

FinTechs em Portugal segundo o ponto de vista de várias gerações

Professor Doutor José Azevedo ¹ e Gisela Monteiro ²

¹ Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Politécnico do Porto

² Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Politécnico do Porto

Resumo

A última década representou enormes desafios para o setor bancário, incluindo a grande crise financeira de 2008, reformas ao nível da legislação, a baixa lucratividade e a deterioração da confiança pública. Foi neste contexto que surgiu uma nova abordagem ao setor bancário e aos seus serviços – as FinTechs. Esta nova abordagem, mais tecnológica, tem permitido oferecer serviços bancários com maior agilidade, maior segurança e custos reduzidos nas transações financeiras. Assim, com o desenvolvimento deste artigo pretende-se fazer uma revisão da literatura relativamente às diversas aplicações desta nova tecnologia, bem como proceder à análise de qual a sua utilidade e aplicabilidade no quotidiano de várias gerações em Portugal. Para a realização desta análise, foi aplicado um questionário a mais de 400 indivíduos, onde foi possível concluir-se que as FinTechs apresentam uma importância diferente mediante a faixa etária dos indivíduos, sendo perceptível que, de uma forma geral, quanto mais nova for a faixa etária também maior será a importância.

Palavras-chave: FinTechs, Comércio Eletrónico, Negócio Eletrónico, Banca

Introdução

Atualmente, é constante o aparecimento de novas tendências no mercado financeiro, sendo uma delas o aparecimento de FinTechs. Para melhor compreender este conceito, basta refletir no próprio termo que surgiu da união entre “Financeiro” e “Tecnologia”. Uma das definições mais comuns deste termo passa por as descrever como sendo, maioritariamente, *startups* que trabalham para inovar e otimizar os serviços do sistema financeiro. Estas empresas possuem custos operacionais muito menores devido à utilização de tecnologias que elevam a eficiência dos processos, como por exemplo a utilização de smartphones para aceder a bancos móveis ou até realizar investimentos. Assim sendo, as FinTechs estão a criar uma nova experiência na contratação e utilização de serviços financeiros, atuando num setor que sempre utilizou demasiada burocracia e complexidade dos processos (Kagan & Estevez, 2020). Numa outra perspetiva, as FinTechs podem também ser encaradas como “a interseção entre a evolução de serviços financeiros e da tecnologia” (PwC, 2016). Outra abordagem a este termo a considerar é a do European Banking Institute que, segundo a sua perspetiva, referem que FinTechs começaram por marcar presença no mercado através da utilização de tecnologia e de uma maior recolha de dados, apresentando um contacto mais direto aos clientes. Em seguida, as FinTechs entraram no mundo das finanças, aproveitando o seu acesso aos dados e o seu contacto direto com os clientes para superarem a concorrência de empresas financeiras estabelecidas (Buckley et al., 2017).

Desta forma, a questão de pesquisa deste artigo prende-se com a análise da importância das FinTechs em Portugal segundo o ponto de vista de várias gerações: Geração BabyBoomers, Geração X, Geração Y e Geração Z. Com a realização do mesmo, pretende-se estabelecer um termo de comparação entre as várias gerações referidas e qual a utilização que fazem dos serviços fornecidos por FinTechs. Para atingir este objetivo foi realizada uma revisão da literatura sobre os diversos conceitos referentes às FinTechs e, posteriormente, aplicado um questionário a mais de 400 indivíduos. Assim, o artigo apresenta a seguinte estrutura: revisão de literatura, abordagem metodológica, resultados, discussão e conclusão.

Revisão de Literatura

Surgimento das FinTechs na atualidade

Quando consideramos os fatores que permitiram às empresas introduzir as FinTechs no mercado financeiro, obviamente que o principal é referente à cada vez **maior evolução tecnológica** que possibilitam, através do uso da tecnologia, a oferta de novos produtos e serviços. Relativamente aos fatores que levaram ao surgimento das FinTechs nos últimos anos, segundo Schindler (2017), o primeiro é referente à **mudança do cenário financeiro após a crise financeira global de 2008**. Os encargos de legislação e regulação aumentaram, assim como a aversão ao risco. Em resposta, os bancos recuaram de algumas atividades de empréstimo e, por sua vez, da sua posição no mercado. Assim, foi-se verificando um maior espaço para o surgimento de novas empresas e soluções com produtos e serviços inovadores, como cartões de crédito ou débito ou pré-pago sem taxas de anuidade (Varga, 2017). Outro fator que contribuiu para a afirmação das FinTechs no mercado financeiro está relacionado com as **condições macroeconómicas da época**, em específico a baixa taxa de juros. Este contexto, em que se verificava o apoio e incentivo das instituições financeiras em reduzir custos, permitiu que as FinTechs utilizassem a tecnologia como um meio para tal. Por exemplo, as empresas de *blockchain* tentaram oferecer soluções que aceleram a compensação e liquidação e, portanto, possibilitam a redução de custos (Schindler, 2017). Por último, é também importante considerar a **crecente prevalência de tecnologia móvel**. Atualmente, segundo Neto (2021), quase todos nós possuímos um smartphone com acesso à internet, daí a necessidade de existirem novos produtos e serviços que correspondam a um estilo de vida cada vez mais móvel. Assim, espera-se que todas as inovações desenvolvidas pelas FinTechs, como as tecnologias de pagamento móvel, banco online ou corretagem online, atendam às especificidades da procura e adaptem a sua oferta de serviços à procura (Schindler, 2017).

As FinTechs nas várias gerações

Para a realização deste artigo, foi considerada a definição da Consumidor Moderno (2021): a Geração BabyBoomers é composta por indivíduos nascidos entre 1945 e 1964, a Geração X é composta por indivíduos nascidos entre 1965 e 1979, a Geração Y é composta por indivíduos nascidos entre 1980 e 1994 e a Geração Z é composta por indivíduos nascidos a partir de 1995.

FINTECHS EM PORTUGAL SEGUNDO O PONTO DE VISTA DE VÁRIAS GERAÇÕES

Segundo Carlin et al. (2017), os **Baby Boomers** não desfrutam dos benefícios das FinTechs da mesma forma que as gerações mais jovens o fazem. Ainda assim, importa referir que esta geração pode ser uma excelente aposta para as FinTechs uma vez que são indivíduos em idade de reforma, com muita riqueza, e que poderão estar bastante recetivos a serviços relacionados com planos de reforma, por exemplo. De facto, o aumento da esperança de vida tem vindo a contribuir para que os Baby Boomers passem a ser também um grupo etário ativo e com as suas próprias necessidades, que poderão ser aproveitadas pelas FinTechs para criar serviços adequados. Ainda assim, é importante ressaltar que esta é uma geração que se caracteriza pelo seu idealismo, ceticismo e lealdade, isto é, dificilmente se apressarão em depositar sua confiança em Fintechs no que diz respeito às economias de toda a sua vida (Margam, 2021). A par dos Baby Boomers, a **Geração X** apresenta igualmente muito potencial. Esta é uma geração que se caracteriza por realizar muitos pagamentos e movimentar dinheiro com bastante regularidade, vendo nos bancos digitais uma solução rápida e simples que cobra baixas comissões (CEUIAM, 2019). Por outro lado, a Geração X irá enfrentar um futuro financeiro diferente do das gerações anteriores: reforma atrasada, falta de planos de pensão e poupança limitada. Assim, as FinTechs necessitam de encontrar novas soluções e apresentar serviços direcionados a este segmento, para que a Geração X possa vivenciar um período de reforma com maior segurança e menos risco (Walker, 2021).

Por outro lado, importa refletir nas principais diferenças entre os dois grupos etários mais presentes nas FinTechs – a Geração Y e a Geração Z. Estas são as gerações que mais adotaram a utilização dos serviços das Fintechs no seu dia-a-dia e têm o maior nível de conhecimento sobre esta área. A **Geração Y** demonstra um maior nível de intenção em usar os serviços da Fintechs e maior conhecimento dos seus serviços, comparativamente à Geração Z. Esta realidade fica a dever-se ao facto da Geração Y possuir uma maior experiência no setor bancário e estar mais a par dos serviços disponíveis, contrariamente à **Geração Z** que é, na sua maioria, composta por estudantes que revelam ainda pouco conhecimento e experiência no setor bancário (Daqar et al., 2020). Relativamente aos fatores que contribuem para que estas duas gerações tenham tanto interesse nas FinTechs, segundo Agbesanwa (2021), centram-se no facto das FinTechs apresentarem grande transparência, facilidade e flexibilidade, algo bastante atrativo para estas duas gerações que se caracterizam por serem adaptáveis e gostarem de resultados imediatos.

Contudo, seja em que geração for, as FinTechs apresentam um impacto considerável no quotidiano de quase todas as pessoas. Apesar de existir um maior foco na Geração Y e Z, as FinTechs têm conseguido impactar em todas as gerações. De facto, a integração das FinTechs em grandes empresas como Google, Apple ou Amazon tem proporcionado bastante conveniência a qualquer consumidor, independentemente da sua geração, e facilitado consideravelmente a realização de compras e pagamentos online, entre outras atividades (Agbesanwa, 2021).

FinTechs e Comércio Eletrónico

O setor de serviços financeiros online é um exemplo brilhante de sucesso na história do Comércio Eletrónico, mas com voltas e reviravoltas. Apesar de ser um setor em crescimento, os impactos das FinTechs nas grandes instituições bancárias, seguradoras e imobiliárias foram atrasados por alguma resistência por parte do consumidor e pela falta de inovação rápida e eficaz na indústria. Ainda assim, o Comércio Eletrónico transformou os setores bancário e financeiro, obrigando as principais instituições bancárias a implementar as suas próprias aplicações online para atender a uma rede cada vez mais conectada de clientes online (Laudon & Traver, 2017).

Segundo Laudon & Traver (2017), as pesquisas revelam que os consumidores são atraídos por sites e aplicações que lhes permitem economizar tempo. A maioria dos consumidores online utiliza sites e aplicações de serviços financeiros para fins financeiros mais corriqueiros como a verificação de saldos de conta, o pagamento de contas ou a transferência de dinheiro. Para o Comércio Eletrónico, as Fintechs apresentam soluções bastante interessantes, tanto do ponto de vista do proprietário de uma loja online como do cliente de uma loja online. Segundo a perspectiva de Sullivan (2020), o primeiro fator a considerar é o facto de as FinTechs permitirem que os proprietários de lojas online possuam opções mais inteligentes para expandir os seus negócios num cenário mais competitivo e acelerado. Ora, considerando que a maioria das Fintechs apresenta como principal foco as pequenas e médias empresas, é compreensível que a maioria das soluções apresentadas para as FinTechs sejam adequadas a qualquer loja online em desenvolvimento. Desta forma, os proprietários de lojas online em crescimento não necessitam de recorrer às instituições bancárias tradicionais, nem depender de processos financeiros e burocráticos lentos ou caros para realizar as suas operações, uma vez que tem acesso a ferramentas e recursos adequados às suas necessidades. Por outro lado, é importante também refletir no facto de que, através das FinTechs, verifica-se uma maior facilidade em realizar transações online e em torná-las consideravelmente mais convenientes. Assim sendo, considerando que o Comércio Eletrónico é baseado em compras online e pagamentos online, as Fintechs oferecem aos compradores online mais opções de pagamento do que alguma vez se verificou, independentemente do local onde estejam e do dispositivo que estejam a utilizar (Hufford, 2021).

Abordagem Metodológica

A utilização de uma abordagem quantitativa por meio da divulgação do questionário ficou a dever-se ao facto de, segundo Reis (2008), permitir uma maior aproximação entre a ciência social e a ciência natural uma vez que, através da mensuração, quantificação, busca da causalidade e controlo estatístico e de variáveis, possibilita que seja gerado conhecimento válido e universal. Assim, para a realização deste artigo, procedeu-se à recolha de dados através do desenvolvimento de um questionário. Para tal, foi elaborado um questionário que é composto por perguntas de resposta aberta, perguntas múltiplas e perguntas que seguem a escala de Likert. O principal objetivo deste questionário concentra-

FINTECHS EM PORTUGAL SEGUNDO O PONTO DE VISTA DE VÁRIAS GERAÇÕES

se na análise da relação entre os utilizadores bancários e os novos canais bancários digitais, bem como na análise do seu nível de familiarização com o conceito de "FinTechs" e as diferentes soluções que estas apresentam. Para a recolha dos dados, o questionário foi divulgado via redes sociais e foi utilizada uma amostra por bola de neve. Para a análise dos resultados foi utilizada a ferramenta Excel, através da qual foi possível tirar conclusões relativamente à forma como as FinTechs são percebidas mediante os vários grupos etários inquiridos, bem como quais são as FinTechs mais utilizadas por esta amostra.

Importa ainda referir que, para a análise dos resultados, entende-se por banca tradicional as instituições bancárias que possuem agências bancárias físicas. Por outro lado, entende-se por banca digital as instituições bancárias que sejam 100% online e que todos os seus serviços se caracterizam por serem totalmente digitais, eliminando a necessidade dos clientes se dirigirem a um balcão físico.

Resultados

Por conveniência, e devido ao prazo apertado, o inquérito foi distribuído online via Google Forms durante os dias 15 a 20 de maio de 2021, recolhendo um total de **437 respostas**. De uma forma geral, conforme apresentado na *figura 1*, esta amostra caracteriza-se por ser maioritariamente do género feminino, por ter residência na zona Norte do país, por ser literada (78,25% possuem uma Licenciatura) e por possuir rendimentos satisfatórios. Relativamente às gerações presentes na amostra, os BabyBoomers representam 15,1%, a Geração X representa 34,5%, a Geração Y representa 13,5% e a Geração Z representa 36,1%.

A apresentação dos resultados inicia com os dados que caracterizam demograficamente a amostra, representados na *figura 1* e *figura 2*. Esta caracterização foi realizada mediante o género, geração, zona geográfica, nível de habilitações literárias, estado civil, atividade ocupacional e rendimento mensal dos próprios inquiridos.

Figura 1

Caracterização demográfica dos inquiridos (parte I)

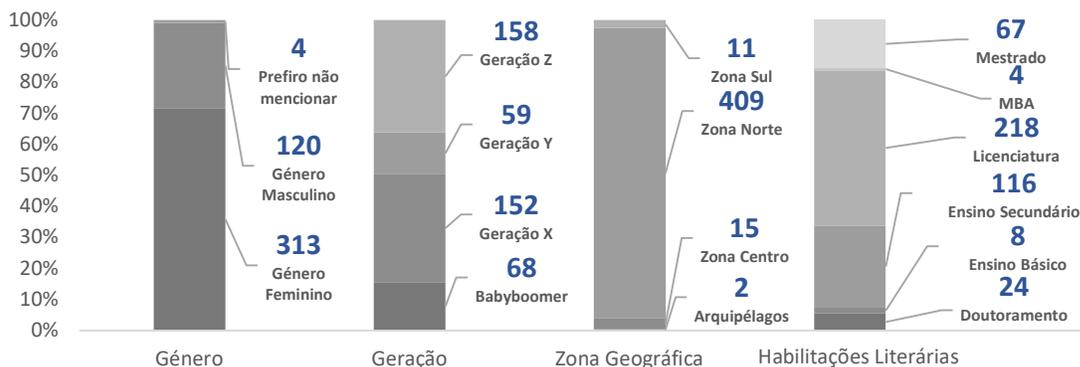
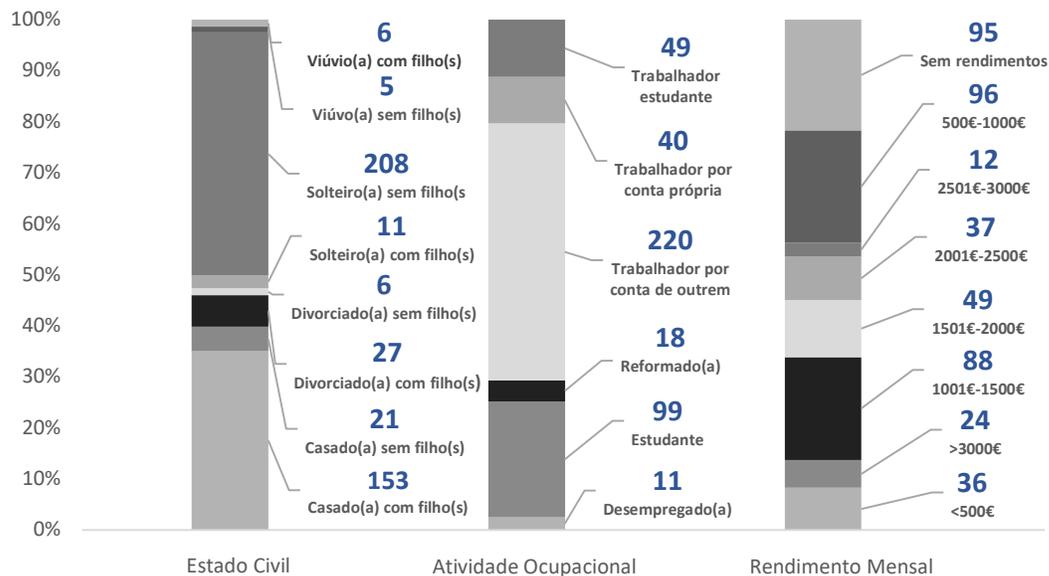


Figura 2

Caracterização demográfica dos inquiridos (parte 2)



De seguida, procedeu-se à análise da perceção dos inquiridos perante a banca tradicional, analisando também se estes utilizam os meios digitais dos seus bancos tradicionais. Assim como apresentado na *tabela 1*, a amostra caracteriza-se por ter entre uma a duas contas abertas em instituições bancárias tradicionais e ainda por grande parte destas apresentarem meios digitais, sendo que a maioria dos inquiridos os utiliza uma vez por semana, pelo menos.

Tabela 1

Utilização de instituições bancárias tradicionais por parte dos inquiridos

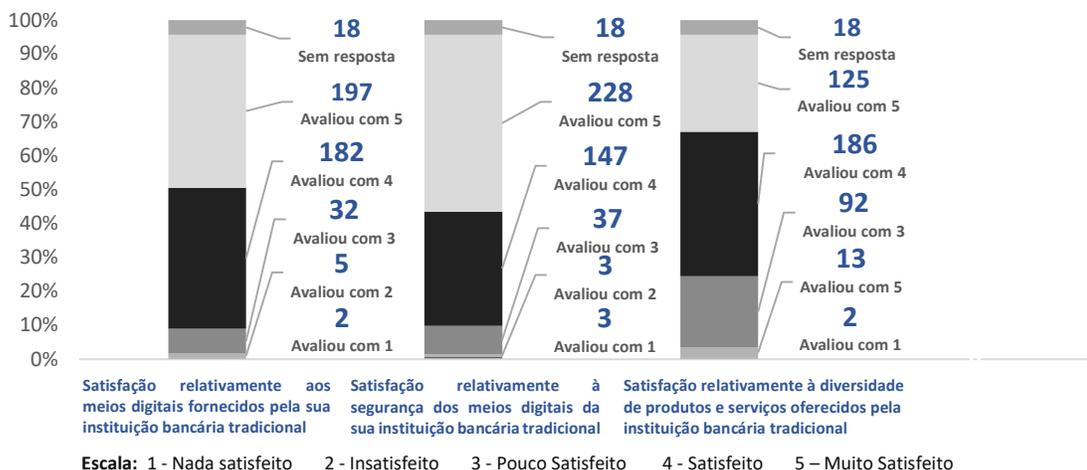
Tem conta aberta em alguma instituição bancária tradicional?						
Uma conta	Duas contas	Três contas	Quatro contas	Não tem		
257	128	33	1	18		
Possui um gestor de conta?						
Sim		Não		Sem resposta		
273		146		18		
Com que frequência se dirige a um balcão físico?						
Semanalmente	Mensalmente	Semestralmente	Anualmente	Quando necessário	Nunca	Sem resposta
7	31	84	132	54	111	18
A sua instituição bancária tradicional possui meios digitais?						
Sim		Não		Sem resposta		
417		2		18		
Com que frequência utiliza os meios digitais da sua instituição bancária tradicional?						
Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Esporadicamente	Nunca	Sem resposta	
145	182	42	34	16	18	
Acarreta com algum custo adicional quando realiza operações através dos meios digitais?						
Sim		Não		Sem resposta		
85		334		18		

FINTECHS EM PORTUGAL SEGUNDO O PONTO DE VISTA DE VÁRIAS GERAÇÕES

No seguimento da análise do impacto da banca tradicional no quotidiano dos inquiridos e de como estes já aderiram aos meios digitais, caso se aplique, procedeu-se à avaliação do seu nível de satisfação. Desta forma, como apresentado na *figura 3*, a maioria dos inquiridos avaliaram com “Satisfeito” ou “Muito Satisfeito” os três âmbitos em análise, demonstrando uma satisfação geral com os meios digitais oferecidos pela sua instituição bancária tradicional.

Figura 3

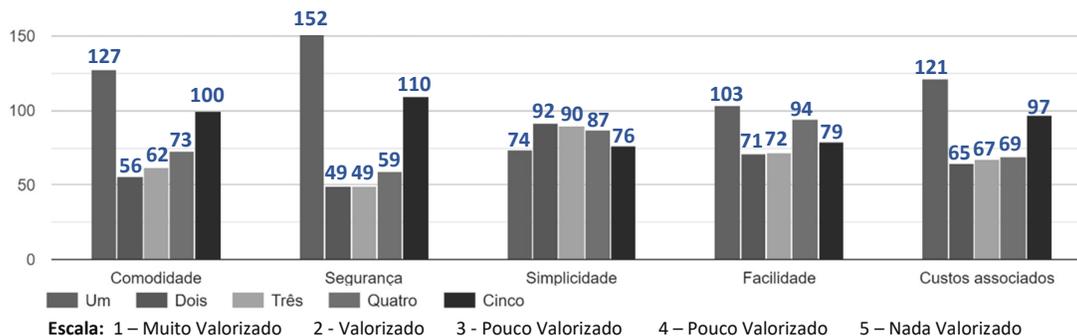
Satisfação dos inquiridos face aos meios digitais oferecidos pela sua instituição bancária tradicional



Após a análise do nível de satisfação dos inquiridos face aos meios digitais da sua instituição bancária tradicional, procurou-se perceber quais os fatores que os inquiridos mais valorizam ao utilizar os mesmos. A partir desta análise, verificou-se que os fatores mais valorizados são a segurança e a comodidade.

Figura 4

Fatores que os inquiridos mais valorizam ao utilizar meios digitais da sua instituição bancária tradicional



Finda a recolha de dados relativamente à utilização dos serviços da banca tradicional por parte dos inquiridos, procedeu-se à análise da utilização dos serviços da banca digital. Assim como apresentado na *tabela 2*, ficou perceptível que apenas 82 dos inquiridos possuem uma conta aberta num banco digital, um número bastante reduzido. Importa ainda referir que, dentro dos bancos digitais, destacou-se a Revolut e o ActivoBank com o maior número de contas abertas.

Tabela 2

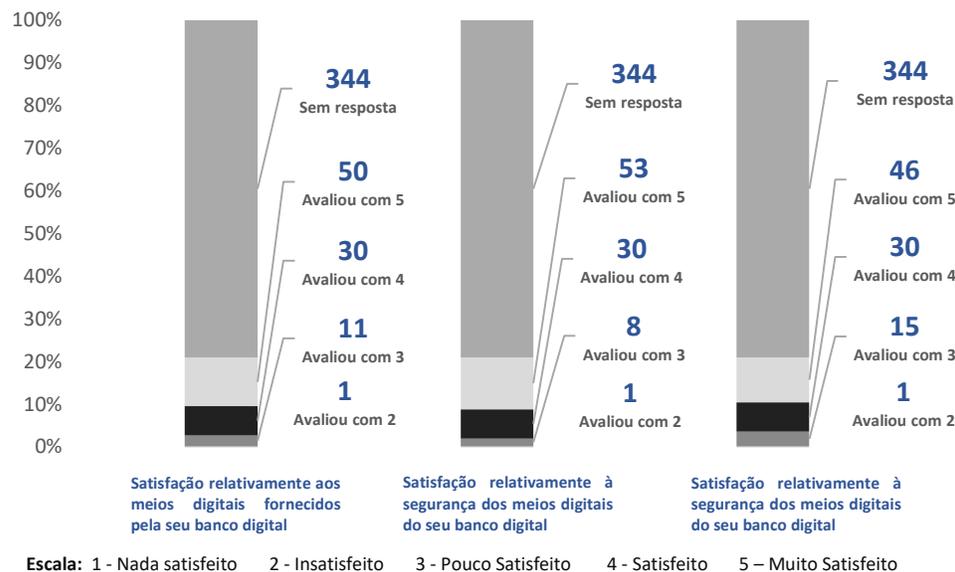
Utilização de bancos digitais por parte dos inquiridos

Tem conta aberta em algum banco digital?						
Uma conta	Duas contas	Três contas	Quatro contas	Não tem		
82	8	1	0	344		
Possui um gestor de conta?						
Sim		Não		Sem resposta		
8		85		344		
Indique em que bancos digitais possui conta						
Revolut	ActivoBank	Moey!	N26	WiZink	Outros bancos	Sem resposta
57	14	7	4	3	8	344
Com que frequência utiliza os meios digitais do seu banco digital?						
Diariamente	Semanalmente	Mensalmente	Esporadicamente		Sem resposta	
15	22	14	42		344	
Acarreta com algum custo adicional quando realiza operações através dos meios digitais?						
Sim		Não		Sem resposta		
10		83		344		

De seguida, os inquiridos foram questionados relativamente à sua satisfação perante os meios digitais que o seu banco digital apresenta. Esta análise mostrou-se bastante positiva uma vez que na generalidade, como apresentado na *figura 5*, os inquiridos demonstram um elevado nível de satisfação a todos os três âmbitos questionados.

Figura 5

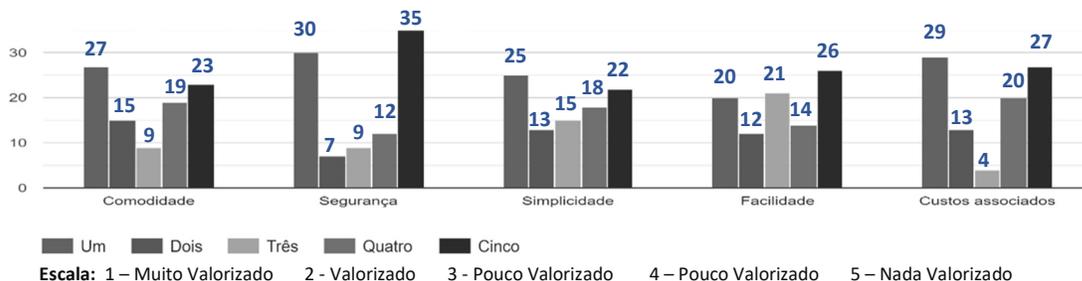
Satisfação dos inquiridos face aos meios digitais oferecidos pelo seu banco digital



Posteriormente, procedeu-se à análise do nível de satisfação dos inquiridos face aos meios digitais do seu banco digital, onde se verificou que os fatores mais valorizados são a segurança e os custos associados.

Figura 6

Fatores que os inquiridos mais valorizam ao utilizar meios digitais do seu banco digital



Por último, foi realizada uma breve análise à familiarização dos inquiridos com as FinTechs em Portugal e a quais serviços mais valorizam nestas, destacando-se os pagamentos com cartão, as transferências bancárias e a maior facilidade em fazer pagamentos no estrangeiro. A partir da amostra analisada, foi também possível concluir que a Revolut, a ActivoBank e a EasyPay foram as FinTechs que se destacaram por serem as mais populares. Contudo, é digno de nota que cerca de ¼ dos inquiridos não estão familiarizados com o termo “FinTech”, apesar de terem conhecimento de alguns bancos digitais.

Tabela 3

Familiarização dos inquiridos face às FinTechs

Está familiarizado/a com o termo “FinTech”?								
Sim					Não			
305					132			
Indique com que banco digital está familiarizado/a								
Revolut	ActivoBank	EasyPay	IfThenPay	Comparajá.pt	PPL Crowdfunding	Raize	Outros bancos	Nenhum
229	244	94	39	35	33	28	41	136
Das seguintes funcionalidades das FinTechs, indique as três que considera mais úteis								
Pagamentos com cartão	Transferências bancárias	Facilidade de pagamentos ao viajar fora	Câmbio de moedas	Cartões pré-pagos	Seguros Viagem	Contas juniores	Compras de Criptomoedas	Sem opinião formada
303	281	251	120	68	45	39	33	21

Discussão

Após a análise da revisão da literatura realizada juntamente com os dados recolhidos, foi possível identificar os pontos principais que distinguem a banca tradicional da banca digital. Um dos pontos que se destaca é a existência, ou não, de um **gestor de conta**. Segundo os resultados recolhidos, 64,8% dos inquiridos possuem um gestor de conta na banca tradicional, contrariamente aos apenas 10,8% dos inquiridos que possui um gestor de conta na banca digital. Outro ponto interessante que distingue a banca tradicional da banca digital são os **custos que os utilizadores acarretam ao utilizar os meios digitais**, sendo comum que os custos na banca tradicional sejam superiores à banca digital (Varga, 2017). Assim, os resultados recolhidos vão de encontro a esta afirmação uma vez que na banca tradicional 20,3% dos inquiridos acarreta com custos adicionais, enquanto na banca digital apenas 10,8% acarreta com custos adicionais.

Quando à **utilização dos meios digitais** do banco, seja este tradicional ou digital, existem algumas divergências da revisão de literatura recolhida. Na banca tradicional, 81,1% dos inquiridos utiliza os meios digitais do seu banco semanalmente. Contudo, na banca digital, esta utilização é menor e apenas 39,7% utilizam os meios digitais semanalmente. Atendendo à recolha de dados realizada, estes resultados não vão de encontro à revisão de literatura uma vez que não foi encontrada nenhuma justificação que corrobore os resultados recolhidos.

Relativamente aos fatores mais valorizados pelos inquiridos nos meios digitais da sua instituição bancária tradicional ou do seu banco digital, estes apresentam pontos comuns. Dentro da banca tradicional, destacam-se a **segurança** e a **comodidade**. No caso da banca digital, destacam-se a **segurança** e os **custos associados**. Estes resultados são congruentes com a revisão de literatura que também apresenta como fatores principais a segurança, comodidade e menores custos associados (Neto, 2021).

Dentro dos **serviços** das FinTechs mais requisitados, desde logo, destacam-se os pagamentos com cartão, as transferências bancárias e a maior facilidade de pagamentos noutros países ao viajar. Estes resultados vão de encontro aos serviços mais presentes no mercado que são, segundo o Portugal FinTech Report 2020, serviços ligados com “payments & money transfers” (PortugalFintech, 2021).

No que concerne à utilização das FinTechs mediante as várias gerações, ao analisar o número de **contas abertas que cada geração tem na banca tradicional** concluiu-se que os BabyBoomers, Geração X e também a Geração Y são aquelas que têm maior presença na banca tradicional. Perante a análise do número de contas abertas na banca tradicional, concluiu-se que 44,4% dos **BabyBoomers** possui pelo menos duas contas abertas, assim como a **Geração X** possui 46,6% e **Geração Y** possui 45,6%. Por oposição, a **Geração Z** apresenta uma menor adesão uma vez que apenas 26% possui pelo menos duas contas abertas na banca tradicional. Relativamente à banca digital, a **Geração Z** é a que demonstra mais adesão com 47,2% dos inquiridos a afirmar que possuem pelo menos uma conta aberta na banca digital. De seguida, destaca-se também a **Geração X** com 27, 5% e a **Geração Y** com 14,3%. Estes dados não são congruentes com a revisão de literatura recolhida que afirma que a Geração Y é a geração mais aderente às FinTechs (Daqar et al., 2020) e que, neste estudo, é apenas a 3ª mais aderente das quatro gerações inquiridas. No entanto, este resultado divergente pode ser justificado pelo facto da amostra de inquiridos desta geração ser reduzida – 59 indivíduos.

Por último, foi ainda estudada qual a **presença das FinTechs em Portugal**, sendo esta ainda um pouco reduzida no quotidiano de todos nós. Um fator que indica esta realidade é o número de inquiridos que possui pelo menos uma conta aberta num banco digital - dentro da amostra de 437 inquiridos apenas 92 utilizam bancos digitais. Relativamente aos bancos digitais mais utilizados, destacam-se com 57 clientes, o **ActivoBank** com 14 clientes e o **Moey!** com 7 clientes. Não obstante, é digno de nota o facto de apenas 30,3% dos inquiridos referirem que estão familiarizados com o termo “FinTechs”, ainda que

FINTECHS EM PORTUGAL SEGUNDO O PONTO DE VISTA DE VÁRIAS GERAÇÕES

55,7% dos inquiridos refira que conhece o ActivoBank, 52,3% dos inquiridos a Revolut e 21,4% dos inquiridos a EasyPay. Estes dados indicam que os portugueses estão familiarizados com algumas FinTechs, nomeadamente as anteriormente referidas, ainda que não as associem ao termo “FinTechs”. Contudo, segundo o Portugal FinTech Report 2020, apenas a Revolut e a EasyPay se encontram no Top 30 de FinTechs em Portugal. (PortugalFintech, 2021). Ainda assim, verificou-se que também o Moey! e o ActivoBank são FinTechs igualmente presentes no quotidiano dos portugueses.

Conclusão

Atendendo à revisão de literatura e à recolha de dados realizada, foi possível responder à questão de partida e verificar que as FinTechs apresentam uma importância distinta mediante a faixa etária dos indivíduos, sendo perceptível que, na sua generalidade, quanto mais nova for a faixa etária maior será a importância. Por outras palavras, a Geração Y e a Geração Z são aquelas que apresentam uma maior utilização de FinTechs, no geral. Contudo, por outro lado, concluiu-se também que os BabyBoomers e a Geração X apresentam bastante potencial para poderem aumentar a sua presença nas FinTechs, sendo necessário que estas desenvolvam serviços e produtos mais adaptados a estas gerações como, por exemplo, planos de reforma. Foi ainda possível perceber que as FinTechs estão cada vez mais presentes no nosso quotidiano e que o futuro do setor bancário passa, entre outros fatores, pela sua digitalização.

Ainda assim, foram identificadas algumas limitações na realização deste estudo. A primeira limitação prende-se com o facto do número de bases de dados e documentos/estudos analisados não serem significativos, sendo necessário realizar uma revisão de literatura mais aprofundada. Por outro lado, a segunda limitação é referente à própria amostra e ao facto desta não ser equilibrada nem representativa da população portuguesa. Assim, para a realização de um futuro estudo mais abrangente desta temática, sugere-se que a revisão de literatura seja igualmente aprofundada e que o instrumento de recolha de dados seja distribuído durante um período de tempo mais longo e por uma amostra mais equilibrada e diversificada.

Referências bibliográficas

- Agbesanwa, M. (2021). *Here's why Gen Zs and Millennials care so much about Fintech*. Medium.
Retrieved 22 May 2021, from <https://mary-agbesanwa.medium.com/heres-why-gen-zs-and-millennials-care-so-much-about-fintech-89c50a43226f>.
- Buckley, R., Zetzsche, D., Arner, D., Barberis, J. N., & Zetzsche, D. (2017). From FinTech to TechFin: The Regulatory Challenges of Data-Driven Finance.
- Carlin, B., Olafsson, A., & Pagel, M. (2017). *FINTECH ADOPTION ACROSS GENERATIONS: FINANCIAL FITNESS IN THE INFORMATION AGE*.
- CEUIAM. (2019). *The different generations in the fintech world*. CEU IAM Business School. Retrieved 24 May 2021, from <https://www.ceuiam.com/en/business-school/clash-of-generations-in->

FINTECHS EM PORTUGAL SEGUNDO O PONTO DE VISTA DE VÁRIAS GERAÇÕES

the-fintech-sector--post.

- ConsumidorModerno. (2021). *Geração Baby Boomer, X, Y ou Z: entenda onde você se encaixa | Consumidor Moderno*. Www-consumidormoderno-com-br.cdn.ampproject.org. Retrieved 20 May 2021, from <https://www-consumidormoderno-com-br.cdn.ampproject.org/v/s/www.consumidormoderno.com.br/2017/02/20/>
- Daqar, M., Arqawi, S., & Karsh, S. (2020). *Fintech in the eyes of Millennials and Generation Z (the financial behavior and Fintech perception)* [Ebook].
- Hufford, J. (2021). *ecommerce CEO*. Obtido de 13 Top Fintech Companies for Ecommerce Businesses: <https://www.ecommerceceo.com/top-fintech-companies/>
- Kagan, J., & Estevez, E. (2020). *Investopedia*. Obtido de Financial Technology – Fintech: <https://www.investopedia.com/terms/f/fintech.asp>
- KPMG. (2017). *Value of Fintech*. Retrieved 24 May 2021, from <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/10/value-of-fintech.pdf>.
- Laudon, K., & Traver, C. G. (2017). *Comércio Eletrônico: Business, Technology e Society*. Pearson.
- Margan, S. (2021). *After Millennials, it's fintech time for baby boomers - Fintech Circle*. Fintech Circle. Retrieved 22 May 2021, from <https://fintechcircle.com/insights/after-millennials-its-fintech-time-for-baby-boomers/>.
- Neto, J. (2021). *FinTechs: Por dentro da revolução móvel do setor financeiro*. Retrieved 11 May 2021, from https://www.mmaglobal.com/files/documents/mma_pb_fintech_por_high_3.pdf.
- PortugalFintech. (2021). *Portugal Fintechs Report 2020*.
- PwC. (2016). *What is FinTech?*
- Reis, E. (2008). *Estatística Descritiva*. Lisboa: Editora Sílabo
- Schindler, J. (2017). *FinTech and Financial Innovation: Drivers and Depth*.
- Sullivan, V. (2020). *NChannel*. Obtido de FinTech Solutions for eCommerce Businesses: <https://www.nchannel.com/blog/fintech-ecommerce/>
- Varga, D. (2017). *FINTECH, THE NEW ERA OF FINANCIAL SERVICES* [Ebook]. Retrieved 15 May 2021, from <https://core.ac.uk/download/pdf/186913483.pdf>.
- Walker, M. (2021). *Gen X is Ready for Retirement – Bring on the Technology | The Fintech Times*. The Fintech Times. Retrieved 21 May 2021, from <https://thefintechtimes.com/gen-x-is-ready-retirement/>.