



Disrupção nos Serviços Financeiros:
Geração Y *versus* Z Portuguesa e Angolana

Lutuika Félix Araújo Joaquim

Dissertação apresentada no Instituto Superior de Gestão
para obtenção do Grau de Mestre em Gestão Financeira

Orientador: Professor Doutor Rui Moreira de Carvalho

Lisboa

2020

Resumo

A segunda década do século XXI assistiu à emergência de empresas financeiras tecnológicas (*Fintech*), caracterizadas por um novo modelo de investimento e de negócio: oferecem serviços focados nos consumidores, suportadas em plataformas digitais e privilegiam a análise de risco algorítmica.

Uma nova onda tecnológica, disruptiva, assente na inovação digital em equipamentos de telecomunicações móveis, eleva a um novo patamar as possibilidades de criação de um sistema financeiro mais inclusivo e direcionado às necessidades dos consumidores, mas também, gera novos desafios para às autoridades de supervisão.

Assim, e tendo como premissa os desafios da inovação tecnológica nos serviços financeiros, e que as organizações criadoras de produtos ou serviços disruptivos procuram dar resposta às necessidades por satisfazer dos consumidores, este trabalho analisa o aparecimento e desenvolvimento das *Fintechs* e como os seus produtos e serviços são utilizados e valorizados pela Geração Y (Millennials) e Geração Z (Nativos Digitais) portuguesa e angolana.

O levantamento de dados foi realizado através de questionário estruturado com dezasseis questões, fechadas e de carácter obrigatório, disponibilizado em plataforma digital difundido através de e-mails. Foram rececionados e validados 148 questionários, os quais foram alvo de tratamento estatístico com recurso ao Programa de Excel da Microsoft.

O grau de desconhecimento sobre as *Fintechs* e sobre o seu impacto no sector bancário, a que acresce a não representatividade da amostra, representa uma limitação à presente investigação.

Um mundo de relações suportadas em serviços baseados em dados requer novas formas de negociação, particularmente tendo em conta a velocidade com que a inovação e a disrupção despontam. Tais relações estão longe de serem simples. Exigem investimentos significativos para desenvolver estratégias, procurar parceiros adequados, estabelecer níveis e canais de comunicação, alinhar processos, promover conteúdos e responder de forma flexível às mudanças de condições, tanto internas como contextuais.

Palavras-chave: Angola e Portugal, Geração Y, Geração Z, Disrupção e Serviços Financeiros

Abstract

The second decade of the 21st century, saw the emergence of technologic and financials companies (Fintech), featured a new investment and business model: offer services focused on consumers, supported on digital platforms and privilege algorithmic risk analysis.

A new technologic wave, disruptive, based on digital innovation in mobile telecommunication equipment, takes the possibilities of creating a more inclusive financial system to the needs of consumers to a new level, but also create new challenges for supervisory authorities.

Therefore, and with premise on challenges technologic innovation in financial services, and that the creators organization of disruptive products or services seek to respond to the unmet needs of consumers, this work analyses the appearance and development of *Fintechs* and how your products and services are used and valued, by Generation Y (Millennials) Generation Z (Digital Natives) Portuguese and Angolan.

The data collections were carried out through a structured questionnaire with sixteen questions, closed and mandatory, made available on digital platform, disseminated by e-mails. 148 questionnaires were received and validated, which were subject to statistical treatment using the Microsoft excel program.

The lack of knowledge about *Fintechs* and their impact on the banking sector, that in addition a non-representativeness of the sample, represents a limitation to the present investigation.

A world of relationships supported by data-based require a new form of negotiation, particularly given the speed at which innovation and disruption are emerging. Such a relationship, are far from simple. They require significant investments to develop strategies, seek suitable partners, establish levels and channels of communication, align processes, promote content and respond flexibly to changing conditions, both internally and contextually.

Keywords: Angola and Portugal, Generation Y, Generations Z, Disruptions e Financial Services.

Agradecimentos

A conclusão deste trabalho é um momento de alegria e também um momento para agradecer o precioso apoio de várias pessoas que estiveram presentes durante a sua realização. A todos aqui deixo o meu agradecimento sincero.

Agradeço a Deus porque na sua palavra encontro a força que preciso para continuar caminhando.

Ao Professor Doutor Rui Moreira de Carvalho por ter acreditado em mim, pela sua orientação, colaboração e pela experiência de aprendizagem que me proporcionou.

Ao Professor Doutor Álvaro Dias pelas suas recomendações durante o Seminário Metodológico.

Aos colegas e amigos que me acompanharam durante o Mestrado.

São também dignos de uma nota de apreço todos que aceitaram participar no estudo através do preenchimento do questionário e cujo contributo foi crucial para a concretização do meu trabalho.

Por último, mas não menos importante quero agradecer à minha família, em particular aos meus pais e ao meu avô, que sempre me apoiaram e cujos exemplos de perseverança me incentivaram nos momentos mais difíceis de estudo e reflexão.

À minha Família.

Abreviaturas

AdC – Autoridade da Concorrência

APB - Associação Portuguesa de Bancos

App - Aplicação móvel

ATM - Automatic Teller Machine (Caixa Automático Multibanco)

BdP – Banco de Portugal

BIS - *Bank for International Settlements*

BNA - Banco Nacional de Angola

BRL - Real Brasileiro

IA – Inteligência Artificial

IFB - Instituto de Formação Bancária

LISPA - Laboratório de Inovação do Sistema de Pagamentos

Glossário

Bigtech – Expressão usada para categorizar grandes operadoras de tecnologia digital. A título de exemplo os GAFA (*Google, Amazon, Facebook e Apple*).

Blockchain – Banco de dados com um protocolo que descreve como as transações são definidas, conectadas, transmitida e coletadas.

Crowdfunding – modelo de angariação de fundos para financiar projetos, através de plataformas digitais.

Deep learning – técnica de máquinas que aprendem que ensinam computadores a fazer o que é natural para os humanos: aprender pelo exemplo.

Fintech – termo para caracterizar as empresas que combinam serviços e produtos financeiros com tecnologias modernas e inovadores.

Geração Y- Expressão usada para caracterizar os indivíduos nascidos entre 1980 à 1994, a geração *millennials*.

Geração Z- Expressão usada para caracterizar os indivíduos nascidos entre 1995 à 2004, a geração nativos digitais.

Neobancos – *Fintech* que dispõem de licença bancária, totalmente digitais.

Shadow banks – *Fintech* que operam sem licença bancária.

Startup – Empresas que apresentam características inovadoras, conceito de negócios diferenciados, sendo que, muitas delas posicionadas no mercado das novas tecnologias de informação e comunicação.

Índice Geral

Resumo	ii
Abstract.....	iii
Agradecimentos	iv
Abreviaturas	vi
Glossário	vii
Índice Geral	viii
Índice de Figuras.....	ix
Índice de Tabelas	x
Índice de Quadros	xi
Índice de Gráficos	xii
Introdução.....	1
1.1 Desenvolvimento do trabalho de investigação.....	4
2. Enquadramento Teórico	5
2.1Contextualização	5
2.2 A inovação tecnológica nos Serviços Financeiros	8
2.3 As novas instituições financeiras digitais.....	11
2.4 Riscos e oportunidades da inovação em Serviços Financeiros	15
2.5 A Geração Y e a Geração Z	19
3. Metodologia	21
3.1 Problemática	21
3.2 Objetivos Gerais e Específicos	22
3.3 Questões de Investigação	22
3.4 Processo de Investigação e Procedimento de Pesquisa	23
3.5 Instrumentos de observação e recolha de dados	23
4. Análise e Interpretação de Resultados	24
4.1 Abordagem estatística	24
4.2 Síntese dos resultados da análise estatística das questões.....	35
5. Conclusões, limitações do estudo e futuras linhas de investigação	38
Bibliografia	41
Apêndice – Questionário	49

Índice de Figuras

Figura 1- Adultos com conta bancaria em 2017 em %	5
Figura 2 - Número de adultos sem conta bancária em 2017	6
Figura 3 - Relação entre a Tecnologia e o Sistema Financeiro	13
Figura 4 - Diferenças por Geração Y e Z.....	20

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Distribuição por Sexo	24
Tabela 2 – Distribuição por Geração	24
Tabela 3 - Caracterização por Nacionalidade.....	25
Tabela 4 – Caracterização por País de Residência	26
Tabela 5 - Habilitações Acadêmicas.....	26
Tabela 6 - Número de Contas Bancárias Ativas.....	27
Tabela 7 - Meio utilizado maioritariamente para realizar as operações/transações	28
Tabela 8 - Caracterização dos aspetos valorizados por um cliente de um banco	29
Tabela 9 - Apresentação de uma pequena listagem de bancos digitais	30
Tabela 10 - Posse conta num banco 100% digital e grau de satisfação com o serviço ..	30
Tabela 11 - Principais vantagens na utilização dos bancos 100% digitais	31
Tabela 12 - Probabilidade de existência de riscos no desenvolvimento de operações através dos canais digitais	31
Tabela 13 – Sobre a transmissão de segurança dos bancos 100% digitais	32
Tabela 14 - Opções tecnológicas que os inquiridos gostariam de ver incorporadas como medida de segurança	33
Tabela 15 - Opinião dos inquiridos sobre <i>Fintech</i> sem licença bancária e a exercer esses serviços.....	33
Tabela 16 - Probabilidade de vir a abrir uma conta num banco 100% digital nos próximos meses	34

Índice de Quadros

Quadro 1 - Quadro resumo da análise das questões	35
Quadro 2 – Continuação quadro resumo da análise das questões	36
Quadro 3 - Questões para verificação de Questões	37

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Distribuição por Geração e Sexo	25
Gráfico 2 - Número de Contas Bancárias por Geração.....	27
Gráfico 3 - Meio utilizado maioritariamente para realizar as operações/transações	28
Gráfico 4 – Valorização de alguns aspetos enquanto clientes de um banco	29
Gráfico 5 - Sobre a transmissão de segurança dos bancos 100% digitais.....	32
Gráfico 6 - Sobre a transmissão de segurança dos bancos 100% digitais por geração..	32
Gráfico 7 - Opinião dos inquiridos sobre <i>Fintech</i> sem licença bancária e a exercer esses serviços.....	34
Gráfico 8 - Probabilidade de vir a abrir uma conta num banco 100% digital nos próximos meses	35

Introdução

A inovação tecnológica nos serviços financeiros é uma realidade, e enquanto, indústria são múltiplas as frentes da pressão disruptiva (Christensen, 2018), a qual está a gerar alterações e mudanças sem precedentes, em escala, velocidade, profundidade e complexidade.

As tecnologias disruptivas podem ser consideradas como o processo pelo qual uma pequena empresa, dotada de poucos recursos, consegue introduzir no mercado um produto ou serviço e enfrentar com sucesso organizações já instaladas (Anand & Mantrala, 2019).

Neste contexto, Carvalho (2019) refere que uma tecnologia disruptiva pode entrar no mercado e fornecer um produto ou serviço com desempenho inferior ao das organizações existentes, mas exceder os requisitos de certos segmentos, conquistando assim, uma franja de mercado.

Por conseguinte, se a inovação é uma ideia ou invenção implementada com sucesso e representa a capacidade de agregar valor aos produtos e serviços de uma empresa diferenciando-a, as tecnologias disruptivas, podem ser definidas como uma proposta de valor diferente, e que geralmente, apresenta um desempenho inferior ao produto estabelecido, mas é mais barato, mais simples e frequentemente tem uma utilização mais fácil ou conveniente (Yovanof & Hazapis, 2008).

Christensen (2018,211) observou que a “disrupção de gama baixa” ocorre quando o ritmo a que os produtos ou processos que são melhorados excede o ritmo a que os clientes conseguem adotar o novo desempenho. Por conseguinte, a dado ponto, o desempenho do produto vai mais além das necessidades de certos segmentos de clientes. Neste caso, uma tecnologia disruptiva pode entrar no mercado e fornecer um produto ou um serviço com um desempenho inferior à estabelecidas, mas exceder os requisitos de certos segmentos, implantando-se, assim, numa franja do mercado. Quando o produto disruptivo afirma a sua posição neste segmento de clientes, irá explorar a tecnologia de forma a melhorar a sua margem de lucro. Por norma, a organização estabelecida pouco faz para defender num segmento não muito lucrativo e geralmente aposta numa maior qualidade, focando-se nos clientes mais atrativos e lucrativos. Mas acabará por ficar limitada a mercados cada vez mais reduzidos, até ao ponto em que a tecnologia disruptiva acaba por satisfazer as

exigências do segmento mais lucrativo, excluindo do mercado a organização estabelecida (Carvalho, 2019).

Para Carvalho (2019), as organizações tendem a abandonar as estruturas hierárquicas, optando por modelos em rede e mais colaborativos. A motivação será cada vez mais intrínseca, impulsionada pelo desejo colaborativo de domínio, independência e significado por parte dos funcionários e da direção. Isto sugere que as empresas se organizarão em equipas deslocalizadas, trabalhadores remotos e colaborações dinâmicas, com uma troca contínua de dados e informações sobre as coisas ou tarefas que estão a ser trabalhadas.

E conclui, observando que estes modelos de negócio baseados em acordos ilustram a extensão da disrupção que ocorre quando ativos digitais e combinações interessantes de plataformas digitais são usadas para reorganizar relacionamentos com ativos físicos conduzindo a uma mudança notável da “propriedade” para o “acesso”.

É neste novo enquadramento do sector financeiro, muito motivado pela evolução tecnológica e pela competição das *Fintech* (empresas financeiras tecnológicas), que têm surgido inúmeras alterações no funcionamento do sistema financeiro. Estas alterações, grandes em âmbito e profundidade, deverão ser acompanhadas, por um lado, por reguladores e supervisores numa perspetiva de preservação da estabilidade financeira e da defesa da concorrência, e por outro, pela compreensão sobre o comportamento dos consumidores das novas gerações Y e Z.

Enquanto consumidores, as novas gerações vão contribuir para uma transformação muito significativa, onde a comunicação pessoal e presencial está a ser profundamente alterada e substituída por soluções tecnológicas preferencialmente móveis (Gyori, 2018).

Assim, a presente dissertação tem como propósito conhecer as tendências e desafios que as empresas financeiras tecnológicas (*Fintech*) estão a produzir no sector financeiro e a forma como a Geração Y (Millennials) e a Geração Z (Nativos Digitais) portuguesa e angolana estão a aderir aos seus serviços e os valorizam.

Pretende-se identificar os serviços financeiros mais privilegiados, as principais vantagens atribuídas aos bancos 100% digitais, a perceção de riscos e opções de segurança e averiguar as tendências de adesão por geração e por nacionalidade.

Em termos de questões de investigação, pretende-se evidenciar se existem diferenças relevantes por geração e por nacionalidade, nas opções de adesão e utilização de serviços e se a licença bancária é valorizada.

Foi identificada a seguinte questão de partida: Existem diferenças relevantes entre a Geração Y (Millennials) e a Geração Z (Digital Natives) na utilização de serviços financeiros digitais?

Contextualizado o problema de pesquisa e os objetivos, cumpre agora apresentar as questões de estudo formuladas e a sua pertinência.

Q1: Existem diferenças na utilização dos serviços financeiros por geração e por nacionalidade?

Esta Questão intenta analisar se o comportamento em relação ao processo de decisão sobre a compra e a utilização dos serviços financeiros é reflexo dos ambientes sociodemográfico, sociocultural, político-legal, económico e tecnológico em que estão inseridos (Kraus, 2017).

Q2: As novas gerações, enquanto utilizadores de serviços das *FinTech*, valorizam a importância de licença bancária?

A crise financeira internacional tornou evidentes as fragilidades do sistema regulador dos mercados financeiros e demonstrou as ineficiências, nos procedimentos de gestão dos riscos (Banco de Portugal, 2019), obrigando a repensar não só as regras do sector, como a ratificados novos acordos, que privilegiam a regulamentação e supervisão dos Bancos Centrais. Neste contexto, considerou-se interessante conhecer a importância atribuída pelas novas gerações à obtenção de licença bancária.

Q3: Existem diferenças na predisposição para abrir conta nos próximos meses por geração e por nacionalidade?

Tendo como pertinente o objetivo de identificar tendências entre comportamentos por atributos (Glass, 2007), o propósito de investigação que alicerça a construção desta Questão consiste em compreender a natureza das vontades, dos desejos e dos padrões de comportamento e de consumo dos inquiridos por geração e por nacionalidade.

A investigação é pedra basilar da aprendizagem e da formação de conhecimento, indispensável a qualquer processo de compreensão ou tomada de decisão (Vilelas, 2017). Enquadrado este propósito, vamos apresentar o desenvolvimento deste trabalho.

1.1 Desenvolvimento do trabalho de investigação

O trabalho está organizado por cinco Capítulos.

No Capítulo 1 procede-se a uma introdução ao tema apresenta-se a questão de partida, o propósito e as questões de investigação.

No Capítulo 2, percorre-se a revisão da literatura relacionada com a inovação tecnológica nos serviços financeiros, explorando o conceito e a atividade das *FinTech*, os riscos e as oportunidades da inovação, da regulamentação e supervisão, e o comportamento das novas gerações enquanto consumidores de serviços financeiros.

No Capítulo 3 apresenta-se a metodologia, o desenho da investigação, os procedimentos e instrumentos de recolha da informação.

No Capítulo 4, expõem-se os resultados obtidos com a respetiva interpretação e discussão.

No Capítulo 5 descrevem-se as conclusões, as limitações do estudo e sugestões para futuras investigações.

Finalmente é disponibilizada a biografia do trabalho em curso.

2. Enquadramento Teórico

Num mundo cada vez mais digital, a tecnologia mudou a forma de trabalhar, mas também, os comportamentos e as expectativas da quase generalidade dos consumidores.

Esta transformação, caracterizada pela conectividade, impulsionada pelas medidas e reformas após crise financeira de 2007, e pela chegada ao mundo do trabalho de novas gerações habituadas ao uso intensivo da tecnologia, obrigou os serviços financeiros a se reinventarem, nomeadamente, a banca tradicional (Gomber, Koch & Siering, 2017).

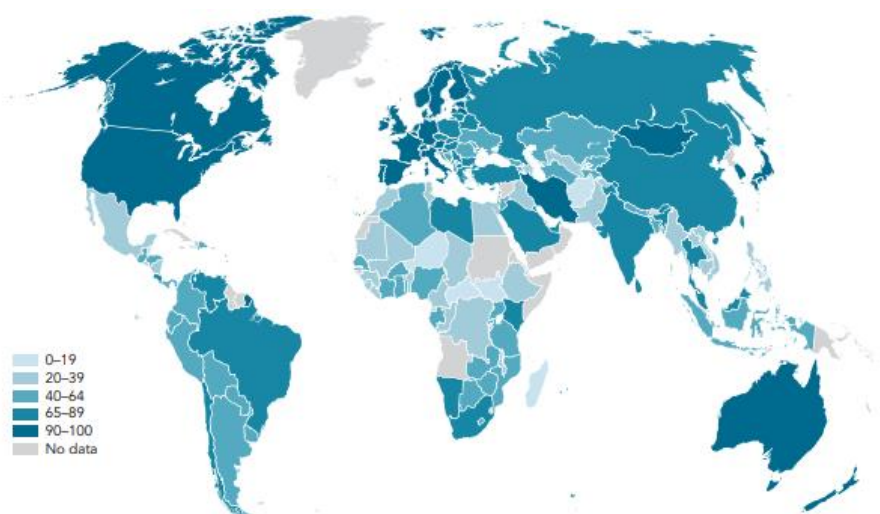
2.1 Contextualização

Apesar de se multiplicarem os casos de incorporação da evolução tecnológica na banca tradicional, a heterogeneidade dos diferentes sistemas em termos globais é bastante grande (Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer, Ansar & Hess, 2018).

Como ilustra a figura 1, nos países mais pobres, particularmente, no continente africano, existe uma percentagem muito elevada de adultos sem conta bancária e por conseguinte, sem acesso a outros serviços financeiros. Globalmente, apenas 69% dos adultos têm uma conta bancária.

A inclusão financeira é, desde o virar do século XX, um dos principais objetivos da ONU e do Banco Mundial, e ter conta bancária é considerado como um indicador de inclusão financeira (Demirgüç-Kunt *et al.*, 2018).

Figura 1- Adultos com conta bancaria em 2017 em %



Fonte: Demirgüç-Kunt *et al.*, 2018, p.17

Em termos absolutos, existem 225 milhões de adultos sem conta bancária na China, 190 milhões na Índia, 100 milhões no Paquistão e 95 milhões na Indonésia. De facto, essas quatro economias, juntamente com a Nigéria, o México e Bangladesh contabilizam quase metade da população não-bancária do mundo (figura 2).

Figura 2 – Número de adultos sem conta bancária em 2017



Fonte: Demirgüç-Kunt *et al*, 2018, p.35

Mas esta questão é particularmente sentida no continente africano, precisamente quando o acesso à internet e às telecomunicações começa a generalizar-se em todo o mundo.

E isto pode fazer muita diferença. Como explica Carvalho (2019), com o aumento da conectividade digital é possível chegar a regiões cada vez mais remotas e disponibilizar serviços até então impossíveis de obter. Assim, esta nova realidade permite a novos utilizadores acederem a um largo leque de mercados.

No caso de Angola, e fruto do Programa de Educação Financeira, desenvolvido pelo Departamento de Inclusão Financeira do Banco Nacional de Angola (BNA), a taxa de bancarização da população adulta cresceu nos últimos anos de 12% para 50% (BNA, 2019).

Tendo o sistema financeiro um papel crucial em tudo o que esteja relacionado com a utilização da moeda, é consensual a importância do acesso aos serviços como forma de inclusão e de integração de hábitos de transparência. A comercialização de produtos com características pouco apropriadas às necessidades da população com baixos rendimentos

e/ou baixos níveis de escolaridade dificulta também o acesso ao sistema financeiro. O desconhecimento das contas de serviços mínimos, a exigência de valores mínimos para abertura de contas, ou saldos mínimos nas contas de depósito à ordem pode ser difícil de cumprir e um fator determinante para a exclusão (Banco de Portugal, 2013).

Na realidade, o processo de inclusão financeira cria um círculo virtuoso ao promover uma maior participação da população no sistema financeiro, possibilitar a captação e a aplicação da poupança, bem como, a sua afetação para financiamento da economia, em particular, o micro-empendedorismo (Carvalho, 2011).

Neste sentido, um sistema financeiro inclusivo contribui para uma melhor gestão das finanças pessoais, reduz o recurso a canais informais de acesso ao crédito e promove práticas seguras e eficientes na prestação de serviços financeiros.

É importante salientar que a concessão de crédito no sector informal, além de ser frequentemente realizada em condições menos favoráveis, não cumpre requisitos de transparência de informação. As famílias que recorrem ao crédito através do sector informal, para criar o seu próprio negócio ou para fins pessoais, enfrentam maiores custos e riscos mais elevados de sobre-endividamento (Banco de Portugal, 2013).

A consciencialização da necessidade de promover a inclusão financeira tem contribuído também para chamar à atenção de que as soluções digitais representam um meio de fornecer acesso a bancos e plataformas de serviços essenciais ao desenvolvimento das economias, nomeadamente, em regiões que não são cobertas por nenhuma infraestrutura bancária, mas em que é possível a utilização de equipamentos móveis (Guilg, 2017).

E, como argumentam Bartlett, Morse, Stanton e Wallace (2019) o advento das *FinTech* é frequentemente visto como um caminho promissor para reduzir a desigualdade no acesso ao crédito. Estes autores evidenciaram que todos os credores, incluindo as *FinTech*, cobram mais às minorias, pelas hipotecas de compra e refinanciamento, mas discriminam menos 40% do que os credores presenciais.

Igualmente é importante ter presente que quase metade da população mundial não tem conta bancária, mas utiliza telemóvel, realidade que está a ser alvo de interesse pelas *FinTech*, que operam sem licença bancária (*shadow banks*) utilizando contas pagamento, com cartões pré-pagos e nalguns casos moedas digitais (Demirgüç-Kunt *et al.*, 2018).

2.2 A inovação tecnológica nos Serviços Financeiros

A origem do termo *Fintech*, pode ser rastreada até ao início dos anos 90, e surgiu num projeto iniciado pelo Citibank em 1993 “*Financial Services Technology Consortium*” (Arner, Barberis, & Buckley, 2015).

À época, o Citigroup estava na vanguarda da inovação tecnológica, e o objetivo da constituição do consórcio, visava estimular a cooperação entre *players* do sector e empresas de tecnologia, de modo a evitar que estas se tornassem prestadoras de serviços financeiros em competição com os bancos (Arner *et al.*, 2015).

O nome nasce da junção das palavras “*Financial*” e “*Technology*”, para caracterizar as empresas que combinam serviços e produtos financeiros com tecnologias modernas e inovadores.

Face à diversidade de serviços não existe uma clara e unanimemente definição de *FinTech*. Inicialmente, surgiu para descrever como os operadores de serviços financeiros usavam a informação e a tecnologia para tornar as suas ofertas de produtos ou serviços mais eficientes, mais económicas ou mais centradas no cliente (Breidbach, Keating & Lim, 2020).

A Autoridade Bancária Europeia (EBA) define *FinTech* como as “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” (Banco de Portugal, 2017a, p.4).

Arner *et al.* (2015) estabelecem uma cronologia da definição recuando a 1833, com a introdução do telégrafo em termos comerciais, passando pelos cabos transatlânticos em 1866, e pela criação das *Automatic Teller Machine* (ATM) em 1967 encomendadas pelo Barclays Bank.

Neste quadro conceptual, consideram que a palavra *FinTech*, é um termo novo para um sector antigo, que a nomenclatura *FinTech 1.0* caracteriza a período do analógico ao digital (1866-1967) que *FinTech 2.0* corresponde ao desenvolvimento dos serviços financeiros digitais tradicionais (1967-2008) e que presentemente estamos numa era de democratização dos serviços financeiros digitais, a qual não é alheia à crise financeira iniciada em 2007 nos EUA e que originou um novo olhar sobre a regulamentação e supervisão (Arner *et al.*, 2015).

É interessante ainda referir que para Arner *et al.*, (2015) a vaga de *FinTech 3.0* surgiu nos países ocidentais de certa forma como uma reação à crise financeira de 2007, enquanto que para a Ásia e para a África, os autores argumentam que a constituição das *FinTech*, tem sido motivada pelos objetivos de desenvolvimento económico e inclusão financeira. Também Varga (2017) considera que o crescimento exponencial do número de empresas de *FinTech* pode ser explicado com referência a pelo menos três forças evolutivas distintas. Primeiro, as empresas perceberam que a tecnologia e especialmente o software, estava a criar uma grande oportunidade para inovar e lançar novos serviços e produtos. O ecossistema construído em torno da tecnologia de TI, da internet e dos equipamentos móveis permitiu às empresas crescer rapidamente e às vezes exponencialmente, com diminuição de custos marginais por acréscimo de utilizador. Segundo, o sucesso das empresas de tecnologia provou que novos modelos de negócios e uma abordagem aberta à cooperação com o ecossistema e com outras indústrias representava oportunidades de negócio lucrativas. Terceiro, os utilizadores foram colocados no centro do design, apresentando os serviços de forma intuitiva e fácil de usar. A aposta no design, no preço e na facilidade permitiu que os serviços tivessem sucesso e se expandissem de forma viral para novos utilizadores.

Para Carvalho (2019), o surgimento dos *smartphone*, com capacidades de processamento milhões de vezes superiores à dos computadores que a NASA utilizou para transportar o homem à lua, e da Internet, com o desenvolvimento explosivo de todos os tipos de dados digitais (texto, imagens, vídeos, cliques, compras, *tweets*, etc.) disponibilizaram uma preciosa matéria-prima para os investigadores treinarem as suas redes em sofisticados sistemas de Tecnologias de Informação (TI) a apreços acessíveis: os dados.

Suportadas neste novo enquadramento, as *FinTechs* procuram atrair clientes com produtos e serviços mais amigáveis, eficientes, transparentes e automatizados que, face à capacidade de recolha e tratamento de dados, podem ser divididas em segmentos, de acordo com o seus propósitos e modelos de negócios. Os segmentos mais frequentes são os pagamentos, as transações, a concessão de crédito, a gestão de ativos, os seguros e a gestão de câmbios (Dorfleitner, Hornuf, Schmitt & Weber, 2016).

Na conceção de crédito pelas *FinTech* as plataformas de *crowdfunding* e P2P (*peer-to-peer*) *lending*, são as formas mais utilizadas (Carvalho, 2019). O *crowdfunding*, representa o processo de angariação de fundos perante uma pluralidade de pessoas, para financiamento ou refinanciamento de um projeto ou atividade empresarial, por meio da

internet. O *P2P Lending* permite a desintermediação das relações de investimento e crédito, permitindo que se empreste dinheiro diretamente para outra empresa ou pessoa. Neste sentido, nem todas as *FinTech* visam adquirir licenças bancárias, pelo que a finalidade da sua atividade, como anteriormente mencionado é diversificada e podem estar ou não sujeitos à supervisão de reguladores (Boot, 2016).

Segundo Gyori (2018), em 2014, existiam em termos mundiais aproximadamente 5.000 *FinTech* e 25.000 bancos. Até 2016, o número de bancos permaneceu praticamente inalterado, mas o número de empresas *FinTech* cresceu para 25.000, o que permitiu estimar que em 2030, o número de bancos deveria cair para 12.000 e o número de *FinTech* deveria crescer para 50.000.

Obviamente, que estas previsões neste momento têm que ser encaradas com algum cuidado face aos efeitos de uma crise económica gerada na sequência da pandemia de Covid-19. Na verdade, o surto de coronavírus quebrou o crescimento das *FinTech*, mas em contrapartida, o digital está cada vez mais, a transformar-se na norma do sector em serviços financeiros acelerando bastante a tendência já iniciada (Patel, 2020).

Relativamente ao sistema bancário incumbente, existem duas realidades distintas: (i) as entidades bancárias tradicionais, que por uma questão de evolução normal integram na sua atividade as melhores práticas e a inovação tecnológica disponível no mercado, ou seja, que se adaptam, e (ii) as entidades bancárias que numa visão proactiva vão antecipadamente procurar nova tecnologia e novos formatos de serviços, ainda não disponíveis, ou pouco divulgados no mercado.

Do outro lado do mercado, estão os bancos de já nasceram 100% digitais, que não priorizam possuir balçães físicos e as operações são exclusivamente realizadas via site ou aplicação móvel (app) (Alt & Puschmann, 2012). A título de exemplo o Revolut e o Activobank.

A estes últimos, Gyori (2018) chama *neobancos* e define-os como *FinTech* que dispõem de licenças bancárias, e que são totalmente digitais. No caso de não terem licença bancária estão normalmente associados a um banco tradicional.

No entanto, também existem instituições que mesmo não tendo licença bancária, utilizam a denominação de Banco, como é o caso do Banco Maré, constituído em 2016 para prestar serviços a pessoas das comunidades carenciadas do Rio de Janeiro (Diniz, 2019), ou o Banco Terra, em Moçambique, que favorece o microcrédito.

2.3 As novas instituições financeiras digitais

Focado inicialmente no Complexo Maré do Rio de Janeiro, atualmente os serviços prestados pelo Banco Maré podem ser realizados em todo o território brasileiro, a conta é digital não bancarizada e a aplicação permite fazer transferências entre utilizadores registados. Nenhum utilizador, pode receber transferências de outros bancos em virtude da instituição não ter licença bancária, e, por conseguinte, não ter código de compensação. Utiliza moeda própria, denominada de Palafita, que possui o mesmo valor do Real Brasileiro (BRL).

De acordo com a apresentação institucional o “Banco Maré é um banco simples para uma vida simples”.

“O Banco Maré oferece uma plataforma de operações financeiras simples voltada às classes C, D e E, mais especificamente desbancarizados e moradores de áreas de risco e de comunidades. Com uma cesta de serviços baseado no aplicativo mobile e amparada pela presença física em comunidades via parcerias com comércios locais, apresentamos uma solução à exclusão financeira que assola milhões de brasileiros e dificulta tanto o dia a dia financeiro, quanto as perspectivas de crescimento económico. Não realizamos análises de crédito, consultas a cadastro de devedores e outras formas de exclusão financeira. Temos a nossa própria moeda digital, a palafita, com base em blockchain, utilizada para realizar as transações financeiras do Banco (Banco Maré, 2020).

Tendo em consideração que só no Brasil existem 55 milhões de pessoas com mais de 18 anos sem conta bancária, o que representa 41,9% da população, são cada vez mais as *FinTech*, que procuram este tipo de cliente. Destes 55 milhões, 6 milhões pertencem à classe alta, 29 milhões à classe média e 20 milhões à classe com rendimentos mais baixos (Futurecom, 2018).

Em 2019, existiam 360 Startups Financeiras, inscritas na Associação Brasileira de *FinTech* (AB*FinTech*), o que representa um acréscimo de 10% face ao ano anterior. Das *FinTech*, cujo alvo principal são os desbancarizados, destacam-se ainda, além do Banco Maré, a Easy Crédito, a Jeito, a Avante, a Moneto e a Pop Recarga (Fonseca, 2020).

Em ambiente de economia digital, o cliente assume uma nova centralidade, aceita partilhar informação sobre si, mas exige a disponibilidade dos serviços em tempo real, ou num curto espaço de tempo (Koffi, 2018).

Esta transformação da relação entre oferta de serviços financeiros e a procura, é irreversível e tem estado na génese do crescimento do número de *Startups* financeiras, também denominadas por *FinTech* (Gomber *et al.*, 2017).

No caso de Angola, o Banco Central informou que por enquanto não está disponível para conceder, licenças bancárias para bancos 100% digitais, pelo que o pedido de autorização de constituição do banco Dubank foi negado (BNA, 2020).

Em Portugal, dos bancos digitais que estão a conquistar os consumidores, alguns continuam a ver negada a licença bancária pelo Banco de Portugal e operam ao abrigo da licença bancária do país de origem da sede. A internet facilita este tipo de operações, oferecendo ao consumidor a opção por uma miríade de soluções apátridas.

Um das razões apresentadas para a recusa de licença de banco digital, reside no facto de que este novo modelo de negócio baseado em estruturas tecnológicas colocar, por um lado, grandes desafios às autoridades de supervisão, mas por outro, a necessidade destas novas empresas provarem que são capazes de cumprir o quadro normativo em vigor (Moura, 2017).

Para evidenciar a dimensão desta nova realidade é importante referir que em 2018, já existiam mais de quarenta bancos digitais no Reino Unido (Gyori, 2018).

Os neobancos procuram atrair clientes que valorizam as soluções tecnológicas, suportados por baixos custos de estrutura e de investimento, o que permite oferecer serviço, muitas vezes, sem comissões. Estas instituições, através do tratamento de dados oferecido pelo denominado *deep learning* desvaloriza a comunicação pessoal e presencial.

Pela sua natureza, estas instituições atribuem especial atenção aos Millennials (ou Geração Y) nascidos a partir dos anos 80 e a geração seguinte denominada Nativos Digitais (Geração Z), pela sua relação com a tecnologia (Lee & Shin, 2018).

Em sintonia com esta visão um dos exemplos de *FinTech* destinadas a consumidores das novas gerações é o *Atom Bank*, lançado em 2014 no Reino Unido, que oferece contas de poupança e empréstimos hipotecários, entre outros serviços, por meio de uma plataforma móvel, muito simples, com possibilidade de ser personalizável e que inclui o uso de biometria em vez de senhas para entrada da conta (Gomber, Kauffman, Parker & Weber, 2018).

Outro exemplo de crescimento de *FinTech*, vem da China com a aprovação pelo governo em 2014 de legislação que permitiu autorizar a atribuição de licença a 250 empresas de pagamentos, incluindo 90 para pagamento on-line e 37 para pagamento por telefone celular. Relativamente, à banca digital, como pioneiros destacam-se o *WeBank*, que

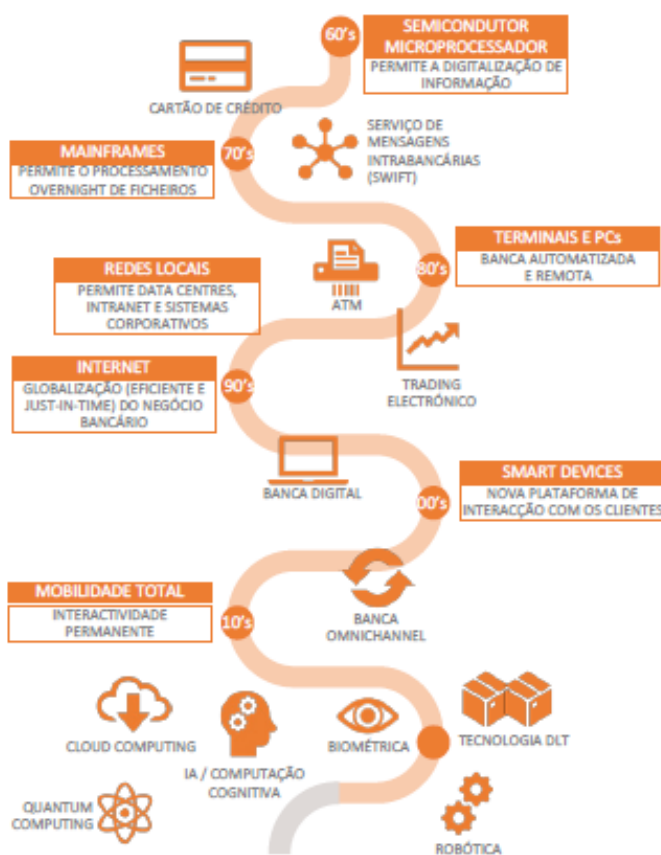
disponibiliza empréstimos com base nas pontuações de classificação de crédito dos dados sociais da *Tencent* e o *WeBank* fundado pelo CEO da *Alibaba* (Shim & Shin, 2016).

As instituições financeiras tradicionais, também são uma importante força motriz da economia, e fazem parte deste ecossistema.

Para atenuar o impacto das *FinTech* no mercado, as instituições financeiras tradicionais estão a desenvolver novas estratégias e a reajustar os seus modelos de negócios sendo que as instituições financeiras tradicionais têm vantagens competitivas em economias de escala, níveis de proximidade e de confiança com os clientes e, em regra, maiores recursos financeiros fruto da capacidade de atrair poupança dos aforradores.

Desta forma, as *FinTech* tendem a concentrar-se em serviços agregados, oferecendo uma gama completa de produtos e serviços financeiros focalizados para os consumidores em vez de produtos e serviços especializados e desagregados (Lee & Shin, 2018). A figura 3 apresenta a relação da tecnologia com o sistema financeiro, nas últimas décadas.

Figura 3 -Relação entre a Tecnologia e o Sistema Financeiro



Fonte: Alcarva, 2018

Como se verifica pela figura 3, a transformação tecnológica tem feito parte das instituições financeiras ao longo dos anos, a grande diferença é a rapidez de evolução.

Na verdade, as instituições estão a ser confrontadas com um avanço tecnológico sem precedentes, no qual o fator custo, a transparência, a segurança e a rapidez, são pilares essenciais deste novo paradigma (Alcarva, 2018).

Tradicionalmente e salvo casos muito excepcionais, as funções desempenhadas pelas entidades com licenças bancárias representam o cerne da rede de segurança financeira. Neste contexto, Lumpkin e Schich (2020) alertam para a importância da confiança e da credibilidade como fatores de estabilidade do sistema e que estes princípios têm que continuar a ser pilares do novo paradigma. Para estes autores, as novas iniciativas digitais das *FinTech*, podem oferecer alguns serviços bancários, os quais, por enquanto, não são suficientemente importantes sistemicamente, mas esta realidade, deve servir de lembrete sobre os limites em termos de uma abordagem de regulamentação. Para competir com os bancos devem recuperar segmentos anteriormente esquecidos, reorientar estratégias e reescrever soluções já definidas, e investir fortemente em inovação tecnológica digital, nomeadamente *Big Data*, Automação, Inteligência Artificial, *Advanced Analytics*, Biometria, *Blockchain*, *Cloud* e *Cyber Security* (Anagnostopoulos, 2018).

Em suma, as *FinTech* vieram para ficar, “prometem” continuar a revolucionar o sector otimizando custos e investimentos, melhorando a qualidade dos serviços e criando um cenário financeiro mais diversificado e competitivo. Nasceram para melhorar o acesso a serviços financeiros, numa base de conectividade entre países e regiões, mas como qualquer outra indústria, precisa de ser acompanhada, escortada pelo mercado, regulamentada e supervisionada (Gyori, 2018).

De acordo com Thakor (2020), não substituirão os bancos tradicionais, pelo menos nos tempos mais próximos, mas é provável que irão absorver uma parte significativa do mercado, principalmente, em momentos de restrição de capital e nos casos de clientes de empréstimos que não tenham condições de apresentar garantias. Para este autor, uma das grandes incógnitas é a forma como os bancos centrais vão lidar com as moedas digitais, com os contratos inteligentes e como será a negociação dos valores mobiliários (Thakor, 2020).

2.4 Riscos e oportunidades da inovação em Serviços Financeiros

Nos últimos anos, a inovação tecnológica do sector financeiro tem sido intensificada, não só pelo esforço das instituições incumbentes, mas também, pelo surgimento de novos parceiros e/ou concorrentes, como sejam as *FinTech*. Neste contexto, é essencial conhecer e compreender até que ponto as iniciativas dos Bancos tradicionais, dos Bancos 100% Digitais e das *FinTech*, estão a alterar o sector dos serviços financeiros e como está a ser salvaguardada a segurança enquanto sistema.

Embora o aumento da concorrência entre fornecedores de produtos e serviços seja geralmente considerado como algo de bom, porque obriga a melhorar, inovar e nalguns casos, a reduzir preços, as opiniões são menos consensuais quando os fornecedores são os bancos em que a análise de risco obriga a um conjunto de processos e procedimentos que devem ser acompanhados com modelos intrusivos, logo, onerosos.

Esta realidade, justifica-se pela especificidade da atividade bancária e pelo que envolve em termos económicos, em particular sobre as preocupações com as possíveis implicações sistémicas.

De facto, o desejo de minimizar o risco sistémico e preservar a estabilidade do sistema financeiro gera discrepâncias sobre a incorporação de determinadas tecnologias e modelos de negócio, no entanto, o resultado desta onda de inovação será moldada pela resposta da regulamentação e da supervisão as quais diferem entre os países (Lumpkin & Schich, 2020).

Para o Banco de Portugal é fundamental garantir a confiança nos serviços financeiros e a robustez do sistema, de modo a preservar a sua estabilidade, independentemente das entidades autorizadas que nele operam, razão pela qual em 2018, criou e disponibilizou um canal de contacto - o *FinTech* para esclarecer as questões consideradas mais relevantes (Banco de Portugal, 2018).

Em jeito de comunicado o Banco de Portugal, refere que enquanto autoridade nacional de supervisão, autoridade macroprudencial e superintendente dos sistemas de pagamentos, acompanha os desenvolvimentos em matéria de inovação financeira da seguinte forma:

- Trabalha, em parceria com as entidades nacionais e internacionais (Conselho Nacional de Supervisores Financeiros, da Autoridade Bancária Europeia, do

Mecanismo Único de Supervisão e do Comité Europeu do Risco Sistémico), no desenvolvimento da regulamentação aplicável aos serviços financeiros;

- Incentiva e participa na reflexão sobre os riscos e as oportunidades que a inovação tecnológica – por exemplo, a inteligência artificial, as tecnologias subjacentes às chamadas “moedas virtuais” e a utilização de *big data* – coloca no âmbito dos serviços financeiros;
- Avalia o impacto da transformação digital em termos de organização e procedimentos internos, com o objetivo de incrementar a eficiência e a eficácia no desempenho da sua missão na salvaguarda da estabilidade financeira e da estabilidade de preços;
- Acompanha os desenvolvimentos tecnológicos ligados ao cumprimento de tarefas de *compliance* financeira, nomeadamente na prevenção do branqueamento de capitais e do financiamento do terrorismo.

Na verdade, a rápida evolução das *FinTech*, com as suas múltiplas aplicações e interações dentro da área financeira, pode criar novos riscos e/ou ampliar os existentes. Efetivamente, as *FinTech*, não são motivadas apenas pela curiosidade intelectual, mas representam uma atividade apoiada em termos globais por investimentos que em 2018, ultrapassaram os US \$ 120 mil milhões.

A esta realidade, acresce, salientar, que a incursão de empresas globais de tecnologia no sector dos serviços financeiros tem sido crescente (Cos, 2019).

Face a um ritmo mais acelerado de mudança, resultante da inovação tecnológica, Pablo Hernández de Cos, Chairman do Comité de Supervisão Bancária de Basileia e Governador do Banco Central de Espanha, na reunião *Euro Finance Week* de 19 de Novembro de 2019, em Frankfurt apresentou cinco cenários não mutuamente exclusivos, em que as *FinTech*, poderiam trabalhar em sintonia com a banca tradicional (Cos, 2019):

- **Cenário 1: “*Better Bank*”** - os bancos modernizam-se e digitalizam-se para prestar os serviços e manter o relacionamento com o cliente, incorporado a tecnologia nos seus modelos de negócios. Por exemplo, novas tecnologias como *Big Data*, Biometria, *Chatbots* ou a Inteligência Artificial (IA).
- **Cenário 2: “*New Bank*”** - neste cenário, os bancos tradicionais são incapazes de incorporar a evolução tecnológica e sobreviver à perturbação gerada, pelo

que são substituídos ou adquiridos por novos bancos orientados pela tecnologia e plataformas digitais, como por exemplos o Atom Bank no Reino Unido, o Bunq na Holanda, o WeBank na China e o Varo Money nos Estados Unidos.

- **Cenário 3: “*Distributed Bank*”** - um terceiro cenário considera a possibilidade de introdução de um sistema de registo de dados descentralizado. Os bancos tradicionais incorporam novos serviços financeiros especializados e conseguem criar um nicho suficiente para sobreviver. Por exemplo, plataformas de carteira digital e sistemas de pagamento on-line, entre outros.
- **Cenário 4: “*Relegated Bank*”** - os bancos tornam-se prestadores de serviços sem diferenciação e usam plataformas de clientes front-end para oferecer os serviços. Neste cenário os bancos seriam relegados a fornecer apenas serviços como se fossem mercadorias, não gerindo, nem mantendo relacionamento com o cliente.
- **Cenário 5: “*Disintermediated Bank*”** o cenário final levaria os bancos tradicionais a se tornarem irrelevantes porque abdicavam da intermediação. Os clientes passam a interagir directamente com prestadores de serviços financeiros individuais. Um exemplo são as plataformas de empréstimos, *crowdfunding* e P2P (*peer-to-peer*) *lending*, nas quais os clientes podem assumir directamente o papel de credor ou devedor.

A evolução tecnológica tem provocado impacto nos modelos de negócios dos bancos, e segundo o *Bank for International Settlements* (BIS) é uma realidade que se tende a acentuar com a pressão crescente, quer das *FinTech*, quer dos gigantes tecnológicos, ou *Big Tech* (BIS, 2020).

Essa mudança tecnológica está a transformar o sector financeiro e a economia em geral, afetando todos os aspetos do negócio bancário, mas também, da regulamentação e supervisão, e, por conseguinte, da política monetária. Os bancos centrais têm a responsabilidade de estar na vanguarda dos intensos debates sobre a natureza do dinheiro no mundo digital e como os novos atores irão remodelar o cenário dos serviços e o sistema financeiro (BIS, 2020).

À medida que a economia digital e a inovação financeira se expandem além dos limites regulatórios e das fronteiras nacionais, os formuladores de políticas precisam de mecanismos institucionais para ajudá-los a trabalhar, sendo fundamental a partilha de conhecimento (Banco de Portugal, 2018). Os regulamentos devem abranger toda a gama de riscos, mas também devem permitir assegurar a flexibilidade necessária evitando não penalizar o fornecimento de produtos e serviços financeiros. Toda a regulamentação nova ou alterada deve ser precedida de uma análise de custo-benefício, na medida em que representa consumo de recursos humanos e materiais para as instituições (Höpe, 2015). Este aspeto é extremamente importante a que acresce, a questão de quando regular, pode ser tão importante como o que regular, e como, para que as regras atinjam os objetivos propostos, os quais devem estar em conformidade com a dinâmica económica e social global (Arner *et al.*, 2015).

Por conseguinte, a classificação de barreiras à entrada e expansão de *FinTech*, pode ser analisada em três perspetivas: a natureza regulatória, a natureza estratégica e o comportamento dos consumidores (AdC, 2018).

Em relação a Portugal o Banco de Central tem uma atitude de abertura, manifestada em comunicado no site institucional e corroborada pelo administrador Hélder Rosalino, o qual refere que o banco central colocou as *FinTech* no plano estratégico para 2017-2020.

“Estamos a ver uma dinâmica das *FinTech*, mas são *startups* e ainda não têm uma dimensão muito relevante, ainda não estamos perante um risco para a estabilidade financeira, um problema em matéria de proteção dos consumidores. Portanto, há um entendimento (europeu) de que não é desejável uma intervenção prematura porque pode prejudicar a inovação e os novos “entrantes”, vital para o sector financeiro, e a Europa está atrasada em relação aos EUA. Por outro lado, as autoridades europeias reconhecem que não podem ficar indiferentes em relação aos movimentos que estão a acontecer e que prometem uma disrupção de tal ordem que não podem pôr-se na posição de que este é um tema que lhes passa ao lado (Banco de Portugal, 2017b).

No caso de Angola, o Banco Central criou em 2019, o Laboratório de Inovação do Sistema de Pagamentos (LISPA), em parceria com o Ministério do Ensino Superior, Ciência, Tecnologia e Inovação Angolano e a empresa Acelera Angola, que visa proporcionar às empresas inovadoras (Startups/Fintech), bancos e até mesmo aos estudantes universitários, um espaço de aprendizagem, em ambiente colaborativo, com o propósito de incentivar o desenvolvimento de projetos e/ou ideias, incentivando a tecnologia no Sistema de Pagamentos de Angola. Concebido como uma Incubadora o

LISPA, visa ainda salvaguardar a gestão de riscos e impulsionar a inclusão financeira (BNA, 2019).

2.5 A Geração Y e a Geração Z

Geração é um conceito que pode ser definido como um grupo de pessoas que pelo facto de terem nascido em determinados anos, têm vivências comuns, nomeadamente, os mesmos acontecimentos, o mesmo cenário sociopolítico, a mesma evolução tecnológica, os meus valores, a mesma cultural, os mesmos estilos de ensino e de educação parental. Estas características de experiência histórica comum e proximidade cultural influenciam o modo de ser e de viver individualmente e em sociedade, gerando traços de comportamento que os diferenciam de outra geração (Twenge, 2010). No entanto, nem sempre é fácil estabelecer um ano exato para início de uma geração, e termino de outra, pelo que muitos autores estabeleceram períodos ligeiramente diferentes (Nimon, 2007).

Francis e Hoefel (2018) consideram da Geração Y (Millennials) todos os indivíduos nascidos entre 1980 a 1994, enquanto que, Strauss e Howe (2007) consideram todos os indivíduos nascidos entre 1982 a 2004, e Glass utiliza como referência os indivíduos nascidos entre 1977 e 1992.

Objetivamente, a chegada da geração Y coincidiu com o desenvolvimento de um número de novas tecnologias que rapidamente se infiltraram na sociedade, transformando muitos aspetos da vida social e profissional. A ascensão do computador pessoal e a introdução da internet nas décadas de 80 e 90, e do telemóvel, criaram uma capacidade sem precedentes de interação instantânea, tanto com a comunidade local, como com o mundo. A introdução destas novas tecnologias, moldaram significativamente a forma como a Geração Y cresceu e aprendeu a interagir com os outros (Nimon, 2007).

Howe e Strauss (2007) descrevem essa geração como orientada para o trabalho em equipa, conquistadora, pressionada a se sair bem, confiante, educada e etnicamente diversa, no entanto, é também considerada como uma geração heterogénea, que cresceu com o foco na família, muitas vezes monoparental ou constituída por novas famílias de pais divorciados, e com uma exposição progressiva à multiculturalidade e a famílias com pais do mesmo género.

Kraus (2017) refere que existe alguma divergência na literatura sobre as principais características da Geração Y, e que foi uma geração muito protegida, o que pode justificar

a sua dificuldade em lidar e apreender com os erros. Para este autor os pais desta geração foram muito protetores e elegeram a educação como uma prioridade o que lhes permitiu por enquanto, ser a geração mais qualificada a entrar no mercado de trabalho.

De um modo geral existem consenso que cresceram num ambiente de mudança tecnológica contínua e de forte globalização, são inovadores, criativos, adoram viajar e conhecer novas culturas. Em termos profissionais preferem trabalhar em empresas onde a tomada de decisão é colaborativa, o mérito é reconhecido e recompensado (Glass, 2007). Bennett, Pitt e Price (2012) vai ainda mais longe e afirma que esta geração procura ativamente mentores, procurando conselhos, feedback ou orientação, e se os obtiver consegue então maior produtividade e satisfação.

São uma geração orientada à experiência, muito focado no bem-estar e em estarem sempre conectados. Atribuem muita importância às redes sociais.

A Geração Z cresceu num mundo em crise e em constante ameaça. Tem os pés mais assentes no chão e parecem utilizar todos os meios ao seu dispor para atingir objetivos. Parece ser uma geração mais motivada que a anterior, são intuitivamente inovadores e superprodutivos. A Geração Z, está habituada a fazer coisas por iniciativa própria, privilegiam o contacto humano, uma vez que já nasceram rodeados de meios tecnológicos e variadíssimas formas de comunicação, conseguiram conjugar e organizar tudo na sua vida sem prescindir de nada. Não são contestatários e não se definem pela luta contra o estilo de vida ou os valores das gerações anteriores. Dificilmente se fidelizam a uma marca, o que os move é o coração e a cabeça e não os descontos e promoções. São impacientes e procuram soluções (Merriman, 2015).

Figura 4 - Diferenças por Geração Y e Z



Fonte: Merriman, 2015, p.3

3. Metodologia

Feitas as definições mais relevantes para a limitação da área de investigação, importa identificar uma questão que seja considerada como o elo de ligação de todo o trabalho.

Desenhar a investigação significa planear (Frazão, 2018). Consiste na visualização dos dados, bem como dos problemas associados à utilização desses dados em todo o projeto de investigação (Gomes & Cesário, 2014).

Tendo como ponto de partida os desafios da inovação tecnológica nos serviços financeiros, pretende-se conhecer o enquadramento das *FinTech* como alicerce de fundamentação teórica ao desenvolvimento de um trabalho de campo de cariz quantitativo e comparativo sobre a utilização dos serviços financeiros prestados e expectativas das Geração Y (Millennials) e à Geração Z (Digital Natives), portuguesa e angolana.

3.1 Problemática

A Geração Z que nasceu em Portugal, cresceu num ambiente em que a tecnologia estava muito presente, contrariamente ao que vivenciou a Geração Y, a qual se lembra dos tempos em que a internet não era acessível a grande parte da população, e quando havia constantes quebras de sinais.

A realidade Angolana nesta época era complexa e assimétrica. No que respeita às novas tecnologias e acesso à internet era difícil e muito reduzido sendo que só os das classes mais elevadas tinham acesso.

Neste contexto, a forma como ambas as gerações e nacionalidades convivem com a tecnologia pode ser divergente; o que pode refletir-se nos comportamentos enquanto utilizadores de aplicações de serviços financeiros. É essa análise a questão de investigação deste estudo.

Na elaboração da questão de investigação, tentou-se produzir perguntas de partida que devem exprimir o mais exatamente possível o que se procura saber, de forma precisa, cujo sentido não se preste em confusões (Quivy & Campenhoudt, 2018).

Assim, foi formulada a seguinte questão de partida: Existem diferenças relevantes entre a Geração Y (Millennials) e a Geração Z (Digital Natives) na utilização de serviços financeiros digitais?

A motivação que levou ao desenvolvimento do presente estudo partiu do gosto pelo sistema financeiro, mas também, da vontade em adquirir novos conhecimentos sobre a Banca Digital e as *Fintech*, sobre os comportamentos e tendências das novas gerações enquanto utilizadores de serviços financeiros.

3.2 Objetivos Gerais e Específicos

Identificada a questão de partida, a realização da presente investigação visa responder à mesma e identificar as principais características de cada uma das gerações por nacionalidade.

Para tal estabeleceu-se como objetivo geral apresentar o processo de transformação digital no sector financeiro como suporte à construção de novos modelos de negócio.

Como objetivos específicos considerou-se:

1. Identificar os serviços financeiros mais valorizados e o meio utilizado por geração e por nacionalidade.
2. Identificar as principais vantagens atribuídas aos bancos 100% digitais, por geração e por nacionalidade.
3. Identificar a perceção de riscos e opções de segurança na utilização dos serviços financeiros digitais, por geração e por nacionalidade.
4. Averiguar as tendências de adesão à inovação tecnológica nos serviços financeiros, por geração e por nacionalidade.

3.3 Questões de Investigação

Contextualizado o problema de pesquisa e os objetivos, cumpre agora apresentar as questões de estudo formuladas.

- Q1: Existem diferenças na utilização dos serviços financeiros por geração e por nacionalidade.
- Q2: As novas gerações enquanto utilizadores de serviços das *FinTech*, valorizam a importância de licença bancária.
- Q3: Existem diferenças na predisposição para abrir conta nos próximos meses por geração e por nacionalidade.

3.4 Processo de Investigação e Procedimento de Pesquisa

Para alcançar os objetivos propostos, optou-se por um percurso metodológico em sintonia com um estudo descritivo, com uma componente quantitativa, com base em inquérito por questionário (Lakatos & Marconi, 2017).

A escolha de um estudo descritivo é justificada, tendo em consideração que este tipo de estudos, têm como propósito avaliar diversos aspetos, dimensões ou componentes de um fenómeno ou fenómenos a investigar, sem interferir, ou seja, são estudos que procuram determinar opiniões e analisar comportamentos (Vilelas, 2017).

Dada a dimensão das populações em causa, e não sendo possível por motivos operacionais assegurar a sua representatividade, pretende-se atingir aleatoriamente um valor considerado estatisticamente significativo de respostas válidas (Creswell, 2014).

Não sendo possível definir uma amostra estratificada, e de modo a obter um maior rigor em termos de interpretação de resultados, serão desenvolvidos os esforços necessários para que exista equilíbrio entre a variável geração, nacionalidade e sexo.

Como critério de elegibilidade foi estabelecido a geração (Y e Z) e a nacionalidade (portuguesa, angolana ou ambas).

3.5 Instrumentos de observação e recolha de dados

Uma pesquisa é um processo sistemático de construção de conhecimento que tem como metas principais gerar novos conhecimentos e/ou corroborar ou refutar algum conhecimento pré-existente e neste sentido, a presente dissertação foi construída tendo como primeira etapa o aprofundamento da revisão da literatura (Hill & Hill, 2008).

A segunda etapa, caracteriza-se pela identificação da informação que mais contribui para a concretização dos objetivos propostos, e a qual deve ser respeitada como linha condutora da formulação do inquérito por questionário (Hill & Hill, 2008).

Na terceira etapa foi construído o questionário em plataforma digital, com perguntas fechadas, sempre que possível com escala de Likert, o qual foi submetido a um pré-teste e após os ajustes necessários foi enviado por email e disponibilizado por link, através das redes sociais, com especial relevo para as contas específicas de grupos, cuja finalidade é a divulgação de questionários académicos. Todos os dados recolhidos foram alvo de análise e tratamento estatístico em conformidade com a sua natureza quantitativa.

4. Análise e Interpretação de Resultados

4.1 Abordagem estatística

Face à dimensão do universo constituído pela Geração Y e Z, Portuguesa e Angolana, não se revelou exequível a constituição de uma amostra representativa, razão pela qual se optou pela construção de um inquérito por questionário em plataforma online para recolha de informação capaz de contribuir para uma melhor compreensão do tema em estudo.

O inquérito foi constituído por 16 questões, todas fechadas e de carácter obrigatório. Foi divulgado nas redes sociais, enviado e partilhado por email. Esteve disponível de 4 a 9 de Junho, tendo sido rececionados e validados 148 questionários.

Em termos sociodemográficos 38,5% (n=57) dos inquiridos pertencem ao sexo feminino e 61,5% (n=91) ao sexo masculino (tabela 1).

Tabela 1 – Distribuição por Sexo

Sexo	Frequência	Percentagem
	N	%
Feminino	57	38,5
Masculino	91	61,5
Total	148	100

Tendo como premissa que não existe, consenso sobre o ano de início e de fim de cada uma das gerações em estudo, optou-se por considerar o intervalo de 1980 a 1994 para a geração Y e os anos seguintes para a geração Z (Francis & Hoefel, 2018).

Em termos de questionário, e face à opção de perguntas fechadas, os anos considerados para a geração Z foram 1995 a 2004, em virtude de os 16 anos ser a idade mínima para trabalhar e ter conta como titular sem dependência dos pais ou representante legal.

A geração Y é mais representativa com 56,08% (n= 83) dos inquiridos, comparativamente com a geração Z com 43,92% (n=65) dos inquiridos (tabela 2).

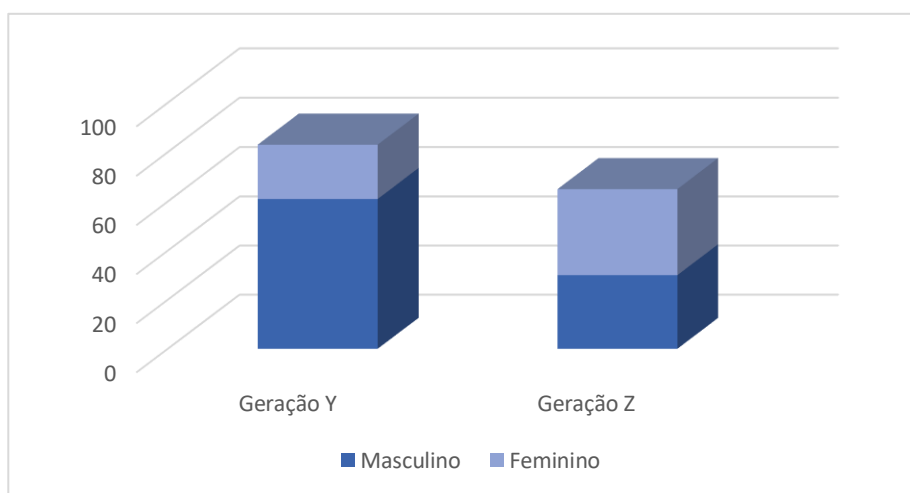
Tabela 2 – Distribuição por Geração

Geração	Frequência	Percentagem
	N	%
Geração Y	83	56,08
Geração Z	65	43,92
Total	148	100

Os anos mais representativos são 1994 com 14,2% (n=21) das respostas e o ano de 1995 com 12,8% (n=19) das respostas.

No gráfico 1 apresenta-se a distribuição por geração e sexo, é interessante destacar que enquanto na Geração Y, é maioritariamente constituída por inquiridos do sexo masculino (73,49%, n=61), no caso da Geração Z a mesma é constituída maioritariamente por inquiridos do sexo feminino (53,84%, n=35).

Gráfico 1 - Distribuição por Geração e Sexo



No que concerne à nacionalidade, 60,8% (n=90) tem nacionalidade Angolana, 33,8% (n=50) tem nacionalidade Portuguesa e 5,4% (n=8) tem ambas as nacionalidades (tabela 3).

Tabela 3 - Caracterização por Nacionalidade

Nacionalidade	Frequência	Percentagem
	N	%
Portuguesa	50	33,8
Angolana	90	60,8
Ambas	8	5,4
Total	148	100

Relativamente ao país de residência a maioria dos inquiridos (60,1%, n=89) vive em Portugal, como se observa pela tabela 4.

Tabela 4 – Caracterização por País de Residência

País de Residência	Frequência	Percentagem
	N	%
Portugal	89	60,1
Angola	52	35,1
Outro	7	4,7
Total	148	100

Dos 83 inquiridos da geração Y, apenas 31 (37,35%) têm só nacionalidade Portuguesa, sendo que todos indicam como país de residência Portugal.

Dos 65 inquiridos da geração Z, apenas 20 (30,77%) têm só nacionalidade Portuguesa, sendo que todos indicam como país de residência Portugal.

Dos 52 inquiridos que vivem em Angola, apenas um tem a nacionalidade portuguesa e angolana.

Ainda sobre a caracterização dos inquiridos, 68,9% (n=102) tem como habilitações académicas o grau de licenciatura (tabela 5).

Relativamente aos inquiridos com Mestrado, Pós-Graduação e Doutoramento, os mesmos pertencem maioritariamente à Geração Y.

Tabela 5 - Habilitações Académicas

Habilitações	Frequência	Percentagem
	N	%
Ensino Básico	3	2
Ensino Secundário	20	13,5
Licenciatura	102	68,9
Mestrado ou Pós-Graduação	20	13,5
Doutoramento	3	2
Total	148	100

Sobre o número de contas bancárias ativas, questão 6, só 23% (n=34) tem apenas uma conta bancária, como se observa pela tabela 6.

Tabela 6 - Número de Contas Bancárias Ativas

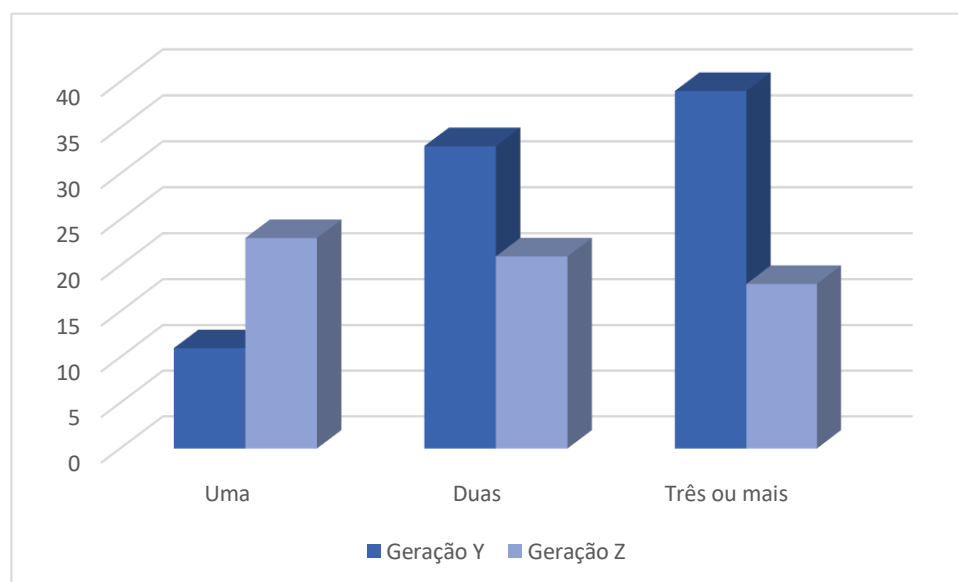
Contas Bancárias Ativas	Frequência		Porcentagem	
	N		%	
Uma	34		23	
Duas	57		38,5	
Três ou mais	57		38,5	
Total	148		100	

Não foi possível apurar se os inquiridos valorizam mais ter duas ou três ou mais contas, dado que os valores obtidos para cada uma destas opções são idênticos.

No entanto, para uma melhor compreensão analisou-se por geração tendo-se verificado que na Geração Y, o mais frequente é possuírem três ou mais contas, realidade inversa para os inquiridos da Geração Z, cuja maior frequência é a posse de apenas uma conta.

É importante destacar que um dos critérios para preenchimento é ter à data uma conta bancária ativa (gráfico 2).

Gráfico 2 - Número de Contas Bancárias por Geração



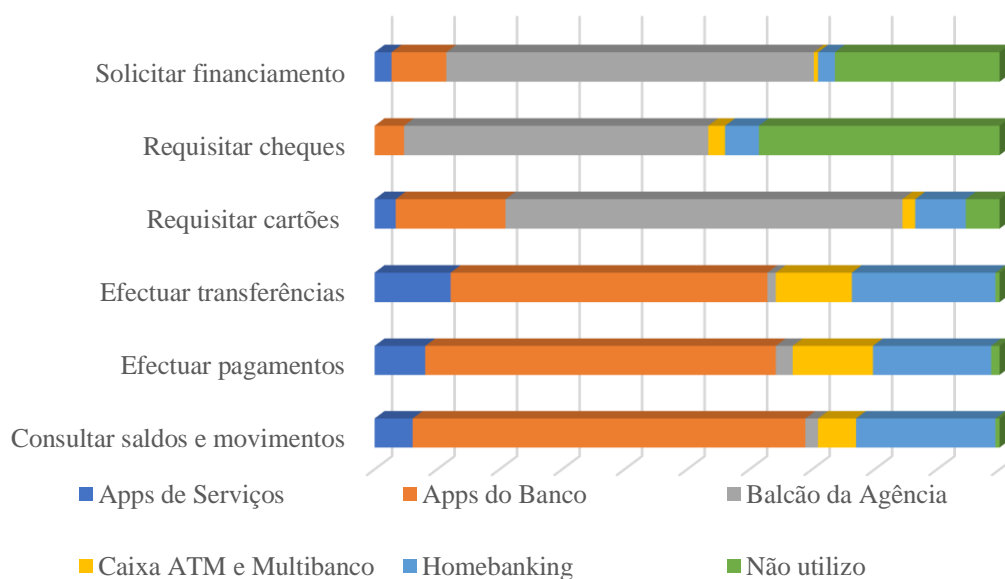
A questão 7, pretende obter uma melhor compreensão sobre o meio mais utilizado para a realização das principais operações/transações, como consultar saldos e movimentos, efetuar pagamentos e efetuar transferências os inquiridos recorrem maioritariamente à Apps do Banco. No caso da requisição de cheques 48,6% (n=72) dos inquiridos opta pelo

Balcão da Agência, 5,4% (n=8) pelo Homebanking e 38,5% (n=57) revela que não utiliza cheques. Também no caso da solicitação de financiamento a mesma é feita por 58,8% (n=87) no Balcão da Agência, 8,8% (n=13) pela Apps do Banco e 26,4% (n=39) não recorre à solicitação de financiamento (tabela 7 e gráfico 3).

Tabela 7 - Meio utilizado maioritariamente para realizar as operações/transações

	Consultas	Pagamentos	Transferências	Requisitar cartões	Requisitar cheques	Solicitar Crédito
Apps de Serviços	6,1%	8,1%	12,2%	3,4%	0,0%	2,7%
Apps do Banco	62,8%	56,1%	50,7%	17,6%	4,7%	8,8%
Balcão da Agência	2,0%	2,7%	1,4%	63,5%	48,6%	58,8%
ATM e Multibanco	6,1%	12,8%	12,2%	2,0%	2,7%	0,7%
Homebanking	22,3%	18,9%	23,0%	8,1%	5,4%	2,7%
Não utilizo	0,7%	1,4%	0,7%	5,4%	38,5%	26,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico 3 - Meio utilizado maioritariamente para realizar as operações/transações



É interessante destacar que o aspeto mais valorizado como “importante” e “muito importante” pelos inquiridos na questão 8, enquanto clientes de um banco é a facilidade de acesso com 95,2% (n=141), logo seguido com 93,9% (n=139) pela segurança dos canais digitais.

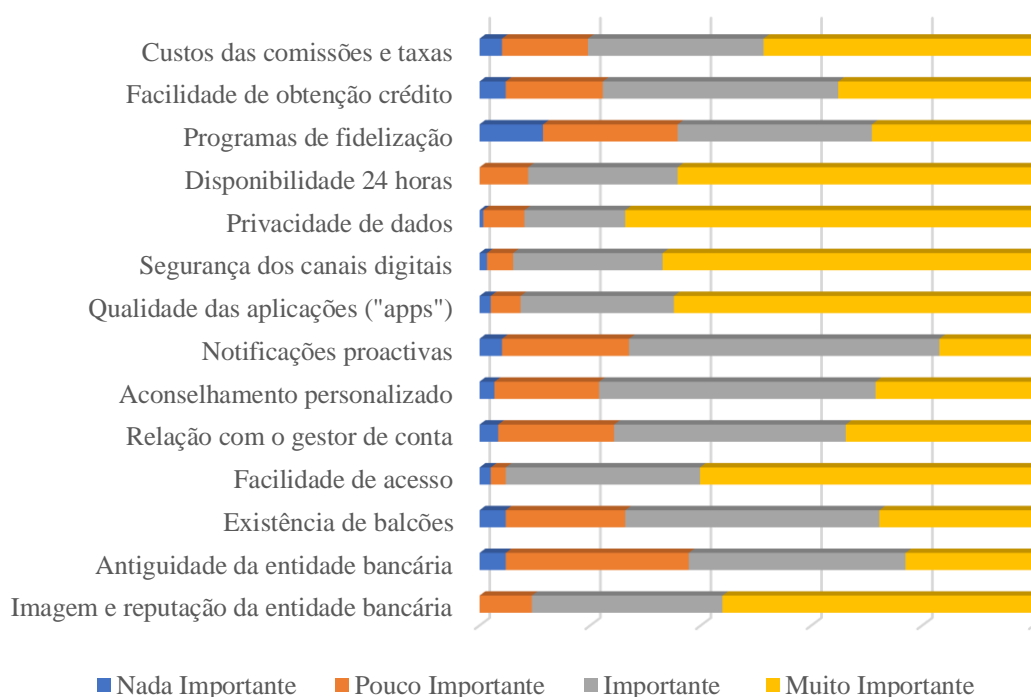
O aspeto menos valorizado e considerado como “nada importante” por 33,1% (n=49) é a antiguidade da entidade bancária.

Cumpram ainda salientar a reduzida importância atribuída aos programas de fidelização (11,5%, n=17) (tabela 8 e gráfico 4).

Tabela 8 - Caracterização dos aspetos valorizados por um cliente de um banco

	Nada Importante	Pouco Importante	Importante	Muito Importante
Imagem e reputação da entidade	0,0%	9,5%	34,5%	56,1%
Antiguidade da entidade bancária	33,1%	4,7%	23,0%	39,2%
Existência de balcões	4,7%	21,6%	45,9%	27,7%
Facilidade de acesso	2,0%	2,7%	60,1%	35,1%
Relação com o gestor de conta	3,4%	20,9%	41,9%	33,8%
Aconselhamento personalizado	2,7%	18,9%	50,0%	28,4%
Notificações proactivas	4,1%	23,0%	56,1%	16,9%
Qualidade das aplicações ("apps")	2,0%	5,4%	27,7%	64,9%
Segurança dos canais digitais	1,4%	4,7%	27,0%	66,9%
Privacidade de dados	0,7%	7,4%	18,2%	73,6%
Disponibilidade 24 horas	0,0%	8,8%	27,0%	64,2%
Programas de fidelização	11,5%	24,3%	35,1%	29,1%
Facilidade de obtenção crédito	4,7%	17,6%	42,6%	35,1%
Custos das comissões e taxas	4,1%	15,5%	31,8%	48,6%

Gráfico 4 – Valorização de alguns aspetos enquanto clientes de um banco



Na questão 9, procurou-se conhecer se os inquiridos conheciam ou já tinham ouvido falar em alguns bancos digitais com presença ou divulgação em Portugal.

Em 2019, e 2020, o Banco Nacional de Angola, não autorizou nenhum banco digital a operar no seu território.

Da listagem apresentada a maioria dos inquiridos indicou o ActivoBank (60,8%, n= 90) e o Revolut (41,9%, n=62).

Na tabela 9, não se apresenta o somatório das frequências e respetivas percentagens, tendo em consideração a possibilidade que foi atribuída aos inquiridos de escolher até um máximo de quatro entidades.

Tabela 9 - Apresentação de uma pequena listagem de bancos digitais

Bancos digitais	Frequência	Percentagem
	N	%
ActivoBank	90	60,8
Revolut	62	41,9
Lydia	15	10,1
Monese	14	9,5
N 26	18	12,2
OpenBank	22	14,9
Monzo	16	10,8
Banco BNI Europa	47	31,8
Não conheço	29	19,6

A maioria dos inquiridos revelou que não tem conta aberta num banco digital (55,4%, n=82). Dos inquiridos que afirmaram que têm conta bancária ativa num banco 100% digital, 20,9% (n=31) considera-se muito satisfeito (tabela 10).

Tabela 10 - Posse de conta num banco 100% digital e grau de satisfação com o serviço

	Frequência	Percentagem
	N	%
Muito Satisfeito	27	18,2
Satisfeito	31	20,9
Pouco Satisfeito	7	4,7
Nada Satisfeito	1	0,7
Não se aplica	82	55,4
Total	148	100

Na questão 11, procurou-se saber quais as principais vantagens atribuídas pelos inquiridos à utilização dos bancos 100% digitais, tendo sido solicitada a escolha máxima de quatro opções, o que justifica os valores de frequência e respetivas percentagens apresentadas na tabela 11.

Face aos resultados obtidos a principal vantagem indicada pelos inquiridos é a facilidade de abertura de conta (16,99%, n=106).

Tabela 11 - Principais vantagens na utilização dos bancos 100% digitais

	Frequência	Porcentagem
	N	%
Facilidade de abertura de conta	106	16,99
Serviço diferenciado	53	8,49
Ausência de comissão de manutenção	65	10,42
Carregamentos de uma conta online	55	8,81
Pagamentos e compras no estrangeiro	90	14,42
Levantamentos em caixas automáticas no estrangeiro sem	76	12,18
Isenção de taxas e comissões em operações de pagamento de compras e transferências nacionais e internacionais	74	11,86
Câmbio internacional	60	9,62
Capacidade de congelar/descongelar cartões	45	7,21
Total	624	100

A questão 12, visou analisar a percepção dos inquiridos sobre a probabilidade de existência de alguns riscos no desenvolvimento de operações e transações através dos canais digitais, tendo os resultados obtidos evidenciado que a maioria dos inquiridos não só considera muito provável a existência de erros com origem no próprio utilizador, como também, na falha dos equipamentos (tabela 12).

Tabela 12 - Probabilidade de existência de riscos no desenvolvimento de operações através dos canais digitais

	Muito improvável	Improvável	Provável	Muito Provável
Erro do próprio utilizador	10,81	18,92	55,41	14,86
Falha dos equipamentos	8,11	27,03	53,38	11,49
Falha na proteção de dados	10,81	26,35	48,65	14,19
Roubo de dados	9,46	29,73	41,89	18,92
Apropriação indevida de valores	7,43	40,54	43,24	8,78
Fraude	10,14	23,65	44,59	21,62

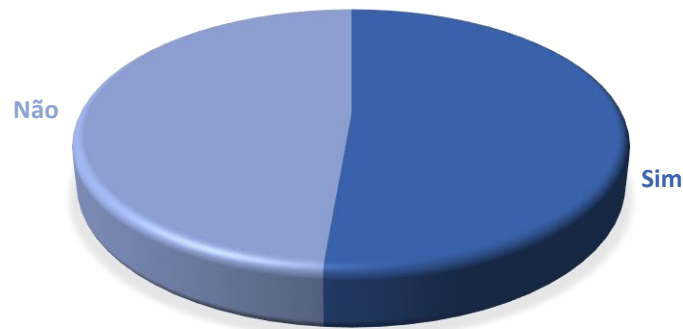
Relativamente à sensação de confiança que é plausível ser desejada pelos clientes de um banco, questionou-se os inquiridos se consideravam que os bancos 100% digitais transmite segurança, tendo 51,4% confirmado que sim (tabela 13).

Tabela 13 – Sobre a transmissão de segurança dos bancos 100% digitais

	Frequência	Porcentagem
	N	%
Sim	76	51,4
Não	72	48,6
Total	148	100

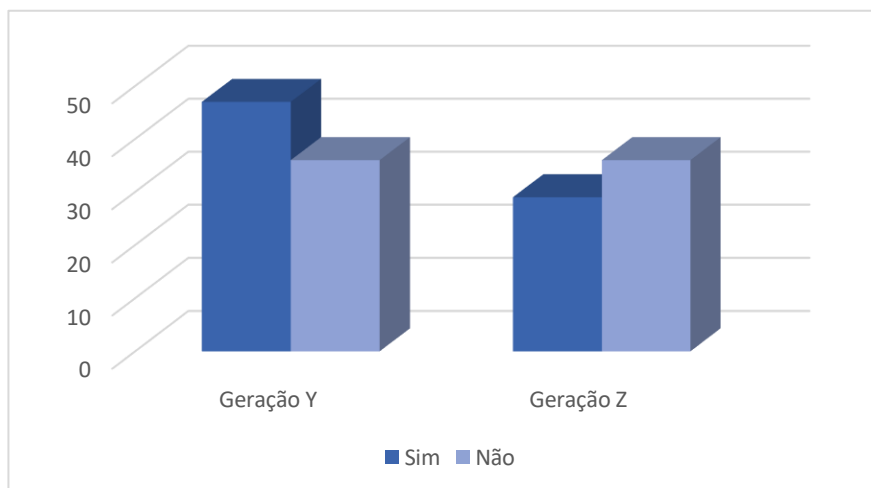
É importante assinalar que não estamos perante uma maioria muito expressiva, e o número de inquiridos que optou por escolher a opção - Não (48,6%, n=72) deve ser um dado a ter em consideração (gráfico 5).

Gráfico 5 - Sobre a transmissão de segurança dos bancos 100% digitais



No entanto, embora a diferença seja muito pequena, é interessante constatar que por geração em termos percentuais a Geração Y (56,63%, n= 47) considera que a banca 100% digital lhe transmite mais segurança, do que a Geração Z (44,62%, n=29).

Gráfico 6 - Sobre a transmissão de segurança dos bancos 100% digitais por geração



Na questão 14, solicitou-se aos inquiridos para escolherem no máximo duas das opções tecnológicas que gostariam de ver incorporadas como medida de segurança, tendo 30,57% (n=81) indicado a digitalização de Impressões Digitais (tabela 14).

Tabela 14 - Opções tecnológicas que os inquiridos gostariam de ver incorporadas como medida de segurança

	Frequência	Porcentagem
	N	%
Cartão com Chip	37	13,96
Reconhecimento Facial	67	25,28
Digitalização de Impressões Digitais	81	30,57
Reconhecimento de Voz	19	7,17
Biometria	61	23,02
Total	265	100

Tendo em consideração que atualmente, existem instituições (*Fintech*) que disponibilizam serviços bancários digitais e que não têm licença para exercer essa atividade (Diniz, 2019) foi solicitado aos inquiridos na questão 15, que indicassem qual a afirmação que melhor caracteriza a sua opinião.

Verifica-se que 50% (n=74) dos inquiridos, sente-se mais seguro em abrir conta em instituições com licença bancária, a que acresce que 31,8% (n=47) indicam que não confiam numa instituição 100% digital, sem balcões e sem licença bancária (tabela 15).

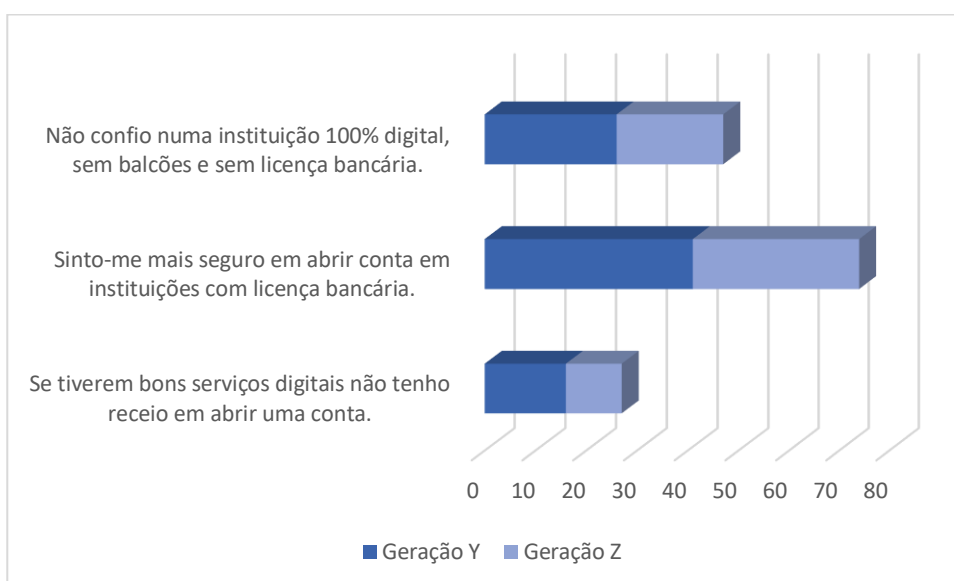
Tabela 15 - Opinião dos inquiridos sobre *Fintech* sem licença bancária e a exercer esses serviços

	Frequência	Porcentagem
	N	%
Se tiverem bons serviços digitais não tenho receio em abrir uma conta.	27	18,2
Sinto-me mais seguro em abrir conta em instituições com licença bancária.	74	50,0
Não confio numa instituição 100% digital, sem balcões e sem licença bancária.	47	31,8
Total	148	100

Relativamente às diferenças de opinião sobre as *Fintech* que exercem atividade bancária sem licença de um Banco Central, em termos percentuais, ambas as gerações sentem maior segurança em abrir uma conta numa instituição com licença bancária.

No entanto, os resultados sugerem que a Geração Z é “mais desconfiada” que a Geração Y como ilustra o gráfico 7.

Gráfico 7 - Opinião dos inquiridos sobre *Fintech* sem licença bancária e a exercer esses serviços



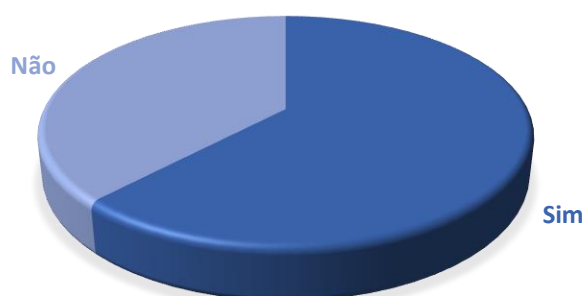
Na questão 16 e com base na premissa que todos os inquiridos são titulares de pelo menos uma conta bancária ativa, perguntou-se no caso de não ter uma conta num banco 100% digital se era provável que viesse a abrir nos próximos meses tendo 62,2% (n=92) confirmado que sim (tabela 16).

Tabela 16 - Probabilidade de vir a abrir uma conta num banco 100% digital nos próximos meses

	Frequência	Percentagem
	N	%
Sim	92	62,2
Não	56	37,8
Total	148	100

Sobre os inquiridos que responderam “sim” à questão 16, em termos de perfil são maioritariamente da Geração Y, do sexo masculino, o grau académico mais frequente é a licenciatura, residem em Angola, possuem três ou mais contas e preferem o atendimento do balcão da agência, apesar de também utilizarem meios digitais.

Gráfico 8 - Probabilidade de vir a abrir uma conta num banco 100% digital nos próximos meses



4.2 Síntese dos resultados da análise estatística das questões

Para Quivy e Campenhoudt (2018, 136), “uma hipótese é uma proposição que prevê uma relação (gradação de realização) entre dois termos que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos. Uma hipótese é, portanto, uma proposição provisória, uma pressuposição que deve ser verificada”.

Na realidade, as investigações apresentam-se, sempre, como movimentos resultantes entre uma reflexão teórica e um trabalho empírico que devem resultar em questões, permitindo “analisar de forma mais profunda através de uma intervenção experimental no terreno, ou seja, para testar os resultados do primeiro passo” (Patton, 1990; Flick, 2005, 269) apresentados no capítulo anterior.

Assim, vamos de seguida apresentar o quadro resumo das diversas questões que serviram de suporte ao inquérito.

Quadro 1 - Quadro resumo da análise das questões

Nº	Questão	Resultados	Observações
7	Para realizar as seguintes operações e transações, qual o meio que utiliza maioritariamente?	62,8% para fazer consultas recorre a Apps do Banco, valor só ultrapassado pela requisição de cheques junto da Agência (63,5%).	O Balção é o meio mais utilizado para requisitar cartões, cheques e crédito. Consultas, pagamentos e transferências são maioritariamente feitas online.
8	Enquanto cliente de um banco, qual a importância que atribui aos seguintes aspetos?	O aspeto mais valorizado como muito importante é a privacidade dos dados (73,6%).	Ao agrupar a classificação de importante e muito importante, a facilidade de acesso supera todos os outros.
9	Quais dos seguintes bancos digitais conhece ou já ouviu falar.	O banco digital mais conhecido é o ActivoBank.	19,6% dos inquiridos desconhecem os bancos digitais apresentados.

Quadro 2 – Continuação quadro resumo da análise das questões

Nº	Questão	Resultados	Observações
10	Se possui conta num banco 100% digital, está satisfeito com o serviço?	41% dos inquiridos que têm conta bancária digital estão muito satisfeitos, e 46,9% estão satisfeitos.	O grau de satisfação dos inquiridos que têm conta bancária 100% digital é muito significativo.
11	Quais considera as principais vantagens na utilização dos bancos 100% digitais?	Facilidade de abertura de conta (16,99%).	As respostas transmitem a valorização da simplicidade, eficiência e ausência de comissões.
12	Como caracteriza a probabilidade dos seguintes riscos acontecerem nas operações através dos canais digitais?	55,41% considera provável a existência de erros pelos próprios utilizadores ou falhas nos equipamentos (53,38%).	A questão mais frequente como muito provável é a Fraude e a menos provável é a apropriação indevida de valores.
13	Considera que os bancos 100% digitais transmitem segurança?	51,4% considera que os bancos 100% digitais transmitem segurança.	Não é uma maioria muito expressiva. A geração Z é mais desconfiada.
14	Se o seu banco lhe desse essa oportunidade, qual das seguintes opções tecnológicas escolheria como medida de segurança?	30,57% valoriza como medida de segurança a digitalização de impressões digitais.	Digitalização de Impressões Digitais é cada vez mais utilizada nos equipamentos e por isso mais familiar aos inquiridos.
15	Atualmente, existem instituições (Fintech) que disponibilizam serviços bancários digitais e que não têm licença para exercer essa atividade. Indique a afirmação que melhor caracteriza a sua opinião.	A maioria dos inquiridos (50%) sente-se mais seguro em abrir uma conta em instituições com licença bancária.	Ambas as gerações sentem maior confiança numa instituição com licença bancária.
16	Se não tem uma conta num banco 100% digital considera provável vir a abrir nos próximos meses?	Dos inquiridos que não têm conta num banco 100% digital, 62,2% consideram esta possibilidade.	Existem uma predisposição muito favorável à abertura de conta num banco 100% digital nos próximos meses.

Relativamente à *Q1: Existem diferenças na utilização dos serviços financeiros por geração e por nacionalidade*, de acordo com a informação recolhida no questionário e apesar de pequenas diferenças encontradas nomeadamente, ao nível da confiança e intenção futura de abrir uma conta 100% digital, é plausível afirmar que não se evidenciaram divergências muito relevantes na utilização dos serviços financeiros por geração e por nacionalidade. Na verdade, estamos perante uma amostra inquirida maioritariamente com formação superior e competências digitais, o que pode justificar os resultados obtidos.

Outro aspeto a ter em consideração que emergiu dos dados obtidos é que a nacionalidade influencia menos os comportamentos dos inquiridos em termos de meios utilizados nas operações e transações do que o país de residência, o que pode ser explicado pela diferença de acesso à Internet, entre Portugal e Angola.

Em relação à *Questão 2 - As novas gerações enquanto utilizadores de serviços das FinTech, valorizam a importância de licença bancária*, cumpre destacar que ambas as gerações valorizam a sua importância, mas com maior ênfase na Geração Z. Este aspeto pode ser justificado pela influência que a crise financeira e as alterações sobre a supervisão tiveram no seu crescimento.

Por último, mas não menos importante sobre a *Questão 3 - Existem diferenças na predisposição para abrir conta nos próximos meses por geração e por nacionalidade*, os resultados obtidos não evidenciam diferenças muito relevantes, no entanto, é possível observar uma maior predisposição na Geração Y nos inquiridos cujo país de residência é Angola.

Quadro 3 - Questões para verificação de Questões

Questão	Validação pela Questão
Q1	Questões 7 a 16
Q2	Questão 15
Q3	Questão 16

Terminada esta etapa, vamos abordar as conclusões do trabalho de investigação.

5. Conclusões, limitações do estudo e futuras linhas de investigação

O estudo sobre a Disrupção nos Serviços Financeiros: Geração Y *versus* Z Portuguesa e Angolana, foi alicerçado na revisão da literatura apresentada no capítulo 2 e numa análise estatística apoiada por um estudo quantitativo cujos resultados se apresentam no capítulo 4, e os quais permitiram a concretização dos objetivos específicos delineados.

A tecnologia aplicada aos serviços financeiros causou uma disrupção na banca, sector que até há bem pouco tempo, era um pouco avesso à inovação. Com o crescimento das *Fintech*, que desenvolvem soluções tecnológicas transversais à cadeia de valor da indústria financeira, não só a banca tradicional passou a ser obrigada a inovar, como passou a encarar os dados dos seus clientes como um ativo que deve ser gerido. A era digital tornou obsoleta a necessidade do cliente se deslocar a um balcão para abrir conta bancária, consultar um saldo, ou fazer uma transferência, entre outras operações (Arner *et al.*, 2015).

Como explica Carvalho (2019), um mundo de relações suportadas em serviços baseados em dados requer novas formas de negociação, particularmente tendo em conta a velocidade com que a inovação e a disrupção despontam. Tais relações estão longe de serem simples. Exigem investimentos significativos para desenvolver estratégias, procurar parceiros adequados, estabelecer comunicação, alinhar processos, promover conteúdos e responder de forma flexível às mudanças de condições, tanto internas como contextuais.

Neste sentido, o crescimento do número de empresas de *FinTech* pode ser explanado em três dimensões: (i) as empresas perceberam que a tecnologia e especialmente o software, estava a criar uma grande oportunidade para inovar e lançar novos serviços e produtos; (ii) o sucesso das empresas de tecnologia provou que novos modelos de negócios e uma abordagem aberta à cooperação com o ecossistema e com outras indústrias representava oportunidades de negócio lucrativas; (iii) os utilizadores foram colocados no centro do design, apresentando os serviços de forma intuitiva e fácil de usar (Varga, 2017). Este ambiente de negócio trouxe aos clientes do sector financeiro um novo modelo pautado pela acessibilidade, disponibilidade 24h, rapidez, desvalorização da comunicação pessoal e presencial, personalização e ausência de comissões (Gyori, 2018). Como se constatou quer na revisão da literatura, quer no estudo quantitativo as *FinTech* vieram para ficar, e vão continuar a revolucionar o sector, otimizando custos e investimentos, melhorando a

qualidade dos serviços e criando um cenário financeiro mais diversificado e competitivo. Os segmentos mais frequentes são os pagamentos, as transações, a concessão de crédito, a gestão de ativos, os seguros e a gestão de câmbios, no entanto, são cada vez mais as *FinTech* e as *BigTech* que procuram com ou sem licença bancária entrar no mercado financeiro e representar uma forte alternativa à banca tradicional, propósito que tem vindo a ser muito bem acolhido pelos clientes já habituados a um mundo tecnológico.

No entanto, é crucial voltar a destacar que o sistema financeiro desempenha papel fundamental na economia e a história já sucessivamente nos ensinou que quando os bancos se desviam do seu foco de atividade, podem sofrer sérias consequências, como ficou muito claro com a crise financeira. O mesmo se pode aplicar a outros sectores quando, à custa do seu poder económico, se impõe em atividades onde não têm legado. Esta realidade obriga a que os reguladores, desenvolvam os esforços necessários para que todas estas instituições financeiras se tornem mais seguras e mais transparentes (Arner *et al.*, 2015).

Tendo em consideração o exposto anteriormente, é possível afirmar que estamos perante um mercado que se outrora já vivenciava um crescimento exponencial, neste momento enfrenta novos desafios fruto da pandemia. Esta nova realidade veio reforçar a pertinência da utilização do online em detrimento da comunicação presencial e obriga as instituições a olhar não só para as gerações mais novas, mas também, para as gerações mais velhas e tecnologicamente menos aptas.

Em relação à questão de partida, constata-se que de um modo geral, não existem diferenças relevantes de comportamento na utilização de serviços financeiros digitais entre a Geração Y (Millennials) e a Geração Z (Digital Natives). Contudo são gerações com características diferentes, pelo que a forma de os conquistar como clientes é um aspeto muito importante que não deve ser descurado.

A Geração Z comparativamente com os inquiridos da Geração Y é mais desconfiada, preferem ter menos contas, é mais volátil a marcas e por isso, mais difícil de fidelizar. Ambas exigem serviços seguros, simples e intuitivos.

Porém, algumas limitações relativamente à amostra foram observadas. Quanto ao enfoque dado à nacionalidade, pois não permitiu evidenciar resultados contextualizados na realidade, no caso concreto das gerações Y e Z angolanas, pois a maior parte dos inquiridos tem como país de residência Portugal.

Em futuras investigações considera-se importante alargar a amostra em termos de representatividade e privilegiar mais o país de residência em detrimento da ênfase atribuída à nacionalidade, tendo em consideração a influência que o meio envolvente exerce nos comportamentos. Numa investigação posterior seria interessante incluir também a problemática da desmaterialização dos meios de pagamento e das moedas virtuais. Este tipo de perspectiva permitiria estudar e compreender de uma forma mais aprofundada as opções e comportamentos de ambas as gerações, face a um ambiente em constante evolução de disrupção nos Serviços Financeiros.

Bibliografia

- Alcarva, P. (2018). Banca 4.0. A Banca Digital do Futuro. *InforBanca*, 112, pp. 44-47.
- Alcarva, P. (2018). *Banca 4.0. Revolução Digital: Fintechs, Blockchain, Criptomoedas, Robo-advisers e Crowfundig*. Coimbra: Consjuntura Actual Editora.
- Alt, R., & Puschmann, T. (2012). The Rise of Customer-Oriented Banking – Electronic Markets are Paving the Way. *Electronic Markets*, 22, pp. 203-215. doi:10.1007/s12525-012-0106-2
- Alt, R., Beck, R., & Smits, M. (2018). FinTech and the transformation of the financial industry. *Electronic Markets*, 28(3), pp. 235-243. doi:10.1007/s12525-018-0310-9
- Anagnostopoulos, I. (2018). Fintech and Regtech: Impact on Regulators and Banks. *Journal of Economics and Business*, 100, pp. 7-25. doi:10.1016/j.jeconbus.2018.07.003
- Anand, D., & Mantrala, M. (2019). Responding to disruptive business model innovations: the case of traditional banks facing fintech entrants. *Journal of Banking and Financial Technology*, 3, pp. 19-31. doi:10.1007/s42786-018-00004-4
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. (2015). *The Evolution of FinTech: A New Post-Crisis Paradigm? Research Paper No. 2015/047*. Sydney, Australia: University of New South Wales Law Research Series.
- Autoridade da Concorrência (AdC) . (2018). *Inovação Tecnológica e Concorrência no Setor*. Lisboa: Autoridade da Concorrência.
- Banco de Portugal . (2019). *Relatório de Estabilidade Financeira*. Lisboa: Departamento de Estabilidade Financeira. Banco de Portugal.
- Banco de Portugal. (2013). *Políticas de Inclusão e Formação Financeira. Encontros dos Bancos Centrais dos Países de Língua Portuguesa*. Lisboa: Banco de Portugal.
- Banco de Portugal. (2017a). *Discussion Paper on the EBA's approach to financial technology (FinTech)*. Obtido em 24 de Abril de 2020, de Autoridade Bancária Europeia lança discussão sobre FinTech: <https://www.bportugal.pt/comunicado/autoridade-bancaria-europeia-lanca-discussao-sobre-fintech>

- Banco de Portugal. (2017b). *Entrevista do Administrador Hélder Rosalino ao ECO: BdP tem uma atitude de abertura em relação às Fintech*. Obtido em 23 de Abril de 2020, de Intervenções Públicas: <https://www.bportugal.pt/intervencoes/entrevista-do-administrador-helder-rosalino-ao-eco-bdp-tem-uma-atitude-de-abertura-em>
- Banco de Portugal. (2018). *Fintech +, o novo canal do Banco de Portugal sobre inovação financeira*. Obtido em 2 de Abril de 2020, de Comunicados: <https://www.bportugal.pt/comunicado/fintech-o-novo-canal-do-banco-de-portugal-sobre-inovacao-financiera>
- Banco de Portugal. (2019). *Comercialização de Produtos e Serviços Bancários nos canais digitais em Portugal. Resultados do 2º questionário às Instituições Financeiras*. Lisboa: Departamento de Supervisão Comportamental do Banco de Portugal.
- Banco Maré. (2020). *Somos Maré: Quem somos e os Serviços*. Obtido em 20 de Março de 2020, de <https://bancomare.com.br/about.html>
- Banco Nacional de Angola (BNA). (2010). *Instituições Financeiras Bancárias Autorizadas*. Obtido em 11 de Abril de 2020, de https://www.bna.ao/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=142&idsc=163&idl=1
- Banco Nacional de Angola (BNA). (2019). *Conselho de Directores Executivos do Grupo Banco Mundial informa-se sobre o Programa de Educação Financeira*. Obtido em 26 de Março de 2020, de Notícias: https://www.bna.ao/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=175&idi=16350&idl=1
- Banco Nacional de Angola (BNA). (2019). *Laboratório de Inovação do Sistema de Pagamentos (LISPA)*. Obtido em 29 de Abril de 2020, de Programa de incubação de Startups Fintech: <https://lispa.ao/>
- Bank for International Settlements (BIS). (2020). *The future of central banking is inextricably linked to innovation*. Obtido em 24 de Abril de 2020, de Innovation and fintech: <https://www.bis.org/topic/fintech.htm?m=5%7C435%7C701>

- Bartlett, R., Morse, A., Stanton, R., & Wallace, N. (2019). Consumer-Lending Discrimination in the Fintech Era. *National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper No. 25943*, pp. 1-44.
- Bennett, J., Pitt, M., & Price, S. (2012). Understanding the impact of generational issues in the workplace. *Facilities*, 30(7/8), pp. 278-288. doi:10.1108/02632771211220086
- Bolton, R. N., & et al. (2018). Customer experience challenges: bringing together digital, physical and social realms. *Journal of Service Management*, 29(5), pp. 776-808. doi:10.1108/JOSM-04-2018-0113
- Boot, A. W. (2016). Understanding the Future of Banking: Scale & Scope Economies, and Fintech. Em A. Demirgüç-Kunt, D. Evanoff, & G. Kaufman, *The Future of Large, Internationally Active Banks* (pp. 431-449). USA: World Scientific Studies in International Economics. doi:10.1142/9789813141391_0025
- Boot, A. W., & Thakor, A. (2020). Commercial Banking and Shadow Banking: The Accelerating Integration of Banks and Markets and Its Implications for Regulation. *SSRN Electronic Journal*, pp. 1-59. doi:10.2139/ssrn.3099106
- Breidbach, C. F., Keating, B., & Lim, C. (2020). Fintech: research directions to explore the digital transformation of financial service systems. *Journal of Service Theory and Practice*, 30(1), pp. 79-102. doi:10.1108/JSTP-08-2018-0185
- Carvalho, R. M. (2019). *Dilema das Alianças. Defesa do Humanismo na Era da Inteligência Artificial*. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Chritensen, C. M. (2018). *O Dilema da Inovação*. Lisboa: Editora Actual.
- Cordeiro, A. M., Oliveira, A. P., & Duarte, D. P. (2017). *FinTech - Desafios da Tecnologia Financeira*. Coimbra: Edições Almedina.
- Cos, P. H. (2019). *Financial technology: the 150-year revolution*. Frankfurt: Basel Committee on Banking Supervision and Governor of the Bank of Spain.
- Costa, J. (2019). Adesão a bancos digitais em Portugal tem aumentado. São mais de 150 mil clientes. *Observador*, pp. 1-5. Obtido em 26 de Abril de 2020, de <https://observador.pt/2019/02/11/adesao-a-bancos-digitais-em-portugal-tem-aumentado-sao-mais-de-150-mil-clientes/>

- Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017. Measuring Financial Inclusion*. Washington, DC: The World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1259-0
- Diniz, B. (2019). *A guerra dos Neobanks está começando no Brasil*. Obtido em 25 de Março de 2020, de Fintechs e Startups: <https://cointimes.com.br/a-guerra-dos-neobanks-esta-comecando-no-brasil/>
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2016). *The FinTech Market in Germany. Final Report*. Berlin: Federal Ministry of Finance.
- Drasch, B. J., Schweizer, A., & Urbach, N. (2018). Integrating the ‘Troublemakers’: A Taxonomy for Cooperation between Banks and Fintechs. *Journal of Economics and Business*, 100, pp. 26-42. doi:10.1016/j.jeconbus.2018.04.002
- Dubois, B. (2005). *Compreender o Consumidor* (4ª ed.). Lisboa: Dom Quixote.
- European Commission (EU). (2017). *Summary of contributions to the "Public Consultation on FinTech: a more competitive and innovative European financial sector"*. Brussels: EU - Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union.
- Flick, U. (2005). *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*. Lisboa: Monitor.
- Fonseca, A. (2020). *Startups. Desbancarizados na Mira das Fintechs Brasileiras*. Obtido em 29 de Março de 2020, de Whow. Inovação para negócios: <https://www.whow.com.br/startups/desbancarizados-mira-fintechs-brasileiras/>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. *The influence of Gen Z—the first generation of true digital natives—is expanding*. São Paulo: McKinsey & Company.
- Futurecom. (2018). *Conheça o perfil dos desbancarizados brasileiros*. Obtido em 30 de Março de 2020, de Futurecom Digital: <https://digital.futurecom.com.br/conectividade/conhe-o-perfil-dos-desbancarizados-brasileiros>

- Gautham. (1 de Novembro de 2015). *A Brief History of Digital Currency*. Obtido em 05 de Fevereiro de 2016, de News Bitcoin News Service: <http://www.newsbtc.com/2015/11/01/a-brief-history-of-digital-currency/>
- Glass, A. (2007). Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), pp. 98-103. doi:10.1108/00197850710732424
- Godinho, R. (26 de Março de 2014). *Jornal de Negócios*. Obtido em 02 de Maio de 2016, de http://www.jornaldenegocios.pt/mercados/bolsa/detalhe/vem_ai_uma_nova_bolha_das_dot_com.html
- Gomber, P., Kauffman, R., Parker, C., & Weber, B. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), pp. 220-265. doi:10.1080/07421222.2018.1440766
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *The Journal of Business Economics (JBE)*, pp. 1-44. doi:10.1007/s11573-017-0852-x
- Gomes, J. F., & Cesário, F. (2014). *Investigação em Gestão de Recursos Humanos. Um guia de boas práticas*. Lisboa: Escolar Editora.
- Guild, J. (2017). Fintech and the Future of Finance. *Asian Journal of Public Affairs*, 10(1), pp. 1-14. doi:10.18009/ajpa.201710
- Gyori, D. (2018). Dez tendências que vão definir o futuro da Banca na próxima década. *InforBanca*(113), pp. 12- 21. Obtido em 11 de Julho de 2019, de <https://ifb.pt/wp-content/uploads/2018/07/IFB-InforBanca-113-JUL18.pdf>
- Hill, M. M., & Hill, A. (2008). *Investigação por Questionário (2ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Höbe, L. (2015). The Changing Landscape of the Financial Services. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(2), p. 145. doi:10.7763/IJTEF.2015.V6.459
- Howe, N., & Strauss, W. (2007). The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve. *Harvard Business Review*, pp. 41-52.

- Huang, M.-H. (2008). The influence of selling behaviors on customer relationships in financial services. *International Journal of Service Industry Management*, 19(4), pp. 458-473. doi:10.1108/09564230810891905
- Jung, D., Dorner, V., Weinhardt, C., & Puzmaz, H. (2017). Designing a robo-advisor for risk-averse, low-budget consumers. *Electronic Markets*, pp. 1-14. doi:10.1007/s12525-017-0279-9
- Koffi, H. W. (2016). The Fintech Revolution: An Opportunity for the West African Financial Sector. *Open Journal of Applied Sciences*, 6, pp. 771-782. doi:10.4236/ojapps.2016.611068
- Kraus, M. (2017). Comparing Generation X and Generation Y on their Preferred Emotional Leadership Style. *Journal of Applied Leadership and Management*, 5, pp. 62-75.
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. (2007). *Metodologia do Trabalho Científico* (7ª ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- Lee, I., & Shin, Y. (2018). Fintech: Ecosystem, Business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), pp. 35-46. doi:10.1016/j.bushor.2017.09.003
- Lumpkin, S., & Schich, S. (2020). Banks, Digital Banking Initiatives and the Financial Safety Net: Theory and Analytical Framework. *Journal of Economic Science Research*, 3(1), pp. 24-46. doi:10.30564/jesr.v3i1.1113
- Merriman, M. (2015). *What if the next big disruptor isn't a what but a who? Gen Z is connected, informed and ready for business*. United Kingdom : Ernst & Young LLP.
- Moura, C. (2017). FinTech e regulação no mercado bancário. Em A. M. Cordeiro, A. Oliveira, & D. Duarte, *Desafios da Tecnologia Financeira*. Coimbra: Edições Almedina, S.A. Obtido em 29 de Março de 2020, de [https://books.google.pt/books?id=sZE6DwAAQBAJ&pg=PT185&lpg=PT185&dq=The+Fintech+revolution++is+Portugal+pdf&source=bl&ots=1NBEeyp3-R&sig=ACfU3U2B-g0KNg-43bhAOM3WMB98BzCK8A&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjZm6e5gfXoAhVFzhoKHfRuBtYQ6AEwBnoECAsQLw#v=onepage&q=The%](https://books.google.pt/books?id=sZE6DwAAQBAJ&pg=PT185&lpg=PT185&dq=The+Fintech+revolution++is+Portugal+pdf&source=bl&ots=1NBEeyp3-R&sig=ACfU3U2B-g0KNg-43bhAOM3WMB98BzCK8A&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjZm6e5gfXoAhVFzhoKHfRuBtYQ6AEwBnoECAsQLw#v=onepage&q=The%20)

- Nimon, S. (2007). Generation Y and Higher Education: The Other Y2K. *Journal of Institutional Research*, 13(1), pp. 24-41.
- Patel, M. (2020). *New Research Illustrates Impact of Covid-19 on Fintech Industry*. Obtido em 02 de Abril de 2020, de The Fintech Times: <https://thefintechtimes.com/new-research-illustrates-impact-of-covid-19-on-fintech-industry/>
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2nd ed.). London: Sage.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2018). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Rudge, M., Reis, G., Nakata, L., & Picchiali, D. (2017). Geração Y: um estudo sobre suas movimentações, valores e expectativas. *Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe)*, VII(01), pp. 406-421. doi:10.20503/recap.v7i1.32653
- Schofield, C. P., & Honore, S. (2011). Generation Y and learning: A Changing World. *The Ashridge Journal*, pp. 26-33. doi:10.1057/9780230306356_9
- Shim, Y., & Shin, D.-H. (2016). Analyzing China's Fintech Industry from the Perspective of Actor–Network Theory. *Telecommunications Policy*, 40(2-3), pp. 168-181. doi:10.1016/j.telpol.2015.11.005
- Smith, S. S. (2019). Blockchain, Tokenization, and Implications for Financial Services Practitioners. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 9(1), pp. 1-14. doi:10.5296/ijafr.v9i1.14164
- Thakor, A. V. (2020). Fintech and banking: What do we know? *Journal of Financial Intermediation*, 41, pp. 833-858. doi:10.1016/j.jfi.2019.100833
- The European Banking Authority (EBA). (2018). *Report on the prudential risks and opportunities arising for institutions from FinTech*. London: European Union.
- Twenge, J. M. (2010). A Review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes. *The Journal of Business and Psychology*, pp. 201-210. doi:10.1007/s10869-010-9165-6
- Varga, D. (2017). Fintech. the new era of financial services. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 11, pp. 21-32. doi:10.14267/VEZTUD.2017.11.03

- Vilelas, J. (2017). *Investigação. O processo de Construção do Conhecimento* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Wall, L. D. (2018). Some financial regulatory implications of artificial intelligence. *Journal of Economics and Business*, pp. 55-63. doi:10.1016/j.jeconbus.2018.05.003
- Yovanof, G. S., & Hazapis, G. N. (2008). Disruptive Technologies, Services, or Business Models? *Wireless Personal Communications*, 45, pp. 569-583. doi:10.1007/s11277-008-9486-1
- Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). The FinTech phenomenon: antecedents of financial innovation perceived by the popular press. *Financial Innovation*, 2, pp. 1-16. doi:10.1186/s40854-016-0036-7

Apêndice – Questionário

Inovação Tecnológica nos Serviços Financeiros

Gerações Y e Z

Inovação Tecnológica nos Serviços Financeiros

O presente questionário integra-se num projecto de investigação sobre a inovação tecnológica nos Serviços Financeiros. Sendo um estudo comparativo entre as Gerações Y e Z de consumidores Portugueses e Angolanos, vimos solicitar o seu preenchimento, caso tenha conta bancária e se enquadre, em termos de nacionalidade e geração. Todos os resultados destinam-se exclusivamente a uso académico, são confidenciais e anónimos. Agradecemos desde já a sua participação e divulgação.

***Obrigatório**

1. Ano de Nascimento *

Selecionar ▼

2. Nacionalidade *

Angolana

Portuguesa

Ambas

3. País de Residência *

Angola

Portugal

Outro

4. Sexo *

- Masculino
- Feminino

5. Habilitações Literárias *

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado ou Pós-graduação
- Doutoramento

6. Quantas contas bancárias tem activas? *

- Uma
- Duas
- Três ou mais

7. Para realizar as seguintes operações/transacções, qual o meio que utiliza maioritariamente? *

	Balcão da Agência	Homebanking	Apps do Banco	Apps de Serviços (ex: MB WAY)	Caixa ATM e Multibanco	Não utilizo
Consultar saldos e movimentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efectuar pagamentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efectuar transferências	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Requisitar cartões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Requisitar cheques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solicitar financiamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Enquanto cliente de um banco, qual a importância que atribui aos seguintes aspectos? *

	Nada Importante	Pouco Importante	Importante	Muito Importante
Imagem e reputação da entidade bancária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Antiguidade da entidade bancária	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existência de balcões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade de acesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relação com o gestor de conta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aconselhamento personalizado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Notificações proactivas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade das aplicações ("apps")	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança dos canais digitais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Privacidade de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade 24 horas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de fidelização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade de obtenção crédito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Custos das
comissões e
taxas



9. Quais dos seguintes bancos digitais conhece ou já ouviu falar. *

- ActivoBank
- Revolut
- Lydia
- Monese
- N 26
- OpenBank
- Monzo
- Banco BNI Europa
- Não conheço nenhum

10. Se possui conta num banco 100% digital, está satisfeito com o serviço? *

- Nada satisfeito
- Pouco satisfeito
- Satisfeito
- Muito satisfeito
- Não se aplica



11. Quais considera as principais vantagens na utilização dos bancos 100% digitais? (Escolha no máximo quatro) *

- Facilidade de abertura de conta
- Serviço diferenciado
- Ausência de comissão de manutenção
- Carregamentos de uma conta online
- Pagamentos e compras no estrangeiro
- Levantamentos em caixas automáticas no estrangeiro sem custos
- Isenção de taxas e comissões em operações de pagamento de compras e transferências nacionais e internacionais
- Câmbio internacional
- Capacidade de congelar/descongelar cartões

12. Como caracteriza a probabilidade dos seguintes riscos acontecerem nas operações através dos canais digitais? *

	Muito improvável	Improvável	Provável	Muito Provável
Erro do próprio utilizador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falha dos equipamentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falha na protecção de dados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Roubo de dados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apropriação indevida de valores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Fraude

13. Considera que os bancos 100% digitais transmitem segurança? *

Sim

Não

14. Se o seu banco lhe desse essa oportunidade, qual das seguintes opções tecnológicas escolheria como medida de segurança? (escolha no máximo duas) *

Cartão com Chip

Reconhecimento Facial

Digitalização de Impressões Digitais

Reconhecimento de Voz

Biometria

15. Actualmente, existem instituições (Fintech) que disponibilizam serviços bancários digitais e que não têm licença para exercer essa actividade. Indique qual a afirmação que melhor caracteriza a sua opinião. *

Se tiverem bons serviços digitais não tenho receio em abrir uma conta.

Sinto-me mais seguro em abrir conta em instituições com licença bancária.

Não confio numa instituição 100% digital, sem balcões e sem licença bancária.

16. Se não tem uma conta num banco 100% digital considera provável vir a abrir nos próximos meses? *

Sim

Não



Observações

A sua resposta

Agradecemos a sua colaboração

Submeter

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários

