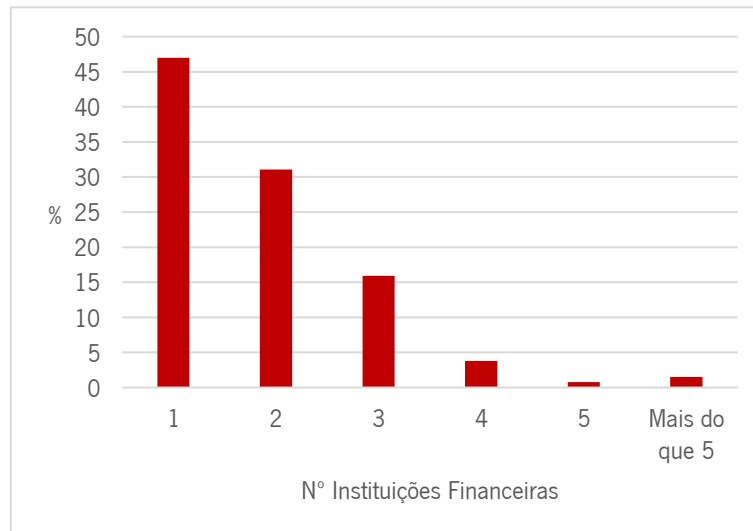


Fonte: Elaboração Própria

Quando questionados sobre o seu rendimento anual bruto, 36,4% dos inquiridos afirmam ter rendimentos anuais inferiores a 10.000€. A faixa até aos 19.999€ é representada por 24,2% dos inquiridos e 11,4%

para valores entre os 20.000€ e os 39.999€. Já cerca de 28% afirma ter rendimentos acima dos 30.000€ anuais.

Gráfico 4 - N° de instituições financeiras onde os inquiridos possuem conta



Fonte: *Elaboração Própria*

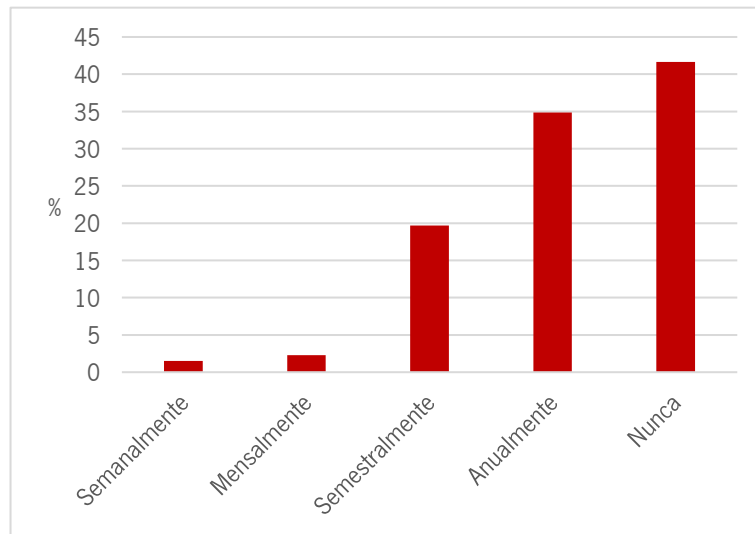
As respostas à questão sobre o número de instituições em que os indivíduos têm contas bancárias, recaíram essencialmente sobre 2 tipos de resposta: 1 (47%) e 2 (31%), seguido de cerca de 16% com 3 contas bancárias e apenas cerca de 6% dos inquiridos com 4 ou mais contas.

7. Análise dos resultados

Após caracterização da amostra foi efetuada uma análise descritiva de modo a perceber qual a posição dos indivíduos face ao uso de novas tecnologias bancárias e quais as condicionantes ou fatores que determinam a sua utilização através da colocação de questões mais introspetivas. Para a análise destes dados recorreu-se ao cruzamento de informação, apresentando dados extraídos do programa SPSS devidamente trabalhados de forma a analisar a informação de forma mais perceptível.

7.1 Envolvimento nos canais digitais da banca

Gráfico 5 - Frequência de visita ao balcão

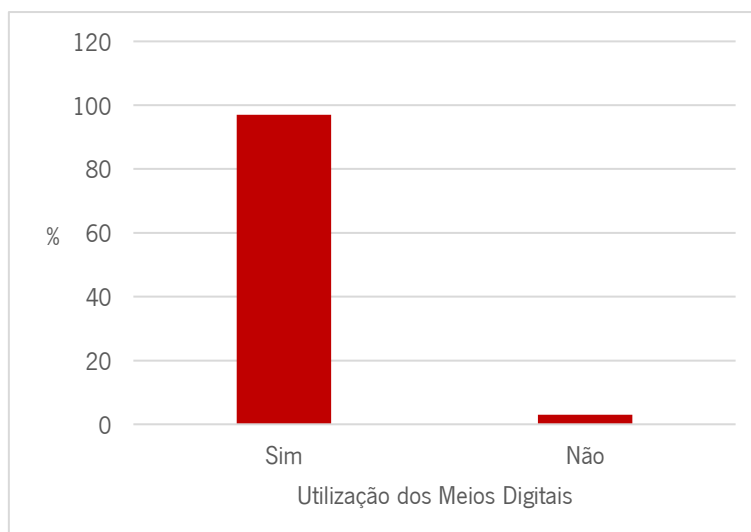


Fonte: Elaboração Própria

Analisando a resposta dos inquiridos, podemos verificar que existe, na maioria destes, uma não dependência para com um balcão físico de uma instituição bancária, uma vez que 42% dos inquiridos afirma que nunca se dirige a um balcão e 35% só se dirige a um balcão anualmente, 20% semestralmente e apenas 2% dos inquiridos mensalmente e semanalmente, respetivamente.

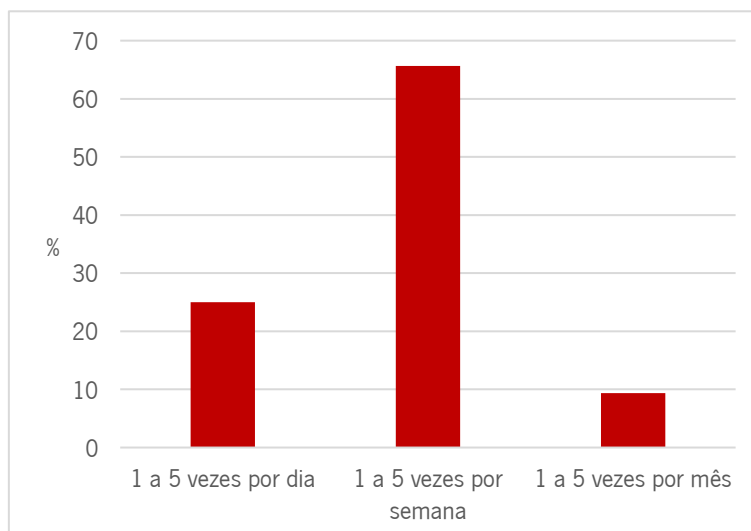
A par destes resultados, quisemos perceber se os indivíduos são utilizadores dos canais digitais que o seu banco oferece, assim como, qual o motivo que os leva a não utilizar, se for esse o caso.

Gráfico 6 - Incidência na utilização de meios digitais



Fonte: Elaboração Própria

Gráfico 7 - Frequência de acesso a serviços financeiros através da internet



Fonte: Elaboração Própria

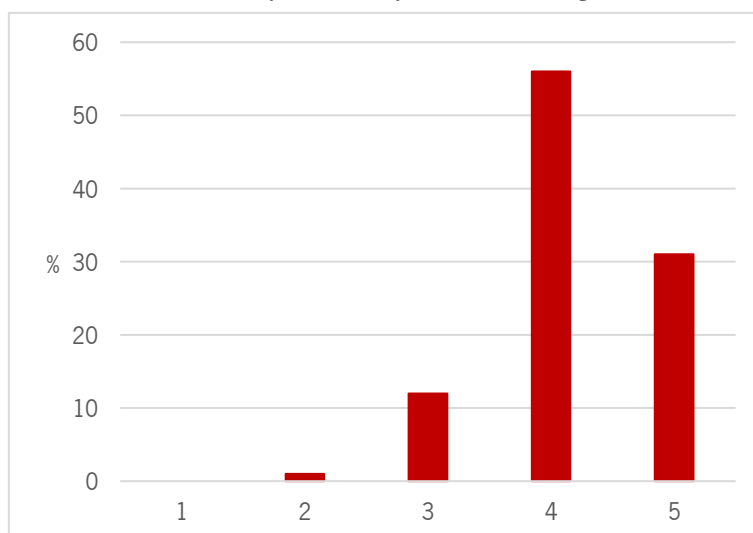
Tabela 1 - Motivos que levam os inquiridos a não utilizarem os meios digitais

Motivos	Nº Inquiridos	% Inquiridos
Falta de confiança	2	22%
Falta de Segurança	1	11%
Risco associado	1	11%
Compreensão limitada em relação ao seu funcionamento	1	11%
Preferência pelo atendimento personalizado	3	33%
Outro: Os dados de acesso não funcionaram e não fui resolver o problema	1	11%
Total	9	100%

Fonte: Elaboração Própria

Deste modo, parece-nos que existe uma adesão elevada aos canais digitais representada por 97% dos inquiridos (128), sendo que 66% destes, acedem aos mesmos 1 a 5 vezes por semana. Os restantes 3% apresentam como principais motivos para a não utilização, a preferência pelo atendimento personalizado e a falta de confiança, assim como, a falta de segurança, o risco associado e a compreensão limitada em relação ao seu funcionamento. Um dos inquiridos indicou ainda, que perante o não funcionamento dos dados de acesso, não procurou resolver o problema, mostrando também o desinteresse pela utilização destes canais.

Gráfico 8 - Grau de satisfação em relação aos canais digitais do seu banco



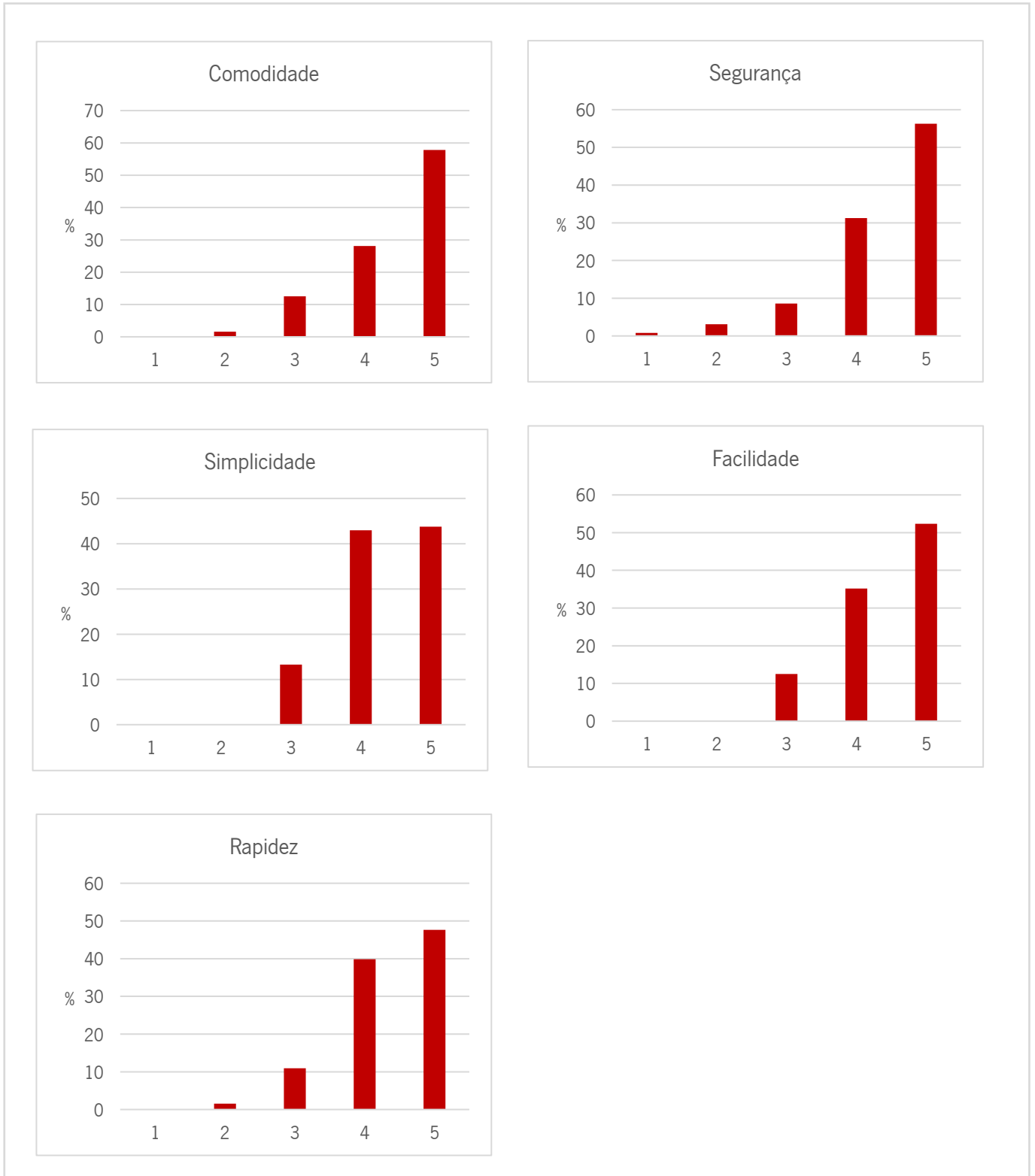
Fonte: Elaboração Própria

Relativamente ao grau de satisfação em relação aos canais digitais, a maior parte dos indivíduos selecionou os níveis 4 (56%) e 5 (31%), estando a variável definida numa escala de *Likert* de 1 (“Insatisfeito”) a 5 (“Muito Satisfeito”), o que significa que cerca de 87% da amostra está satisfeita com os canais digitais disponibilizados pelo seu banco.

Neste sentido tornou-se relevante perceber quais os principais fatores valorizados. Os fatores apresentados aos inquiridos foram os seguintes: comodidade, segurança, simplicidade, facilidade e rapidez.

A questão foi apresentada através de uma escala ordinal, estando as variáveis definidas numa escala de *Likert* de 1-5, onde 1 corresponde a “Não influencia” e 5 a “Influencia Totalmente”. Esta questão foi também respondida apenas pelos inquiridos que utilizam os canais digitais dos seus bancos, ou seja, 128 dos 132 inquiridos totais.

Figura 3 - Distribuição dos fatores de influência na utilização dos meios digitais



Fonte: Elaboração Própria

Através dos resultados obtidos, percebemos que os fatores comodidade e segurança são sem dúvida os mais valorizados pelos indivíduos, com 74 e 72 indivíduos, respectivamente, a indicar o nível 5 (“Influencia Totalmente”) da escala.

Na análise do fator “simplicidade”, dos 128 inquiridos apenas 17 afirmam que este não influencia, contrariamente a 56 que indicaram que este fator tem influência total. Quanto ao fator “facilidade” uma grande parte dos respondentes apontou este como um fator com grande importância, uma vez que, segundo o gráfico, 51% é a percentagem de inquiridos que atribuiu avaliação “Influencia totalmente”.

No respeitante à rapidez, este fator revela ter algum peso, uma vez que 61 inquiridos, avaliaram com “5” e 51 dos 128 respondentes, avaliaram com grau “4” de influência.

Outro dos aspetos tido em conta durante o estudo, foi a questão do custo associado às transações, bem como a sua relevância para a adesão ou não a serviços *fintech* (questão analisada mais à frente). Deste modo, importa perceber se as transações e serviços disponíveis nos canais digitais dos bancos dos utilizadores, têm algum custo associado.

Tabela 2 - Custo das operações realizadas nos canais digitais

Operações	Com Custo		Sem Custo		Não Sabe	
	N°	%	N°	%	N°	%
	Inquiridos	Inquiridos	Inquiridos	Inquiridos	Inquiridos	Inquiridos
Operações de Consulta	7	5,5%	114	89%	7	5,5%
Pagamentos de Bens e Serviços	11	8,6%	107	83,6%	10	7,8%
Pagamentos ao Estado e Judiciais	7	5,5%	95	74,2%	26	20,3%
Transferências Nacionais	34	26,6%	84	65,6%	10	7,8%
Transferências Internacionais	45	35,2%	37	28,9%	46	35,9%
Operações de Poupança (depósitos/contas rendimento)	10	7,8%	87	68%	31	24,2%
Investimento (Fundos de Investimento/Ordens de Bolsa)	33	25,8%	30	23,4%	65	50,8%
Créditos (Descoberto/Contas Ordenado/Crédito Pessoal/Microcrédito)	32	25%	24	18,7%	72	56,3%
Seguros (Vida/Não Vida)	25	19,5%	30	23,5%	73	57%

Fonte: Elaboração Própria

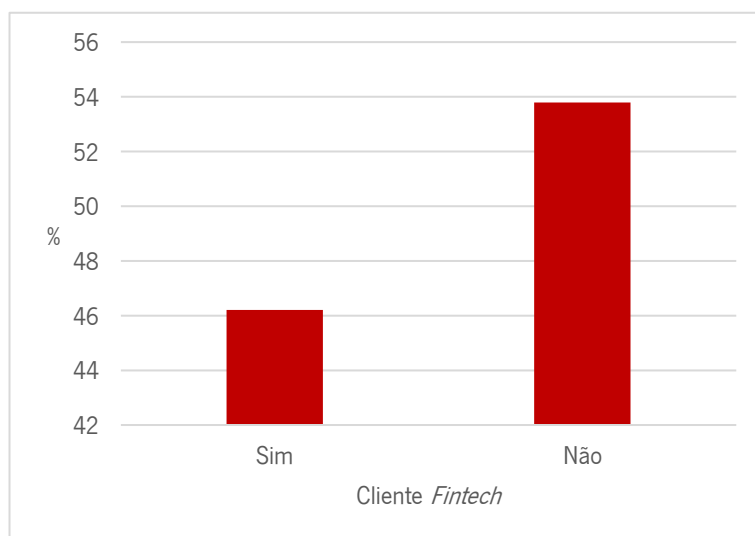
Relativamente às operações de consulta, pagamentos de bens e serviços, transferências nacionais, pagamentos ao estado e judiciais e as operações de poupança que são as opções mais utilizadas pelos particulares no seu quotidiano, a maior parte (>60%) dos inquiridos afirma não ter custo associado.

No que diz respeito a operações de investimento, créditos (descoberto/contas ordenado/ crédito pessoal/ microcrédito) e seguros (vida/não vida), cerca de metade dos inquiridos não tem conhecimento relativamente a esta questão.

Já em relação às transferências internacionais, as respostas encontram-se divididas entre as três opções de resposta, o que pode ser justificado pelo facto deste custo variar em função do país do beneficiário.

7.2 As *fintech* e a pandemia

Gráfico 9 - Percentagem de clientes de *fintech*



Fonte: *Elaboração Própria*

Quando questionados sobre se são clientes de alguma *fintech*, as respostas dividem-se, ainda assim, temos mais inquiridos não clientes (71), do que clientes (61), o que mostra uma adesão de cerca de 46,2% dos inquiridos.

Como vimos no subcapítulo 5.2, a nível global, de acordo com a terceira edição do Índice de Adoção de *Fintech* (2019) que avaliou o crescimento das *fintech* em 27 mercados (incluindo China, Índia, Rússia, entre outros), desde a primeira publicação em 2015, a adoção passou de 16% para 33% (2017), e para 64% (2019). O Índice constatou que os concorrentes das *fintech* estão a amadurecer e a expandir o seu alcance global, os incumbentes estão a responder com ofertas próprias e credíveis, e os ecossistemas estão a crescer para conectarem os múltiplos agentes deste setor.

De forma a aprofundar e melhorar a compreensão do comportamento da amostra face às *fintech*, considero importante a análise criteriosa de diferentes variáveis correlacionadas de forma a alcançar uma conclusão mais significativa acerca do perfil dos clientes e potenciais clientes, através do cruzamento de diferentes variáveis em estudo. Para isso, foram efetuados testes de independência de Qui-quadrado para variáveis categóricas, de forma perceber se a variável “utilização das *fintech*” está relacionada com cada uma das variáveis: rendimento bruto anual, faixa etária e habilitações literárias. Considera-se que as hipóteses do teste de Qui-quadrado são:

- Hipótese nula (H_0): As variáveis são independentes.
- Hipótese Alternativa (H_1): As variáveis são dependentes.

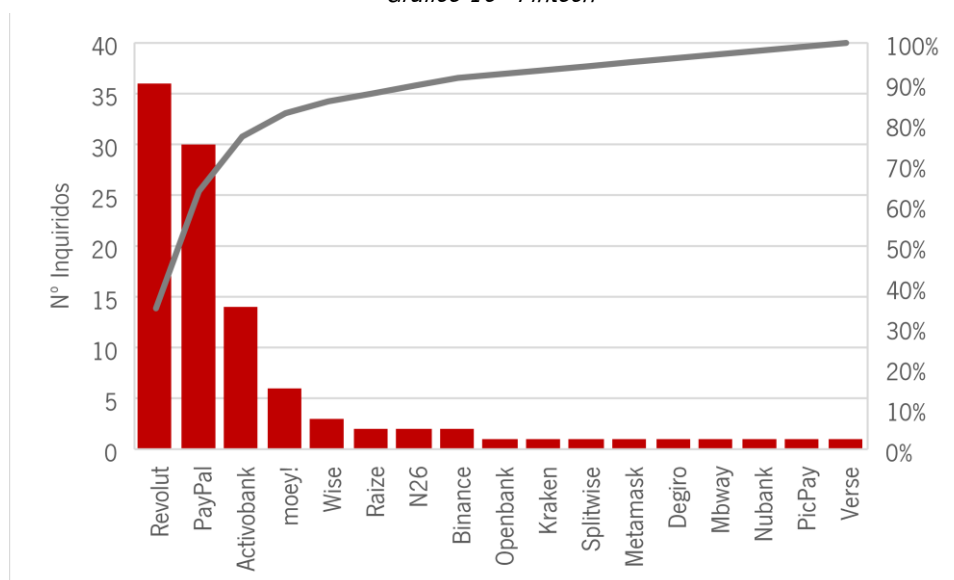
Tabela 3 - Testes de independência de Qui-quadrado

	Testes Qui-quadrado de Pearson		
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Cliente <i>Fintech</i> vs Faixa etária	3,835	2	,147
Cliente <i>Fintech</i> vs Habilitações Literárias	1,959	2	,375
Cliente <i>Fintech</i> vs Rendimento Bruto Anual	6,213	5	,286

Fonte: Elaboração Própria

De acordo com os resultados obtidos nos testes de independência, conseguimos perceber que as variáveis não estão relacionadas, uma vez que $p > 0,05$ não se rejeita a hipótese nula (H_0) para o nível de significância de 0,05, pelo que não existem evidências de associação entre as variáveis e podemos afirmar que a utilização de *fintech* não é influenciada pela faixa etária, habilitações literárias nem pelo rendimento bruto anual dos inquiridos.

Gráfico 10 - *Fintech*



Fonte: Elaboração Própria

Dos 61 inquiridos que se apresentam como clientes *fintech* importa perceber de quais *fintech* são clientes. Destaca-se claramente o *Revolut* (36 utilizadores) que se apresenta como uma alternativa digital à banca tradicional, com a oferta de um conjunto de soluções de baixo custo. Permite ter uma conta

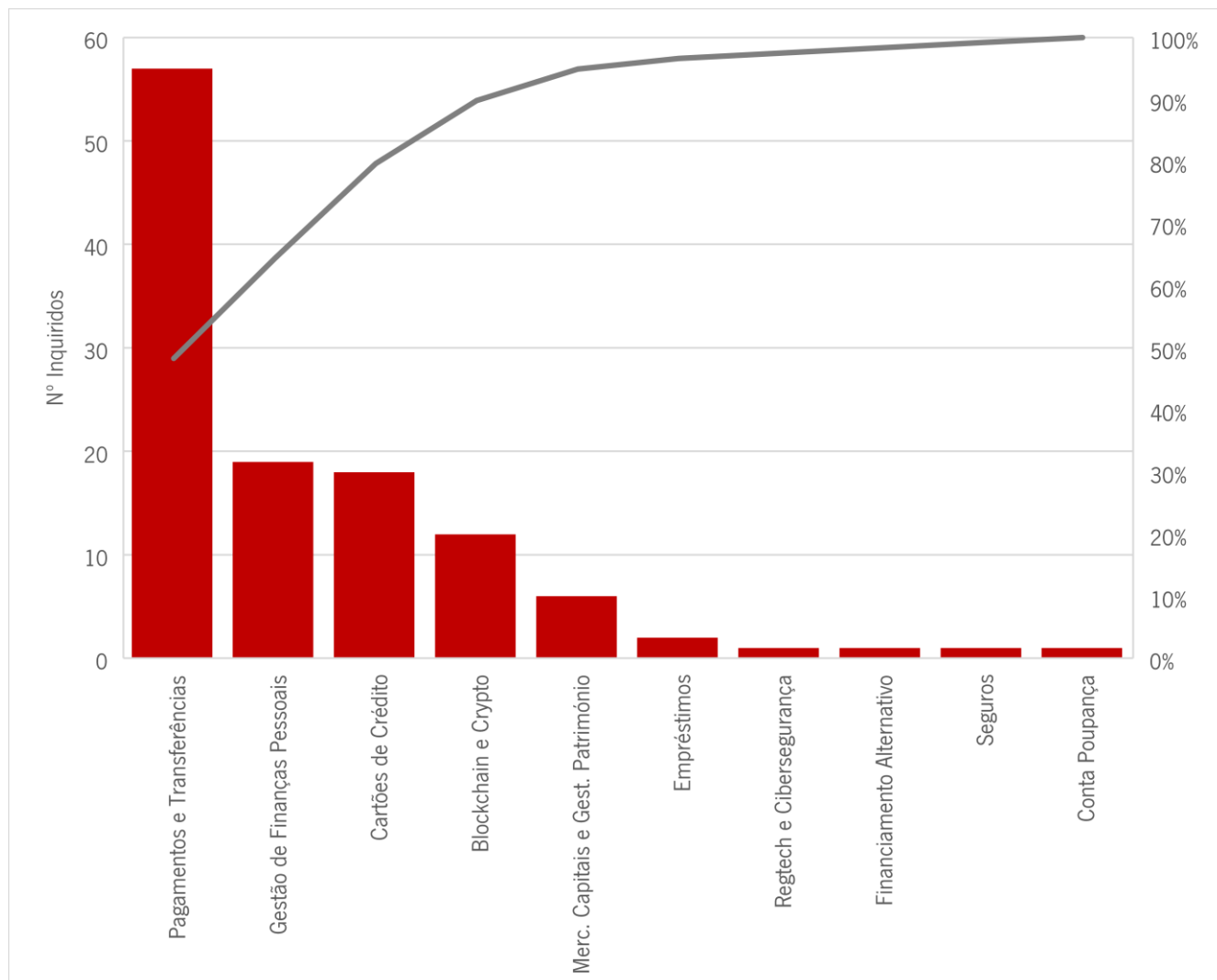
exclusivamente online e um cartão de débito associado da rede *Mastercard*, que pode ser utilizado gratuitamente. O serviço permite a criação e carregamento de uma conta *online*, a partir da qual podem ser realizados pagamentos e compras *online* no estrangeiro (Revolut, 2019).

De seguida com 30 utilizadores, o *Paypal* permite que as empresas ou os consumidores que disponham de um endereço de e-mail enviem e recebam pagamentos *online* de forma segura, conveniente e económica. A rede *PayPal* baseia-se na infraestrutura financeira de contas bancárias e cartões de crédito existente para criar uma solução global de pagamento em tempo real (PayPal, 2023).

O *ActivoBank* com 14 utilizadores é um banco privado português, pertencente ao Grupo Millennium BCP, que se distingue pelas soluções digitais e por uma estrutura de custos diferenciadora. O enfoque do *ActivoBank* não se fica pela experiência remota. O Banco investe num modelo "*phygital*" (*physical* + digital), contando com uma rede de 16 balcões físicos: os Pontos Activo, desenhados para todos os que preferem um atendimento presencial. Com ambiente diferenciado de toda a banca tradicional, os Pontos Activo têm um horário alargado: estão abertos das 10h às 20h, de segunda-feira a sábado (ActivoBank, 2023).

Saliena-se ainda a *moey!* representada por 6 inquiridos, a *Wise* por 3 e a *binance*, n26 e *raize* por 2 inquiridos cada. As restantes *fintech* têm apenas 1 inquirido como utilizador da mesma.

Gráfico 11 – Operações realizadas nas *fintech*



Fonte: Elaboração Própria

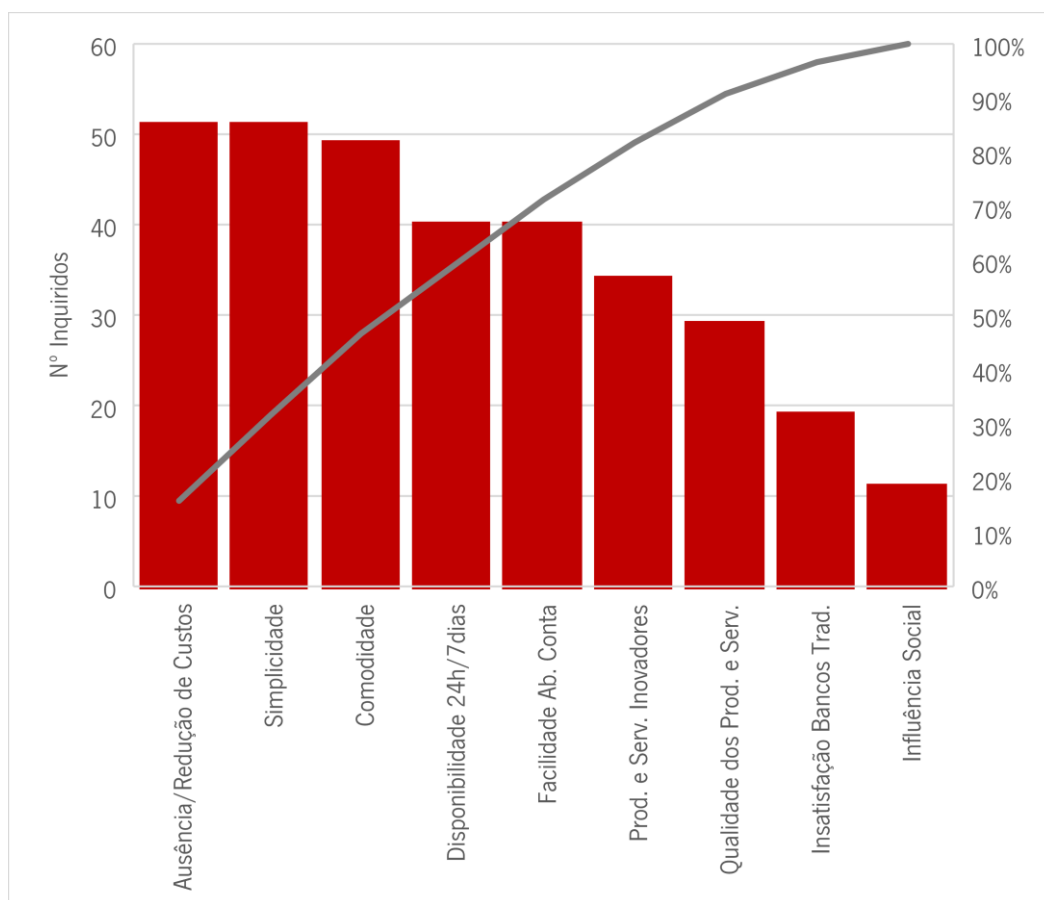
Relativamente às operações realizadas nas *fintech* das quais são utilizadores, os inquiridos utilizam essencialmente para pagamentos e transferências (48,3%). Destaque ainda para a gestão de finanças pessoais e cartões de crédito com 19 e 18 inquiridos, respetivamente, a selecionarem estas opções, e ainda *blockchain* e *crypto*, indicada por 12 utilizadores, solução esta que ainda não é apresentada por bancos tradicionais.

Verifica-se que a realidade portuguesa é semelhante à realidade mundial, onde os serviços mais usados são também as transferências de fundos e de pagamento, com cerca de três quartos dos consumidores

a usarem, sendo a prevalência da utilização destes serviços particularmente elevada na China, com taxas de utilização de 95%. Outros serviços frequentemente utilizados incluem os serviços de poupança e investimento, gestão e planeamento financeiro, seguros e financiamento (Índice de Adoção de *Fintech*, 2019).

Relativamente ao cenário no que diz respeito à adoção de serviços de poupança e investimento os números indicam que ainda há espaço para crescer, facto que também se verificou no presente estudo, tendo sido a operação menos seleccionada, com apenas 1 inquirido.

Gráfico 12 – Distribuição dos fatores de influência para adesão de serviços *fintech*



Fonte: Elaboração Própria

No que diz respeito aos fatores que influenciam os inquiridos a optar pelos serviços oferecidos pelas *fintech* em contrapartida de uma instituição financeira tradicional, estas variáveis estão definidas numa escala de Likert de 1 “Não Influencia” a 5 “Influencia Totalmente”. No gráfico acima estão representados o número e percentagem de inquiridos que selecionaram o nível 4 e 5 em cada um dos fatores. Ressalta claramente a ausência/redução de custos como principal fator, com o maior número de inquiridos a indicar que este fator influencia totalmente na sua decisão. Seguidamente, os fatores “simplicidade no

processamento das operações”, “comodidade” e “disponibilidade 24h por dia, 7 dias por semana”, são os mais indicados com o nível 4 e 5 de influência.

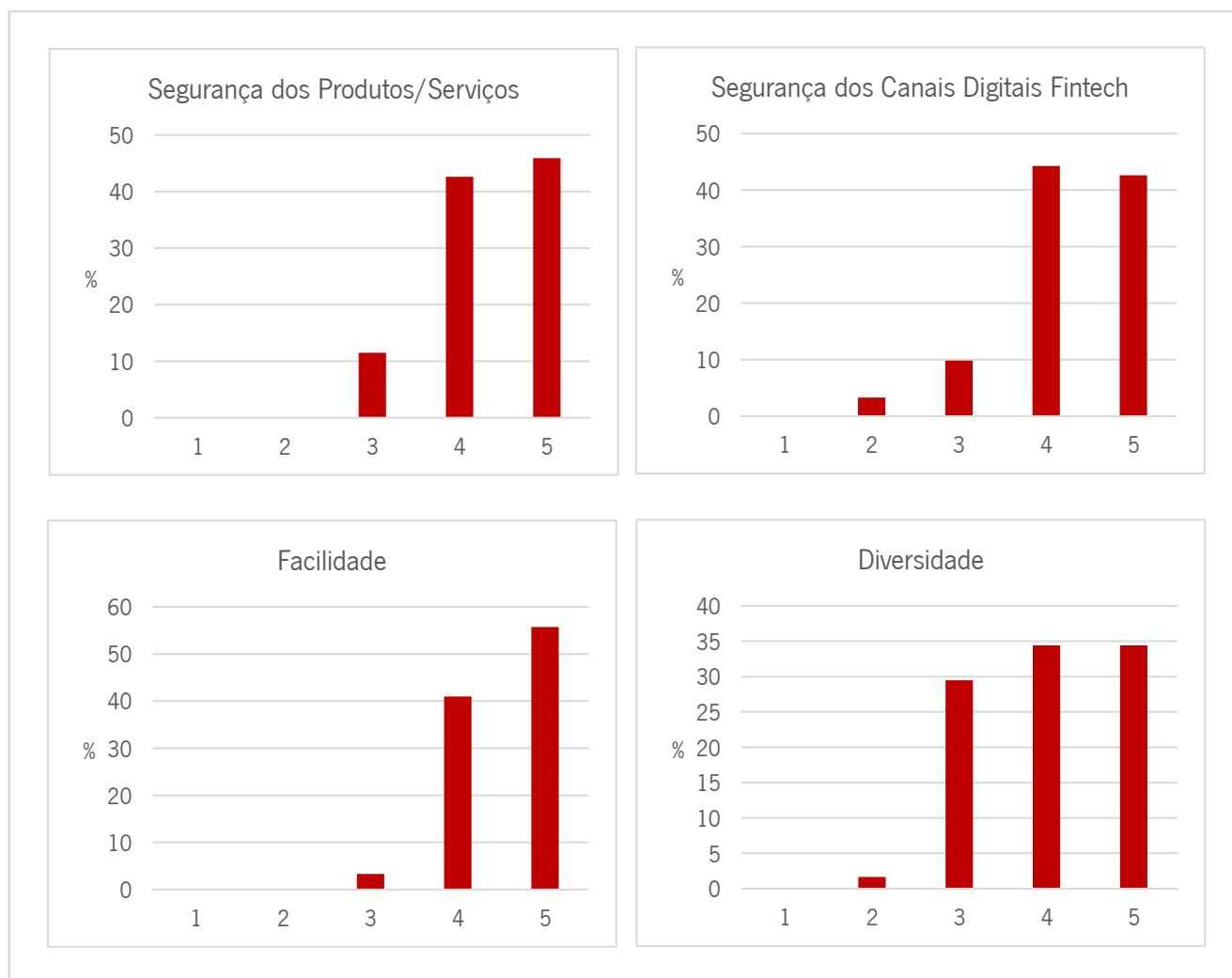
A nível global, historicamente, o fator mais apelativo para os aderentes é a facilidade comparativa de abertura de conta numa *fintech*. Em 2017, por exemplo, apenas 13% dos consumidores afirmaram que as taxas apelativas eram a sua prioridade, enquanto 30% atribuíram maior relevância à facilidade de abertura de conta.

De acordo com os números de 2019, as prioridades alteraram. Enquanto 20% dizem que a facilidade de abertura de uma conta é mais importante, 27% estão mais preocupados com as taxas e comissões, afirmando que as taxas competitivas são a sua principal prioridade (Índice de Adoção de *Fintech*, 2019).

A influência social e a insatisfação com os bancos tradicionais foram os fatores menos apontados pelos clientes como fatores de influência, logo são aqueles que têm menos peso na decisão dos clientes ao optarem por uma *fintech* face a uma instituição tradicional.

Relativamente às *fintech*, os inquiridos foram incitados a avaliar as mesmas em alguns parâmetros.

Figura 4 - Grau de classificação de alguns aspetos das *fintech*



Fonte: Elaboração Própria

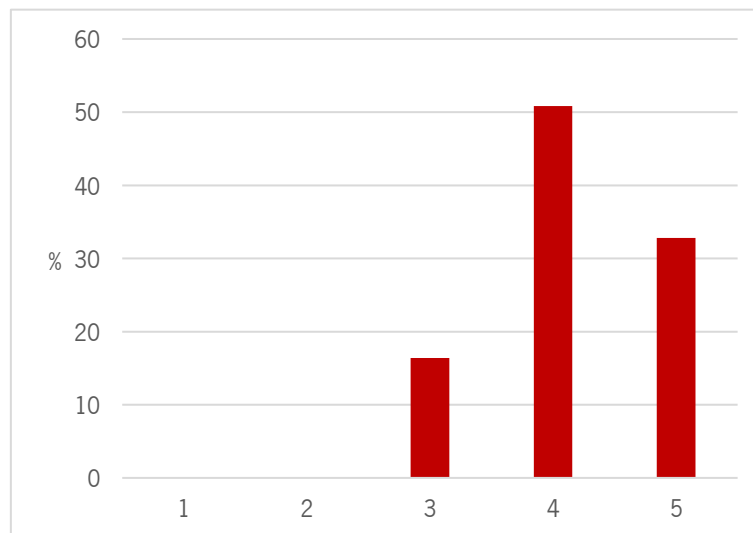
No que diz respeito à segurança dos produtos e serviços oferecidos pelas *fintech*, estes classificam-na essencialmente como muito elevada (45,9%). No entanto, 7 dos 61 inquiridos não se manifestou em relação à classificação no nível de segurança dos produtos/serviços oferecidos pelas *fintech*, e os restantes 42,6% classificou-o no nível 4 numa escala de 1 “Muito Fraco” a 5 “Muito Elevado”.

À semelhança da questão anterior, grande parte dos inquiridos consideram elevada a segurança dos canais digitais das *fintech*, isto é, das plataformas digitais que as suportam, com 42,6% e 44,3% a selecionaram o nível 5 e 4, respetivamente, numa escala de 1 “Inseguro” a 5 “Muito Seguro”. No entanto, nesta questão verificamos 2 indivíduos que consideraram o nível 2 e 6 inquiridos que não se pronunciaram.

Em relação à facilidade do uso no processamento das operações, mais de metade dos inquiridos considera muito fácil (55,7%). Nesta questão, apenas 2 inquiridos revelaram uma opinião neutra em relação à questão e os restantes 41%, classificaram a facilidade no grau 4 numa escala de 1 “Muito Difícil” a 5 “Muito Fácil”.

Foi ainda pedido aos inquiridos que classificassem numa escala de 1 “Nenhuma Diversidade” a 5 “Muita Diversidade”, a diversidade dos produtos oferecidos pelas *fintech*. Nesta questão as opiniões dividem-se com 34,4% a considerar o nível 4 e 5, respetivamente, 29,5% o nível 3 e apenas 1,2% o nível 2. Apesar das respostas negativas serem insignificantes, as respostas a esta questão revelam que ainda existe algum desconhecimento da oferta das *fintech*, o que se verifica nomeadamente pela quantidade de inquiridos que não manifestou opinião (18 de 61).

Gráfico 13 - Grau de satisfação geral

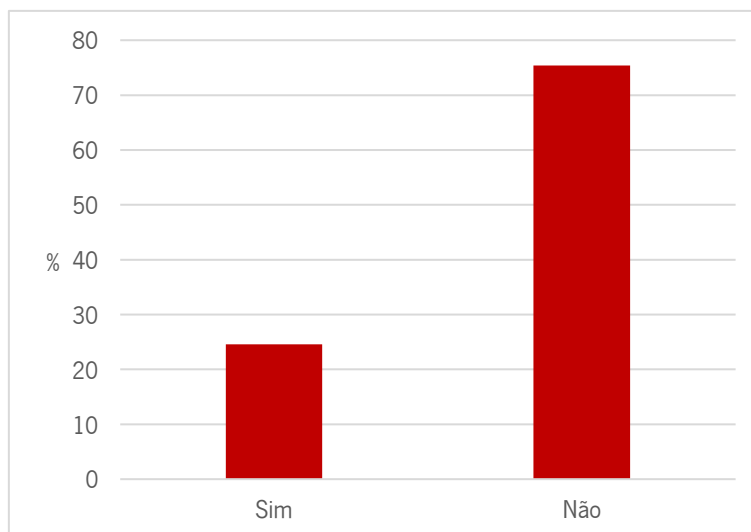


Fonte: Elaboração Própria

Por último, solicitou-se uma avaliação mais geral da satisfação dos inquiridos relativamente à oferta das *fintech*, com a maior parte a optar pelo nível 4 numa escala de 1 “Insatisfeito” a 5 “Muito Satisfeito”. 32,8% selecionaram o nível 5 e 16,4% o nível 3. De facto, é perceptível que ainda não existe uma satisfação total com estes operadores, o que poderá ser também o resultado da falta de conhecimento revelada na questão anterior.

A pandemia da covid-19 provocou um grande impacto na vida da população. Uma das mudanças mais evidentes é o crescimento do uso da internet para fazer compras e a adoção de novas soluções tecnológicas. Neste sentido, é importante perceber se esta teve influência na adoção de serviços oferecidos pelas *fintech*.

Gráfico 14 - Influência da pandemia na adoção de serviços *fintech*



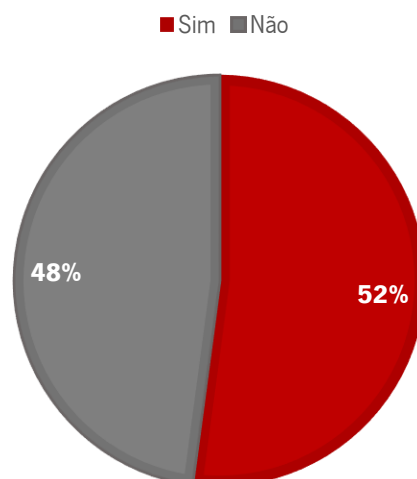
Fonte: Elaboração Própria

Neste caso, esta relação não se verifica na totalidade, uma vez que apenas 15 inquiridos referem que este acontecimento teve de facto impacto na sua adesão aos serviços prestados pelas *fintech*.

7.3 O Futuro das *fintech*

A parte final do inquérito teve como objetivo perceber qual será o futuro das *fintech* no que diz respeito à propensão de adesão por parte dos inquiridos que não são utilizadores.

Gráfico 15 - Expetativa de adesão futura a *fintech*

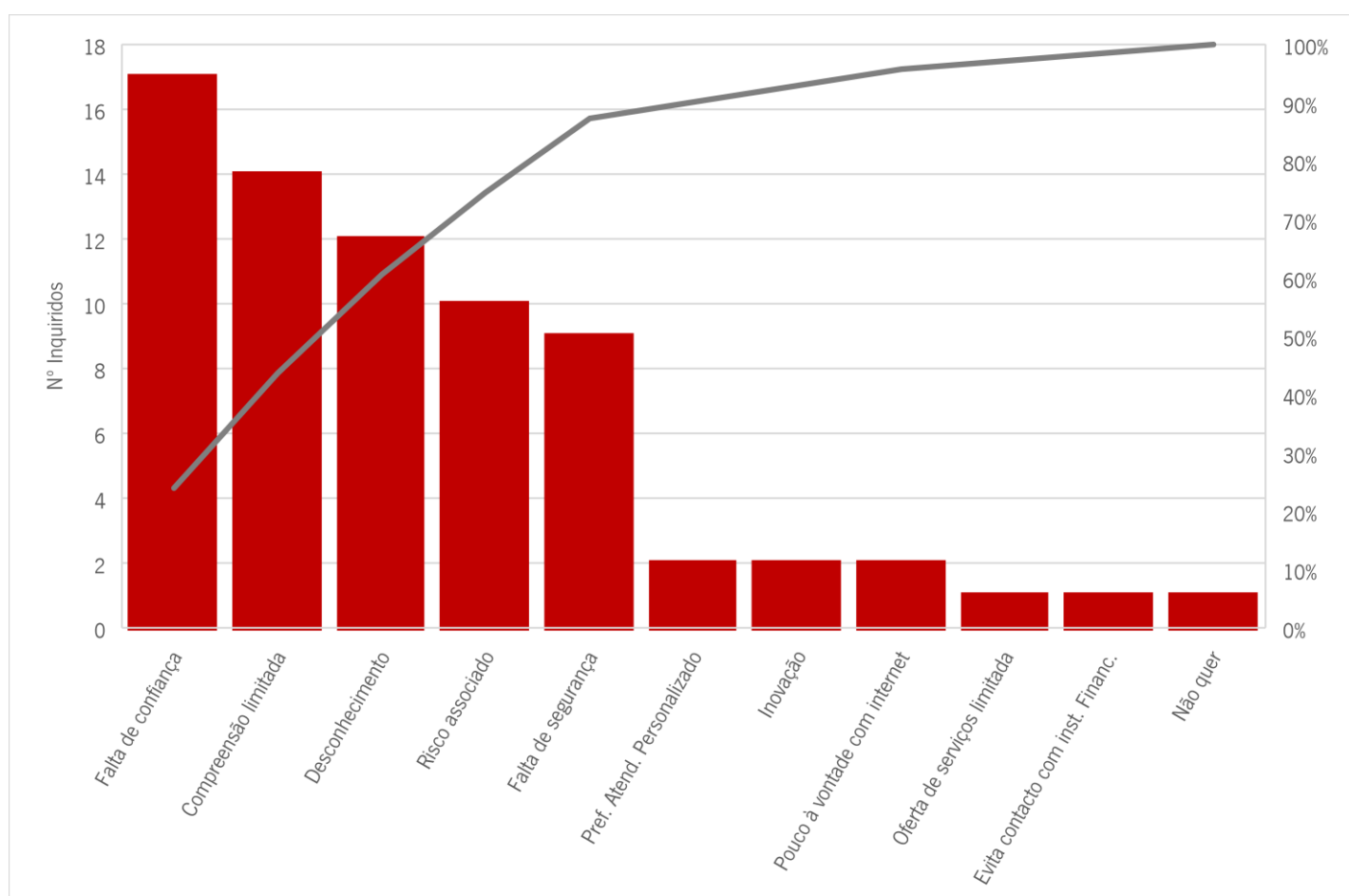


Fonte: Elaboração Própria

Dos inquiridos que não são clientes *fintech* (71) 52,1% pondera aderir no futuro a serviços providenciados pelas mesmas.

De acordo com o Índice de Adoção de *Fintech*, 33% consideraria a utilização de uma nova instituição financeira ao considerar a adesão a um novo serviço. Os consumidores confiam nos principais bancos e companhias de seguros: em 2019, 22% dos inquiridos que não aderiram aos serviços das *fintech* afirmaram que a decisão de manter o seu fornecedor tradicional de serviços financeiros tinha a ver com uma confiança superior nos bancos tradicionais do que nas *fintech*.

Gráfico 16 - Motivos que levam os inquiridos a não ponderar a adesão a serviços prestados por *fintech*



Fonte: Elaboração Própria

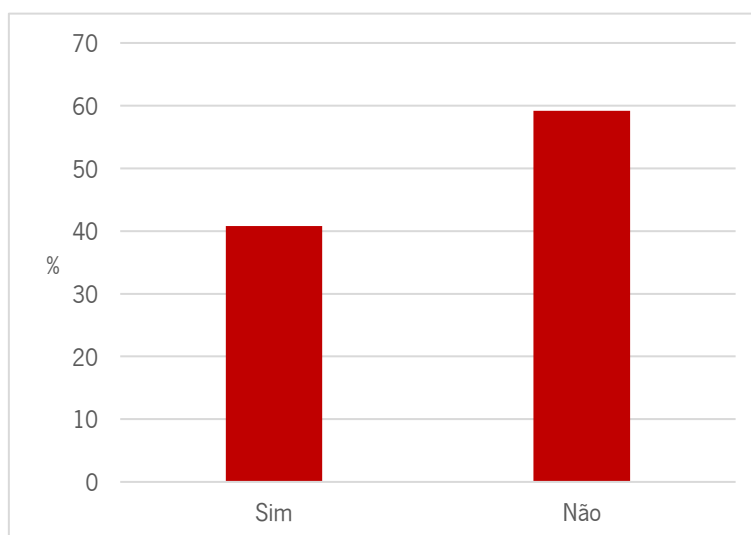
A lenta adoção pode não decorrer inteiramente da falta de confiança, pode ser simplesmente um fenómeno típico de qualquer ciclo de adoção de inovação, devido a indivíduos mais céticos do que a média, apenas dispostos a usarem a inovação se forem muitos a adotá-la ou indivíduos relutantes em desistir das formas tradicionais até que seja absolutamente necessário (Índice de Adoção de *Fintech*, 2019).

Os restantes 47,9% de indivíduos, cerca de metade, que não ponderam aderir a serviços *fintech* no futuro, apresentam como principais motivos a falta de confiança (20,2%), a compreensão limitada em relação ao seu funcionamento (17,9%), a falta de conhecimento da sua existência (16,7%), o risco associado (14,3%), a falta de segurança (11,9%) e a preferência pelo atendimento personalizado (10,7%). Os consumidores nem sempre preferem uma abordagem assente meramente em tecnologia – quando se trata de atendimento ao cliente, só 27% dos aderentes das *fintech* em todo o mundo afirmaram que prefeririam falar com o seu banco através de uma plataforma digital ao invés dos canais tradicionais de contacto pessoal (Índice de Adoção de *Fintech*, 2019).

Assim, enquanto estão a impulsionar a adoção de plataformas e mercados centralizados por meio da tecnologia as *fintech* podem beneficiar também de parcerias com bancos que, por sua vez, beneficiam do desenvolvimento interno, gerando esta colaboração uma melhor experiência para o cliente (Índice de Adoção de *Fintech*, 2019).

A inovação, o pouco à vontade com a internet e a oferta limitada de serviços, foram os motivos menos apontados. Foram ainda apontados dois motivos por 2 inquiridos, não incluídos nas opções, sendo eles: “Evito ao máximo contacto com instituições financeiras” e “Não quero”.

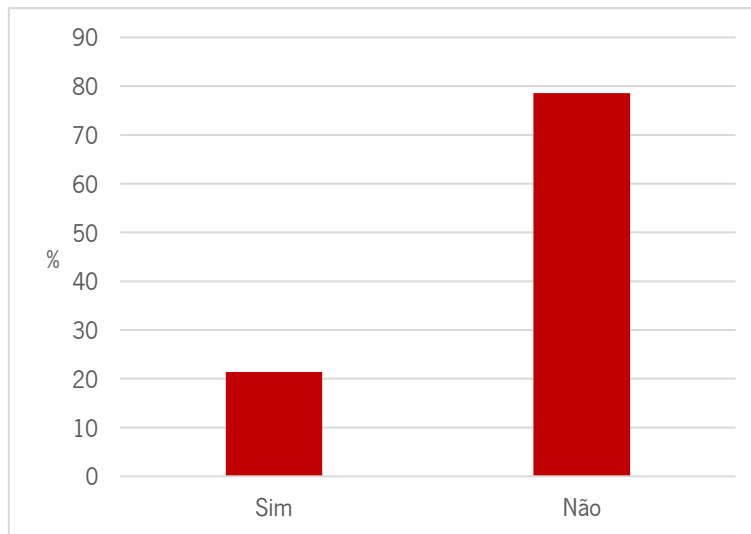
Gráfico 17 - *Expetativa de substituição dos bancos tradicionais por fintech*



Fonte: *Elaboração Própria*

Quando questionados, se consideram que no futuro as *fintech* poderão substituir completamente as instituições financeiras tradicionais, a maior parte das pessoas (59,2%) considera que isso não acontecerá, no entanto temos 40,8% dos inquiridos a acreditar que esta substituição poderá acontecer futuramente.

Gráfico 18 - Confiança de todo o património financeiro a fintech face a instituições financeiras tradicionais



Fonte: Elaboração Própria

A última questão visa intensificar a transição das instituições financeiras tradicionais para as *fintech* e perceber se desta forma os inquiridos confiariam todo o seu dinheiro a estas instituições, com apenas 21,4% inquiridos a responder positivamente a esta questão, o que revela que talvez haja algum nível de abertura para confiar o seu dinheiro a uma *fintech*, no entanto, demonstra desconfiança por parte dos inquiridos da amostra analisada. Verificamos assim que ainda há uma elevada relutância quanto a estas entidades, explicada na sua maioria pela falta de conhecimento sobre as mesmas constatada nas questões anteriores.

Tabela 4 – Expetativa de substituição *fintech*/Bancos tradicionais vs. Confiança de todo o património financeiro a *fintech*

		Confiança de Todo o Património Financeiro a Fintech face a Instituições Financeiras Tradicionais		Total
		Sim	Não	
Expetativa de Substituição dos Bancos Tradicionais por Fintech	Sim	14	26	40
	Não	7	51	58
Total		21	77	98

Fonte: Elaboração Própria

Através do cruzamento das duas variáveis analisadas anteriormente, é possível verificar que 26 inquiridos, apesar de não confiarem o seu dinheiro a uma instituição *fintech*, acreditam que realmente os bancos tradicionais poderão ser substituídos pelas *fintech*. A maior parte dos inquiridos que, apesar de ponderar a adesão às *fintech*, não confiaria todo o seu património monetário às mesmas (51 inquiridos), acreditam também que estas não irão substituir os bancos tradicionais no futuro.

Já no grupo de inquiridos que confiaria todo o seu dinheiro a *fintech* em contrapartida da banca tradicional, apenas 7 acreditam que os bancos tradicionais irão prevalecer no mercado.

Tabela 5 - Teste de independência das variáveis: Expetativa de substituição fintech/bancos tradicionais vs. confiança de todo o património a fintech

	Testes qui-quadrado		
	Valor	df	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	7,394	1	,007

Fonte: Elaboração Própria

Através da realização do teste de independência de Qui-quadrado, conseguimos concluir que as variáveis analisadas anteriormente são dependentes uma vez que o *p-value* < 0,05, pelo que se rejeita a hipótese nula (H_0 – As variáveis são independentes).

8. Conclusão

O presente estudo visou compreender o crescimento das *fintech* em Portugal, bem como as motivações dos indivíduos para adotarem novas tecnologias bancárias, bem como, para aderirem a serviços tecnológicos oferecidos pelas *fintech*. A análise dos resultados, obtidos por meio de um inquérito aplicado a uma amostra da população em estudo, envolveu análises descritivas.

No que diz respeito à utilização dos serviços financeiros online dos bancos tradicionais, verifica-se uma não dependência dos indivíduos do balcão físico, com 42% dos inquiridos que nunca se dirige a um balcão e uma elevada adesão aos canais digitais representada por 97% dos inquiridos (128), sendo que 66% destes, acedem 1 a 5 vezes por semana. Os restantes 3% apresentam como principais motivos para a não utilização dos mesmos, a preferência pelo atendimento personalizado (entenda-se presencial), e a falta de confiança, estas representam também as maiores vantagens da banca tradicional, tal como abordado na parte teórica do trabalho, sendo este um tema com que as *fintech* têm de se debater face à ausência de balcões físicos por parte destes operadores.

Os principais dados retidos relativamente à utilização de *fintech* foram os motivos invocados para abrir conta – menos custos, comodidade, simplicidade no processamento das operações e a disponibilidade 24h por dia, 7 dias por semana. A banca tem de reconhecer que terá de melhorar nestes indicadores. Verifica-se que existe ainda um desconhecimento grande sobre *fintech* e uma fraca utilização das mesmas. No estudo em causa, mais de metade dos inquiridos não é utilizador e 47% não pondera aderir, apresentando como principais motivos a falta de confiança (20,2%), a compreensão limitada em relação ao seu funcionamento (17,9%) e a falta de conhecimento da sua existência (16,7%).

No entanto também foi recolhida a informação que cerca de 53% dos inquiridos, ponderam aderir a serviços *fintech* no futuro e cerca de 40% dos inquiridos considera que as mesmas poderão substituir os bancos tradicionais no futuro. Uma nota positiva para os bancos, por ainda ser o setor mais relevante, mas também um alerta, que não podem desacautelar-se face à evolução repentina dos novos operadores do mercado financeiro.

Assim, os clientes demonstram abertura para a transformação digital e demonstram uma disposição considerável para ver as suas interações bancárias evoluírem e centrarem-se em plataformas digitais, como um meio para fortalecer o seu relacionamento com o banco, mantendo um nível substancial de confiança novo formato de serviço oferecido.

Analisando os últimos anos do setor financeiro, fica evidente que a transformação digital ocorreu a um ritmo acelerado, tornando-se desafiador projetar o que o futuro nos reserva.

Assim, seja num contexto de competição ou cooperação, os bancos e a indústria financeira em geral enfrentam um desafio cada vez mais relevante relacionado com a tecnologia que avança a um ritmo vertiginoso: otimizar as infraestruturas existentes enquanto tentam acompanhar o avanço tecnológico e incorporar a inovação nos seus sistemas de informação, com o objetivo de usar a tecnologia para impulsionar novos modelos de negócio e prestar novos serviços aos clientes (Ganguly, 2015).

Deste modo, a banca do futuro será o resultado da sinergia entre os pontos fortes de bancos tradicionais e *fintech*. Esta relação é muito promissora e será cada vez mais necessária para o sucesso de ambas as partes.

O trabalho efetuado e o método utilizado assente na análise dos dados quantitativos e qualitativos obtidos, evidenciam que há um desafio para o setor bancário. No entanto, também demonstram que, em parceria quando apropriado, ou em concorrência, bancos e *fintech* podem coexistir no mercado.

A principal limitação deste estudo refere-se à escassez de respostas, a amostra apenas permite tirar conclusões em relação às pessoas que foram inquiridas, não sendo possível extrapolar para o universo. Para além disso, o trabalho tinha como objetivo inicial analisar tanto as empresas como os particulares, no entanto, dado o escasso número de respostas obtidas por parte das empresas, o que levaria a conclusões muito limitadas em relação a este tipo de cliente, o estudo foi apenas limitado a inquiridos particulares. Como trabalho futuro seria também importante questionar outros cidadãos, utilizando mais canais de divulgação do questionário, por forma a termos um universo mais abrangente e obter um panorama global do país. Sugiro ainda que para futuras investigações se entreviste um maior número de intervenientes nestes operadores (*fintech* e bancos), de modo a perceber as suas perspetivas e não apenas as dos clientes.

O estudo estará sempre em atualização, face à velocidade dos avanços tecnológicos e ao grande dinamismo do mercado financeiro. No entanto, apesar das limitações e obstáculos encontrados, considero que este trabalho se tratou de um contributo para esta temática.

Referências bibliográficas

- Abdul-Rahim, R., Bohari, S. A., Aman, A., & Awang, Z. (2022). Benefit–Risk Perceptions of FinTech Adoption for Sustainability from Bank Consumers' Perspective: The Moderating Role of Fear of COVID-19. pp. 4-24.
- ActivoBank. (s.d.). *ActivoBank / O Banco que Simplifica*. Obtido de <https://www.activobank.pt/pt/>
- Andrade, J. F., & Palmeiro, M. (2019). *Portugal Fintech Report 2019*. Obtido de <https://www.portugalfintech.org/download-the-report-2019>
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (1 de Outubro de 2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? *University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No. 2015/047*, pp. 1-45.
- ASF. (2018). *Relatório de Atividade ASF*.
- Autoridade da Concorrência. (Outubro de 2018). Inovação Tecnológica e Concorrência no Setor Financeiro em Portugal. *Issues Paper*.
- Banco de Portugal. (Janeiro de 2021). *Caracterização das IP, IME e entidades fintech que atuam em Portugal*. Obtido de https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/relatorio_de_caracterizacao_das_ip_ime_e_entidades_fintech.pdf
- Banco de Portugal. (2022). *Autoridades reguladoras lançam 4ª edição do Portugal FinLab*. Obtido de Banco de Portugal: <https://www.bportugal.pt/comunicado/autoridades-reguladoras-lancam-4a-edicao-do-portugal-finlab-0>
- Banco de Portugal. (s.d.). *Glossário*. Obtido de Banco de Portugal: <https://www.bportugal.pt/glossario/b>
- Biernacki, K. (2013). E-banking innovations in Poland. *Perspectives of Innovations Economics and Business*, pp. 13(2), pp. 49-57.
- Bofondi, M., & Gobbi, G. (2017). The Big Promise of Fintech. *European Economy - Banks, Regulation, and the Real Sector*, pp. 107-117.
- Buchak, G., Matvos, G., Piskorski, T., & Seru, A. (2018). Fintech, regulatory arbitrage, and the rise of shadow banks. *Journal of Financial Economics*, pp. 1-39.
- Capgemini, & EMFA. (2016). *World Retail Banking Report*.
- CARMA Insight. (11 de Março de 2022). *Normalização da política monetária é desejável*. Obtido de <https://insight.carma.com/a/0bd36908-cc6a-4c6e-8339-1db1286ad548>
- Cassiolato, J. F. (2022). FINTECH VERSUS BANCO TRADICIONAL: UMA REVOLUÇÃO DO MERCADO. *Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR*, Vol 23, N 1, pp. 910-921.
- Citi GPS: Global Perspectives & Solutions. (Março de 2016). Digital Perspectives & Solutions. pp. 4-95.
- Clair, C. L. (Junho de 2015). TechRadar: Digitizing Operational Processes Q2 2015. *Forrester*.
- CMVM - Portugal Finlab. (s.d.). *Portugal Finlab*. Obtido de www.portugalfinlab.org.
- Deloitte. (2016). *Disaggregating fintech*. Obtido de Brighter shades of disruption: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/us-fsi-disaggregating-fintech-brighter-shades-of-disruption.pdf>

- Dhar, V., & Stein, R. M. (2017). FinTech Platforms and Strategy. *Communications of the ACM*, pp. 2-3.
- Dietz, M., Khanna, S., Olanrewaju, T., & Rajgopal, K. (1 de Fevereiro de 2016). *Cutting through the noise around financial technology*. Obtido de McKinsey & Company Financial Services: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/cutting-through-the-noise-around-financial-technology>
- Drucker, P. (1998). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, pp. 149-157.
- ECO. (Março de 2019). *MoneyConf, a conferência Fintech do Web Summit, muda-se para Lisboa*. Obtido de ECO: <https://eco.sapo.pt/2019/03/10/moneyconf-a-conferencia-fintech-do-web-summit-muda-se-para-lisboa/>
- European Banking Authority. (Agosto de 2017). Discussion Paper on the EBA's approach to financial technology (FinTech). pp. 6-18.
- Evans, D. S. (Abril de 2022). *The Digital Transformation of the Global Economy and the Portuguese Retail Payments System*. Obtido de SIBS: <https://sibs-sites.sibs.pt/sibs/wp-content/uploads/sites/13/2022/04/The-Digital-Transformation-of-the-Global-Economy-and-the-Portuguese-Retail-Payments-System.pdf>
- EY. (2016). *UK FinTech On the cutting edge: An evaluation of the international FinTech sector*. Obtido de EY: <https://euagenda.eu/upload/publications/untitled-107589-ea.pdf>
- EY. (2019). *Global FinTech Adoption Index 2019*. Obtido de EY: https://www.ey.com/en_us/ey-global-fintech-adoption-index
- Ferreira, F. A., & Freitas, A. A. (s.d.). A Inovação Tecnológica e a Qualidade do Sistema Bancário em Portugal: Alguns Potenciais Entraves Estratégicos na sua Optimização.
- Ferreira, P. F. (2014). Rethinking the Portuguese banking sector in a post-crisis context . *NOVA - School of Business and Economics Lisboa*.
- Financial Stability Board. (Maio de 2017). Fintech Credit, market structure, business models and financial stability implications. *Committee on the Global Financial System*.
- Financial Stability Board. (2019). *FinTech and market structure in financial services: Market developments and potential financial stability implications*.
- Ganguly, A. (2015). *European Journal of Business and Innovation Research. Optimization of It and Digital Transformation*, pp. Vol.3, No.2, pp.1-13.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, pp. 537-580.
- Gozman, D., Liebenau, J., & Mangan, J. (2018). The Innovation Mechanisms of Fintech Start-Ups: Insights from SWIFT's Innotribe Competition. *Journal of Management Information Systems*, Vol. 35, pp. 145-179.
- Hirt, M., & Willmott, P. (Março de 2014). Strategic principles for competing in the digital age. *McKinsey & Company*, pp. 1-14.
- Höbe, L. (2015). The Changing Landscape of the Financial Services. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol.6, No.2, pp. 145-150.

- Jones, W. (2014). Building the opportunity for banks. *Journal of Payments Strategy & Systems*, Vol. 8, No 3, pp. 300-306.
- Jornal de Negócios. (2022). *Quase metade dos balcões de bancos em Portugal fecharam em dez anos*. Obtido de Jornal de Negócios: <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/banca-financas/detalhe/quase-metade-dos-balcoes-de-bancos-em-portugal-fecharam-em-dez-anos>
- Jünger, M., & Mietzner, M. (2019). Banking goes digital: The adoption of FinTech services. *German households*.
- Kim, Y., Choi, J., Park, Y., & Yeon, J. (2016). The Adoption of Mobile Payment Services for "Fintech". *Journal of Applied Engineering Research*, Vol.11, No 2, pp. 1058-1061.
- Lee, D. K., & Teo, E. G. (2015). Emergence of Fintech and the Lasic Principles. *Social Science Research Network*, pp. 1-17.
- Leong, C., Tan, B., Xiao, X., Ter, F., Tan, C., & Sun, Y. (2017). Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China. *International Journal of Information Management*, Vol. 37, No 2, pp. 92-97.
- Luttrell, D., Rosenblum, H., & Thies, J. (2012). Understanding the risks inherent in shadow banking: a primer and practical lessons learned. *Staff Papers, Federal Reserve Bank of Dallas*, pp. 1-11.
- Milkau, U., & Bott, J. (2015). Digitalisation in payments: From interoperability to centralised models? *Journal of Payments Strategy & Systems*, Vol. 9, No.3, pp. 321-340.
- Navaretti, G. B., Calzolari, G., & Pozzolo, A. F. (2017). Fintech and Banks: Friends or Foes? . *European Economy – Banks, Regulation, and the Real Sector*, , pp. 9-31.
- Nitescu, D. C. (2015). Banking Business and Social Media – A Strategic Partnership. *Theoretical and Applied Economics*, pp. 121-132.
- PayPal. (2023). *Sobre nós - PayPal*. Obtido de <https://www.paypal.com/pt/webapps/mpp/about>
- Portugal Fintech. (2022). *Portugal Fintech Report 2022*.
- Rajan, N., George, A., Saravanan, S., Kavitha, J., & C.S., G. (s.d.). An Analysis on Customer Perception towards Fintech Adoption. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, pp. 146-158.
- Raymond, A. R. (2018). Consumer Behaviour Theory: A Theoretical and Practical Approach in Banking Industry. *International Journal of Advances in Management and Economics*, Vol. 3, No 4, pp. 26-34.
- Reis, J. R., Ferreira, F. A., & Barata, J. M. (2013). Technological innovation in banking services: an exploratory analysis to perceptions of the front office employee. *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 11, Issue 1, pp. 34-49.
- Revolut. (2019). *Revolut: o que é e como funciona?* Obtido de <https://www.doutorfinancas.pt/literacia-financiera/revolut-o-que-e-e-como-funciona/>
- Rosalino, H. (2017). BdP tem uma atitude de abertura em relação às Fintech. (ECO, Entrevistador)
- Saksonova, S., & Kuzmina-Merlino, I. (2017). Fintech as financial innovation – the possibilities and problems of implementation, pp. 961

- Santos, R. P. (2017). As Fintech na geração Millennials (Dissertação de Mestrado). *Escola de Gestão, Instituto Superior de Gestão, Lisboa, Portugal*.
- Schueffel, P. (2017). Taming the beast: A scientific definition of Fintech. *Journal of Innovation Management*, Vol. 4, No 4, pp. 32-54.
- Sharma, M., & Chaubey, D. S. (2014). An Empirical Study of Customer Experience and its Relationship with Customer Satisfaction towards the Services of Banking Sector. *Journal of Marketing & Communication*, Vol. 9, Issue 3, pp. 18-28.
- Skinner, C. (2020). *Doing digital : lessons from leaders*.
- Terry, H. P., Schwartz, D., & Sun, T. (Março de 2015). The Future of Finance: The Socialization of Finance. *Goldman Sachs*, pp. 1-9.
- Vives, X. (2016). Competition and stability in banking. The role of regulation and competition policy. . *Princeton University Press*.
- Vives, X. (2017). The Impact of Fintech on Banking. *European Economy - Banks, Regulation, and the Real Sector*, pp. 97-105.
- Walker, A. (2014). Banking without banks: Exploring the disruptive effects of converging technologies that will shape the future of banking. *Journal of Securities Operations & Custody*, Vol. 7, No. 1, pp. 69-80.
- World Economic Forum. (2015). The Future of FinTech: A Paradigm Shift in Small Business Finance. pp. 10-25.
- World Retail Banking Report 2022. (2022). *Incumbent banks must embrace data-centric capabilities to drive personalized customer experiences*. Capgemini.
- Worthington, S., & Welch, P. (2011). Banking without the banks. . *International Journal of Bank Marketing*, pp. 191-201.
- Yawe, B. L., & Prabhu, J. (2015). Innovation and financial inclusion: A review of the literature. *Journal of Payments Strategy & Systems*, Vol. 9, No. 3, pp. 215-228.
- Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). The Fintech phenomenon: Antecedents of financial innovation perceived by the popular press. pp. 16.

Anexo I - Questionário

Estudo sobre Utilização de Novos Produtos e Serviços *Fintech*

Estimado participante,

O meu nome é Márcia Freitas, sou aluna do Mestrado em Economia Monetária, Bancária e Financeira, na Universidade do Minho. Para a realização da minha dissertação, venho pedir a sua colaboração no preenchimento deste questionário relativamente à utilização de serviços prestados pelas *fintech*.

O termo *fintech* refere-se a entidades que operam no setor financeiro e que têm modelos de negócio baseados em tecnologias inovadoras, bem como às próprias tecnologias aplicadas aos serviços financeiros, e que são utilizadas por essas entidades ou pelos tradicionais participantes do sistema financeiro como bancos e instituições de pagamento.

Este questionário pretende aferir de que forma a população e empresas portuguesas estão recetivas a esta nova forma de relacionamento entre as instituições financeiras e o cliente, que passou a ser mediada pelas tecnologias da informação e da comunicação.

A sua participação é voluntária, e é assegurado o anonimato e a confidencialidade dos dados recolhidos que serão utilizados apenas para fins académicos.

O sucesso do estudo em desenvolvimento depende da sua cooperação, sendo que não há lugar a respostas certas ou erradas, mas apenas experiências pessoais.

Agradeço a sua colaboração e disponibilidade!

Caracterização da Amostra

1. Tipo de Cliente *

Marcar apenas uma oval.

- Particular Avançar para a pergunta 2
 Empresa Avançar para a pergunta 6

Caracterização da Amostra (Particulares)

2. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino Avançar para a pergunta 8
 Masculino Avançar para a pergunta 8

3. Faixa Etária *

Marcar apenas uma oval.

- 18 a 30
 31 a 50
 51 a 70
 Mais de 70

4. Habilitações Literárias *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Licenciatura / Bacharelato
- Mestrado / Doutoramento

5. Rendimento Bruto Anual (em euros) *

Marcar apenas uma oval.

- <10.000
- 10.000 a 19.999
- 20.000 a 29.999
- 30.000 a 39.999
- 40.000 a 49.999
- >50.000

Avançar para a pergunta 8

Caracterização da Amostra (Particulares e Empresas)

8. Distrito *

9. Em quantas instituições financeiras possui conta bancária? *

Marcar apenas uma oval.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Mais do que 5

10. Com que frequência se dirige ao balcão da (s) instituição (ões) onde possui conta? *

Marcar apenas uma oval.

- Semanalmente
- Mensalmente
- Semestralmente
- Anualmente
- Nunca

Recurso aos canais digitais

11. Utiliza os meios digitais da seu banco? *

Por exemplo: Gere as suas contas bancárias, acede a produtos bancários ou realiza pagamentos, a partir de um computador ou de um telemóvel, por meio da página online ou app do seu banco.

Marcar apenas uma oval.

- Sim Avançar para a pergunta 13
- Não Avançar para a pergunta 12

Recurso aos canais digitais

Se a sua resposta foi "Não":

12. Quais os motivos que o levam a não utilizar os meios digitais do seu banco? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Falta de confiança.
- Falta de segurança.
- Inovatividade.
- Risco associado.
- Falta de conhecimento da sua existência.
- Pouco à vontade com a internet.
- Compreensão limitada em relação ao seu funcionamento.
- Preferência pelo atendimento personalizado.
- Outra: _____

Avançar para a pergunta 17

Recurso aos canais digitais

Se a sua resposta foi "Sim":

13. Com que frequência acede a serviços financeiros através da Internet? *

Marcar apenas uma oval.

- 1 a 5 vezes por dia
- 1 a 5 vezes por semana
- 1 a 5 vezes por mês

14. Qual o seu grau de satisfação em relação aos canais digitais fornecidos pelo seu banco? *

Considere a opção 3 como opinião neutra em relação a esta questão.

Marcar apenas uma oval.

Insatisfeito

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

15. O que valoriza nos canais digitais do seu banco? Indique de 1 a 5, o grau de influência dos seguintes fatores. *

Considere que 1 corresponde a "Não influencia" e 5 a "Influencia Totalmente"

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Comodidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Simplicidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rapidez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. As operações realizadas nos canais digitais do seu banco estão sujeitas a algum custo? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Sim	Não	Não sei
Operações de Consulta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pagamentos de Bens e Serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pagamentos ao Estado e Judiciais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transferências Nacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transferências Internacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de comércio internacional (Abertura de CDI/CDE)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Operações de Poupança (depósitos/contas rendimento)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Investimento (Fundos de Investimento / Ordens de Bolsa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Créditos (Descoberto/contas ordenado/ <small>crédito pessoal/ micro crédito/ micro crédito</small>)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguros (Vida/ Não Vida/ Não Vida)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avançar para a pergunta 17

Fintech

O termo fintech refere-se a entidades que desenvolvem produtos financeiros totalmente digitais, nas quais o uso da tecnologia é o principal diferencial em relação às empresas tradicionais do setor e podem oferecer as mais diversas soluções, como cartão de crédito, conta digital, cartão de débito, empréstimos, seguros, entre outros. A maioria delas permite que os clientes controlem os produtos inteiramente através de meios digitais (smarthphones, computadores, tablets), sem nunca precisar de se dirigir a um estabelecimento físico.

Exemplos: Revolut, Activobank, moey!, PayPal

17. É cliente de alguma fintech? *

Marcar apenas uma oval.

Sim Avançar para a pergunta 18

Não Avançar para a pergunta 27

Fintech

Responda às perguntas seguintes tendo por base a sua experiência enquanto utilizador de fintech.

18. É cliente de qual/ais fintech? *

Marcar tudo o que for aplicável.

Revolut

EasyPay

Openbank

Raize

Wise

moey!

N26

PayPal

Activobank

Outra: _____

19. Qual/ais destas operações realiza na fintech da/s qual/ais é utilizador? *

Marcar tudo o que for aplicável.

Pagamentos e Transferências

Blockchain e Crypto

Gestão de Finanças Pessoais

Mercados de Capitais e Gestão de Patrimónios

Regtech e Cibersegurança

Financiamento Alternativo

Seguros

Empréstimos

Cartões de Crédito

Outra: _____

20. Indique de 1 a 5, o grau de influência dos seguintes fatores na decisão de optar por realizar estas operações através de uma fintech em contrapartida de uma instituição financeira tradicional? *

Considere que 1 corresponde a "Não influencia" e 5 a "Influencia Totalmente"

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Ausência/Redução de custos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comodidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Simplicidade no processamento das operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso a produtos e serviços diferentes e inovadores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Insatisfação com os bancos tradicionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influência social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melhor qualidade dos produtos/serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de serviços 24h por dia, 7 dias por semana.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade na abertura de conta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Como classifica o nível de segurança dos produtos/serviços oferecidos pelas fintech? *

Considere a opção 3 como opinião neutra em relação a esta questão.

Marcar apenas uma oval.

Muito Fraca

1

2

3

4

5

Muito Elevada

22. Como classifica o nível de segurança dos canais digitais oferecidos pelas fintech? *

Considere a opção 3 como opinião neutra em relação a esta questão.

Marcar apenas uma oval.

Inseguro

1

2

3

4

5

Muito Seguro

23. Como classifica a facilidade do uso no processamento das operações em termos digitais? *

Considere a opção 3 como opinião neutra em relação a esta questão.

Marcar apenas uma oval.

Muito Difícil

1

2

3

4

5

Muito Fácil

24. Como classifica a diversidade de produtos e serviços oferecidos pelas fintech? *

Considere a opção 3 como opinião neutra em relação a esta questão.

Marcar apenas uma oval.

Nenhuma Diversidade

1

2

3

4

5

Muita Diversidade

25. Qual o seu grau de satisfação geral relativamente aos produtos/serviços oferecidos pelas fintech? *

Considere a opção 3 como opinião neutra em relação a esta questão.

Marcar apenas uma oval.

Insatisfeito

1

2

3

4

5

Muito Satisfeito

26. A pandemia do covid-19, e o conseqüente confinamento, teve influência na adoção de serviços oferecidos por fintech? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Avançar para a pergunta 30

Fintech

O termo fintech refere-se a entidades que desenvolvem produtos financeiros totalmente digitais, nas quais o uso da tecnologia é o principal diferencial em relação às empresas tradicionais do setor e podem oferecer as mais diversas soluções, como cartão de crédito, conta digital, cartão de débito, empréstimos, seguros, entre outros. A maioria delas permite que os clientes controlem os produtos inteiramente através de meios digitais (smartphones, computadores, tablets), sem nunca precisar de se dirigir a um estabelecimento físico.

Exemplos: Revolut, Activobank, moey!, PayPal

27. Pondera aderir a serviços providenciados por uma fintech? *

Marcar apenas uma oval.

Sim *Avançar para a pergunta 30*

Não *Avançar para a pergunta 29*

Fintech

Se a sua resposta foi "Não":

28. O que o leva a não ponderar a utilização de serviços prestador por uma fintech? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Falta de confiança.
- Falta de segurança.
- Inovatividade.
- Risco associado.
- Falta de conhecimento da sua existência.
- Pouco à vontade com a internet.
- Compreensão limitada em relação ao seu funcionamento.
- Preferência pelo atendimento personalizado.
- Oferta de serviços limitada.
- Outra: _____

Futuro Fintech

29. Considera que no futuro as fintech poderão substituir completamente as instituições financeiras tradicionais? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

30. Confiaria todo o seu dinheiro a instituições fintech em contrapartida de instituições financeiras tradicionais? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não