



**Um estudo sobre a utilização de plataformas
digitais no sector bancário português**

Miguel Simão Marques da Costa

Universidade do Minho

Escola de Economia e Gestão





Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Miguel Simão Marques da Costa

**Um estudo sobre a utilização de
plataformas digitais no setor
bancário português**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Economia Monetária, Bancária e Financeira

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Rosa Branca Silva
Vilas Boas Esteves

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

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

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

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

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações
CC BY-NC-ND

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

Agradecimentos

Gostaria de expressar a minha profunda gratidão a todos aqueles que, de diversas formas, contribuíram para a realização desta dissertação de mestrado.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à minha orientadora, Professora Doutora Rosa Branca Esteves, pelo seu incansável apoio, orientação e incentivo ao longo deste processo. A sua paciência e disponibilidade foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Agradeço também as valiosas sugestões, críticas construtivas que ajudaram a aprimorar esta dissertação e todo o tempo despendido durante este último ano.

Agradeço de coração à minha família, cujo apoio incondicional foi essencial. À minha mãe e ao meu pai, por sempre acreditarem em mim, por me incentivarem a seguir os meus sonhos, pela compreensão e motivação constantes, mesmo nos momentos mais desafiantes. Sem o vosso amor e ânimo, este percurso teria sido muito mais difícil.

Aos meus amigos, agradeço pela presença e apoio emocional. A vossa amizade e compreensão foram cruciais para manter a motivação necessária ao longo deste percurso académico. Um obrigado pelas conversas otimistas e pela disposição em ouvir e ajudar sempre que precisei.

A todos, o meu mais profundo obrigado!

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

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

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

Resumo

Esta dissertação procura estudar a utilização de plataformas digitais no setor bancário português, explorando as transformações e impactos decorrentes da digitalização. Com o objetivo de compreender os motivos para a adoção destas plataformas, os desafios enfrentados pelos utilizadores e a relação entre plataformas digitais e agências físicas, foi desenvolvido um questionário direcionado a todos os indivíduos.

Os resultados revelam que a conveniência e acessibilidade são os principais fatores que impulsionam a utilização das plataformas digitais bancárias, com a maioria dos utilizadores preferindo dispositivos móveis para realizar operações pouco complexas, como transferências e pagamentos. A frequência de utilização destas plataformas é alta para a maioria dos inquiridos. A falta de confiança na segurança e a dificuldade em usar a tecnologia são os principais motivos para a não utilização.

A utilização de balcões físicos é rara entre os inquiridos, que preferem as plataformas digitais pela sua rapidez e eficiência. No entanto, alguns indivíduos consideram os balcões mais seguros. A utilização de plataformas digitais contribui para a sustentabilidade e responsabilidade social, promovendo a eficiência dos serviços bancários. No entanto, a implementação destas plataformas levanta questões sobre segurança cibernética e inclusão digital, exigindo inovação contínua por parte das instituições financeiras.

Os resultados obtidos sugerem que a digitalização no setor bancário português é bem-recebida pelos inquiridos, embora ainda existam desafios relacionados à segurança e inclusão digital que necessitam de atenção para garantir a confiança e a adesão total dos utilizadores. Importa salientar, no entanto, que devido à limitação da amostra em termos de número de respostas e perfil dos participantes (maioritariamente jovens adultos), os resultados devem ser lidos com cautela. A amostra não é representativa da população geral, especialmente em termos de distribuição etária e níveis de literacia digital, o que pode comprometer a generalização das conclusões.

Palavras-chaves: Plataformas digitais bancárias, Setor bancário português, Transformação digital

Abstract

This dissertation seeks to study the use of digital platforms in the Portuguese banking sector, exploring the transformations and impacts resulting from digitalization. Aiming to understand the reasons for the adoption of these platforms, the challenges faced by users, and the relationship between digital platforms and physical branches, a questionnaire was developed and directed to all individuals.

The results reveal that convenience and accessibility are the main factors driving the use of digital banking platforms, with most users preferring mobile devices to perform simple operations such as transfers and payments. The frequency of use of these platforms is high for most respondents. The main reasons for non-use are the lack of confidence in security and the difficulty in using the technology.

The use of physical branches is rare among respondents, who prefer digital platforms for their speed and efficiency. However, some individuals consider branches to be safer. The use of digital platforms contributes to sustainability and social responsibility, promoting the efficiency of banking services. However, the implementation of these platforms raises issues related to cybersecurity and digital inclusion, requiring continuous innovation from financial institutions.

The results obtained suggest that digitalization in the Portuguese banking sector is well received by respondents, although there are still challenges related to security and digital inclusion that need attention to ensure user confidence and full adoption. It is important to note, however, that due to the sample limitations in terms of the number of responses and participant profile (mainly young adults), the results should be read with caution. The sample is not representative of the general population, especially in terms of age distribution and levels of digital literacy, which may compromise the generalization of the conclusions.

Keywords: Banking digital platforms, Portuguese banking sector, Digital transformation

Índice

Índice de gráficos.....	ix
Índice de figuras.....	xi
1. Introdução.....	1
2. Plataformas bancárias digitais.....	4
2.1. Definição.....	4
2.2. Evolução histórica e tecnológica.....	5
3. Revisão de Literatura sobre a adoção de plataformas digitais no setor bancário.....	9
3.1. Utilização de plataformas bancárias digitais.....	10
3.2. Evolução e desafios.....	12
3.3. Adaptação e inovação.....	14
3.4. Novas dinâmicas competitivas.....	16
4. Evidências sobre adesão e desafios na utilização de plataformas bancárias digitais.....	21
4.1. Breve caracterização.....	21
4.2. Uma perspetiva global e nacional.....	24
4.2.1. Acesso à Internet.....	26
4.2.2. Competências digitais.....	27
4.2.3. Equipamentos utilizados para acesso à Internet.....	28
4.2.4. Utilizadores de Internet banking.....	30
4.2.5. Utilizadores de MB Way.....	33
4.2.6. Potenciais impactos nas agências bancárias físicas.....	34
5. Breve descrição do sector bancário português.....	36
5.1. Evolução do setor bancário nas últimas décadas.....	36
5.2. Impacto das inovações tecnológicas e da crise financeira.....	36
5.3. Indicadores recentes e perspetivas futuras.....	37
6. Considerações metodológicas.....	39
6.1. Objetivos de investigação.....	39
6.2. Metodologia utilizada.....	40
6.3. O questionário.....	41
6.3.1. Estrutura do questionário.....	41
6.3.2. Implementação do questionário.....	42

7. Resultados	44
7.1. Perfil da amostra	44
Limitação da amostra	46
7.2. Análise dos principais resultados.....	48
7.2.1 Utilização de plataformas digitais bancária	48
7.2.2. Motivos para a não utilização de plataformas digitais bancárias.....	51
7.2.3. Tipo de Dispositivos e métodos de acesso	52
7.2.4. Operações realizadas e métodos de pagamento.....	56
7.2.5. Frequência da utilização.....	59
7.2.6. Dificuldades na utilização das plataformas	60
7.2.7. Motivos para a utilização de plataformas digitais bancárias.....	63
7.2.8. Complexidade no uso de plataformas digitais bancárias.....	64
7.2.9. Inclusão financeira através da utilização de plataformas digitais bancárias.....	65
7.2.10. Utilização de agências físicas.....	66
7.2.11. Experiência e padrões de uso de balcões físicos	67
7.2.12. Preferências em relação ao uso de plataformas digitais e balcões físicos	69
7.2.13. Motivos da utilização de balcões físicos	71
7.2.14. Segurança e cibercrime na utilização de plataformas digitais bancárias	72
7.2.15. Fatores e tipos de medidas de segurança que influenciam a confiança na utilização .	77
7.2.16. Objetivos de desenvolvimento sustentável	79
8. Notas finais.....	81
8.1. Conclusões	81
8.2. Recomendações	82
8.3. Investigação futura	83
Referências	85

Índice de gráficos

Gráfico 1: Número de utilizadores ativos de online banking a nível mundial em 2020, com previsões de 2021 a 2024, por região	25
Gráfico 2: Percentagem de indivíduos que usam Internet, nos últimos 12 meses em 2023.....	26
Gráfico 3: Percentagem de agregados familiares com acesso à internet, total em 2023.....	27
Gráfico 4: Percentagem de indivíduos com competências digitais em 2023, por país.....	28
Gráfico 5: Percentagem de indivíduos que usam determinado tipo de equipamento para aceder à internet, em Portugal.....	29
Gráfico 6: Percentagem de indivíduos que usam determinado tipo de equipamento para aceder à internet, na UE.....	29
Gráfico 7: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, em Portugal e União Europeia	30
Gráfico 8: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, nos países da zona Euro.....	31
Gráfico 9: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, por grupo etário em Portugal e na UE	32
Gráfico 10: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, por regiões NUTS II portuguesas.....	33
Gráfico 11: Número de utilizadores únicos de MBWAY	34
Gráfico 12: Número de balcões bancários em Portugal	35
Gráfico 13: Género dos inquiridos	44
Gráfico 14: Classe Etária dos inquiridos	45
Gráfico 15: Nível de escolaridade dos inquiridos.....	46
Gráfico 16: Utilização de plataformas digitais bancárias	48
Gráfico 17: Motivos que levam à não utilização de plataformas digitais bancárias	51
Gráfico 18: Tipo de dispositivos usados para o acesso a plataformas digitais bancárias	52
Gráfico 19: Tipo de acesso a plataformas digitais bancárias	53
Gráfico 20: Motivo que levam à utilização de canais digitais bancárias.....	55
Gráfico 21: Operações realizadas através de plataformas digitais bancárias.....	56
Gráfico 22: Métodos usados para realização de pagamentos online.....	57
Gráfico 23: Número de utilizações de plataformas digitais bancárias, por mês.....	59

Gráfico 24: Dificuldades na utilização de plataformas digitais bancárias.....	60
Gráfico 25: Principais motivos da utilização de plataformas digitais bancárias.....	63
Gráfico 26: Complexidade na utilização de plataformas digitais bancárias.....	64
Gráfico 27: Opinião de inquiridos sobre a promoção da inclusão financeira através da digitalização.....	65
Gráfico 28: Número de utilizações de serviços disponibilizados por balcões bancários, por mês....	66
Gráfico 29: Experiência na utilização de balcões físicos em comparação com plataformas digitais	67
Gráfico 30: Diferença no padrão de uso de balcões físicos	68
Gráfico 31: Preferência na utilização de plataformas digitais em relação a balcões físicos	69
Gráfico 32: Motivos de preferência de utilização de plataformas digitais a balcões físicos.....	70
Gráfico 33: Operações que levam ao uso de balcões físicos	71
Gráfico 34: Sentimento de segurança face ao uso de plataformas digitais bancárias.....	72
Gráfico 35: Percentagem de inquiridos que já foram vítimas durante o uso de plataformas digitais bancárias	73
Gráfico 36: Tipos de cibercrimes sofridos pelos inquiridos.....	74
Gráfico 37: Nível de segurança sentido pelos inquiridos ao fornecer informações a plataformas digitais bancárias	75
Gráfico 38: Percentagem de inquiridos que deixaram de utilizar plataformas digitais bancárias por motivos de preocupação com a segurança	76
Gráfico 39: Fatores que influenciam a confiança dos inquiridos na utilização de plataformas digitais bancárias	77
Gráfico 40: Medidas de segurança que incentivariam os inquiridos a utilizarem com mais frequência plataformas digitais bancárias.....	78
Gráfico 41: Opinião dos inquiridos sobre a contribuição da utilização de plataformas digitais para uma maior sustentabilidade e responsabilidade social	79
Gráfico 42: Medidas que poderiam ser tomadas de forma a promover uma maior sustentabilidade ambiental e responsabilidade social.....	80

Índice de figuras

Figura 1: Percentagem de inquiridos que utilizam plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade	49
Figura 2: Percentagem de inquiridos que não utilizam plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade.....	50
Figura 3: Percentagem do tipo de acesso a plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade	54
Figura 4: Percentagem de dificuldades na utilização de plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade.....	61

1. Introdução

Uma das principais motivações para a realização desta dissertação é a sua atualidade e importância crescente. As plataformas digitais têm revolucionado a forma como os serviços bancários são oferecidos, desde a gestão de contas, pagamentos, transferências, até ao acesso a crédito e investimentos. Compreender esta evolução é fundamental para acompanhar as tendências do setor bancário e estar preparado para os desafios futuros. Além disso, a evolução da utilização de plataformas digitais permite explorar questões relacionadas à inovação financeira e às transformações nos modelos de negócio. Investigar como as plataformas digitais têm contribuído para essas transformações é uma oportunidade de compreender as estratégias adotadas pelas instituições financeiras e o impacto dessas mudanças no mercado. Outra motivação relevante é a importância da compreensão dos desafios e oportunidades trazidos pela evolução digital no setor bancário. A adoção de plataformas digitais implica riscos de segurança cibernética, proteção de dados e privacidade dos clientes.

Esta dissertação tem como objetivo investigar a utilização de plataformas digitais bancárias em Portugal, analisar os principais desafios e oportunidades na sua utilização e entender a relação entre as plataformas digitais e as agências físicas. Para isso, foram formuladas várias questões de investigação, a saber:

- Quais são os motivos que levam à utilização das plataformas digitais bancárias?
- Quais são os motivos pelos quais estas plataformas não são utilizadas por alguns indivíduos?
- Que tipos de canais os utilizadores preferem utilizar para aceder às plataformas digitais?
- Que tipos de operações são mais realizadas através destas plataformas?
- Qual é a frequência de utilização das plataformas digitais?
- Qual é a complexidade percebida no uso destes serviços digitais?
- Como é que os utilizadores comparam a utilização de balcões físicos em relação às plataformas digitais?
- Como se alterou a utilização de locais físicos após a adoção de serviços digitais?
- Qual é a perceção de segurança dos utilizadores ao utilizarem plataformas digitais?
- Os utilizadores já foram vítimas de cibercrimes?
- Quais são os principais fatores e medidas que influenciam a confiança na utilização destes serviços digitais?

Para responder a estas questões, foi desenvolvido um questionário direcionado a todos os indivíduos, independentemente de utilizarem ou não plataformas digitais bancárias, com o intuito de compreender os motivos que influenciam a sua utilização ou não.

A análise dos dados recolhidos revelou várias tendências significativas. A conveniência e acessibilidade são os principais motivos para a utilização de plataformas digitais bancárias, conforme indicado pela maioria dos inquiridos. A facilidade de uso e a poupança de tempo são fatores destacados. Por outro lado, indivíduos que não utilizam plataformas digitais bancárias tendem a preferir serviços físicos devido à dificuldade na utilização de tecnologia, falta de confiança na segurança e conhecimento financeiro limitado. A maioria dos inquiridos prefere utilizar dispositivos móveis, como smartphones, para aceder às plataformas digitais bancárias. Operações comuns incluem transferências, pagamentos e consultas de saldo. A maioria dos inquiridos raramente utiliza serviços de balcão físico após adotar plataformas digitais. Este comportamento sugere uma forte preferência pelas plataformas digitais devido à sua eficiência e conveniência.

A maioria dos inquiridos sente-se segura ao utilizar plataformas digitais bancárias, confiando na autenticação segura, proteção de dados pessoais e na reputação das instituições financeiras. No entanto, há relatos de cibercrimes que afetam a confiança e levam alguns utilizadores a abandonar estes serviços. A maioria dos inquiridos acredita que a utilização de plataformas digitais contribui para uma maior sustentabilidade e responsabilidade social, refletindo o impacto positivo das soluções digitais nas práticas sustentáveis.

O impacto das plataformas digitais no setor bancário é indiscutível, promovendo eficiência, conveniência e segurança. No entanto, a sua implementação também levanta questões sobre a segurança cibernética, privacidade de dados e inclusão digital. As instituições financeiras devem continuar a inovar e adaptar-se a estas novas tecnologias, garantindo ao mesmo tempo a proteção dos interesses dos seus clientes.

Dada a limitação da amostra recolhida, os resultados desta dissertação devem ser lidos com cautela, pois podem não ser totalmente representativos da população geral.

Esta dissertação encontra-se organizada da seguinte forma. A secção 2 define as plataformas bancárias digitais e explora a sua evolução histórica e tecnológica. A secção 3 realiza uma revisão de literatura sobre a adoção de plataformas digitais no setor bancário. Na secção 4, são apresentadas evidências sobre a adesão e desafios na utilização destas plataformas, com uma perspetiva global e nacional, e discussões sobre o acesso à internet, competências digitais, equipamentos utilizados e impactos nas

agências bancárias físicas. A secção 5 descreve brevemente o setor bancário português, analisando a sua evolução nas últimas décadas. A secção 6 detalha as considerações metodológicas, incluindo os objetivos de investigação, a metodologia utilizada e a estrutura e implementação do questionário. Na secção 7 são apresentados os resultados, começando pelo perfil da amostra e a limitação da mesma, seguidos pela análise dos principais resultados. A secção 8 apresenta as notas finais, incluindo conclusões, recomendações e sugestões para investigação futura.

2. Plataformas bancárias digitais

2.1. Definição

As plataformas bancárias digitais têm desempenhado um papel transformador no setor bancário, revolucionando a forma como os serviços financeiros são oferecidos e utilizados. Trata-se de sistemas integrados de software que permitem a realização de operações e serviços bancários através da internet, sem necessidade de deslocamento do utilizador a uma agência bancária física. Estas plataformas disfrutam da tecnologia para proporcionar comodidade no acesso aos serviços bancários em qualquer momento, e em qualquer lugar (FURST et al., 2002).

Estas plataformas abrangem uma variedade de tecnologias e serviços, incluindo pagamentos digitais, gestão de contas, apoio ao cliente e integração com outros serviços financeiros.

Pagamentos digitais: Uma das principais funcionalidades das plataformas digitais no setor bancário é a facilitação de pagamentos eletrónicos. Este processo inclui transferências entre indivíduos e entidades, pagamentos através de carteiras móveis, aplicações de pagamento *peer-to-peer* e métodos de pagamento sem contacto. Estes serviços permitem uma maior conveniência e rapidez nas transações financeiras, além de aumentar a segurança ao reduzir a necessidade de dinheiro físico (Accenture, 2019).

Gestão de contas: As plataformas digitais também oferecem ferramentas avançadas de gestão de contas, permitindo aos utilizadores definir alertas personalizados, atualizar informações pessoais e encomendar novos cartões. Este nível de automação e personalização melhora significativamente a experiência do cliente, tornando as operações bancárias mais eficientes e acessíveis (Deloitte, 2020).

Apoio ao Cliente: O apoio ao cliente através de plataformas digitais evoluiu de forma a incluir chat online, e-mail e suporte telefónico, oferecendo assistência em questões de conta, problemas técnicos ou questões bancárias gerais. A implementação de chatbots e assistentes virtuais com inteligência artificial tem melhorado ainda mais a capacidade de resposta e a satisfação do cliente (PwC, 2018).

Integração com Outros Serviços Financeiros: As plataformas digitais no setor bancário não funcionam isoladamente; uma vez que existe integração com outros serviços financeiros, tais como, investimentos, seguros e planeamento financeiro (Martins et al., 2014).. Esta integração permite aos clientes gerir todos os seus assuntos financeiros de forma centralizada, proporcionando uma visão holística e facilitando a tomada de decisões financeiras informadas (EY, 2017).

A utilização de plataformas digitais fornecidas por instituições financeiras é comumente designada como *Internet Banking*, que se traduz na capacidade de realizar operações bancárias através da internet. Esta definição inclui a utilização de dispositivos móveis, computadores fixos e portáteis, ou qualquer outro aparelho que estabeleça uma conexão à internet. Por isso, este conceito também pode ser designado como *Homebanking*, *Netbanking*, *Online Banking* ou *E-banking* (Financial Crimes Enforcement Network, 2000). Mais recentemente, com a introdução de smartphones, surgiu a terminologia *Mobile banking*. Estes canais são considerados alternativas semelhantes, usadas pelos bancos para fornecerem os seus produtos e serviços aos seus clientes (Tam & Oliveira, 2017).

2.2. Evolução histórica e tecnológica

Ao longo dos anos, impulsionada pela rápida evolução tecnológica, observa-se uma notável transformação no setor bancário, tanto a nível global como em Portugal. A história dos bancos tem sido marcada por uma transição significativa dos métodos tradicionais para um universo digital, no qual as instituições financeiras têm vindo a adaptar-se às necessidades crescentes de uma sociedade cada vez mais conectada. A revolução tecnológica, que continua a transformar a economia e a sociedade, impactou significativamente as instituições bancárias. Estas perceberam a necessidade urgente de se adaptarem para manterem a sua relevância e competitividade no mercado atual.

Este processo de transformação é evidente na transição dos sistemas bancários convencionais para a criação e implementação de plataformas digitais inovadoras. Esta mudança não só reflete uma adaptação às exigências do mundo contemporâneo, como também sugere uma visão de futuro, onde a inovação tecnológica continuará a desempenhar um papel central na evolução do setor bancário. Assim, estas plataformas digitais tornam-se não apenas ferramentas de gestão financeira, mas também proporcionam uma experiência bancária mais intuitiva, ágil e centrada no cliente. Por isso, é essencial compreender todo o processo que levou à situação atual.

Uma das primeiras tecnologias pioneiras bancárias que moldaram o caminho até às plataformas digitais disponibilizadas atualmente trata-se dos *automated teller machines* ou ATM, que se trata de um equipamento eletrónico que permite aos clientes de bancos a realização de operações financeiras, como levantamento em espécie, transferências bancárias, depósitos em cheque e pagamentos, sem a

necessidade de um funcionário humano. Esta tecnologia foi introduzida pela primeira vez em 1967, em Londres, Reino Unido, pelo banco Barclays (Bátiz-Lazo & Reid, 2008).

Em Portugal, conforme mencionado anteriormente, esta tecnologia é conhecida como multibanco e foi introduzida pela primeira vez em 1984. A implementação do multibanco representou um marco na inovação do setor bancário, com o número de caixas automáticas e operações realizadas nas mesmas a crescer exponencialmente desde então. De acordo com o relatório de contas da SIBS, em 2022 existiam cerca de 14,7 mil caixas automáticas, que realizaram cerca de 6,7 mil milhões de operações, das 8,9 mil milhões de operações totais realizadas pela SIBS. Estes números demonstram a ampla adoção da tecnologia pela população portuguesa (SIBS, 2022).

A partir da década de 80, a inovação tecnológica bancária desenvolveu-se de forma mais rápida e consistente. Uma tecnologia que abriu caminho para as atuais plataformas digitais foi a banca telefónica, um serviço que permite aos clientes de uma instituição financeira realizar operações à distância e em tempo real, através de chamadas de voz ou mensagens de texto, a partir de um telemóvel ou telefone fixo. O objetivo era que o utilizador não precisasse de se deslocar até uma agência do banco para consultar o seu saldo, transferir dinheiro, realizar empréstimos, entre outras transações. Este serviço foi pioneiro na realização de operações bancárias sem a necessidade de sair de casa (UBS, 2022).

Os primeiros testes para a criação do online banking ocorreram na década de 1980, com bancos como o Citi e o Chemical Bank, através do Minitel em França e do Prestel no Reino Unido (Massachusetts Institute of Technology, 2016). O Banco da Escócia, em 1985, foi o primeiro a fornecer serviços eletrónicos de Homebanking e o primeiro website para serviços bancários foi criado pelo Stanford Credit Union em 1994. A partir dessa data, a expansão do uso de plataformas digitais cresceu exponencialmente, com cada vez mais indivíduos a utilizarem estes serviços digitais (UBS, 2022).

Em Portugal, uma das primeiras tecnologias que permitiu o acesso a serviços bancários através da internet surgiu no final da década de 90, pelo BES (Banco Espírito Santo), denominado Besnet, em 1997. Nos anos seguintes, outras instituições financeiras lançaram serviços semelhantes, como o Homebanking do Millenium BCP, criado em 1998, e o Homebanco 7 do Banco 7, atual ActivoBank. Algumas instituições deram o primeiro passo ao anunciar os seus serviços na internet através de websites, como o BPI, no ano 2000, e o Santander Totta em 2001, que foi melhorando as funcionalidades disponibilizadas na sua página web (Teresa, 2013).

O início dos anos 2000 foi marcado por uma revolução tecnológica sem precedentes. A criação de novos métodos de pagamento, o crescimento exponencial do desempenho dos componentes eletrônicos e uma maior facilidade de acesso à internet reformularam completamente todos os setores de atividade, bem como a forma como vivemos. A ascensão de dispositivos eletrônicos, como smartphones e tablets, desempenhou um papel crucial na transformação do setor bancário, impulsionando ainda mais a criação e melhoria de plataformas digitais. Estes dispositivos, que anualmente sofrem melhorias na sua capacidade de processamento e beneficiam de um acesso à internet a velocidades muito superiores às de algumas décadas atrás, tornaram-se essenciais para os consumidores (Jarrett, 2015).

O desafio fundamental do setor bancário digital centra-se no desenvolvimento de novos softwares mais rápidos e seguros, que permitam ao consumidor final realizar as operações desejadas. Isto realça a importância das novas tecnologias de produtores de hardware e software para prevenir e antecipar os problemas associados a este setor crescente e lucrativo (Jarrett, 2015). Esta disseminação massiva da tecnologia móvel levou a uma nova dinâmica na interação entre indivíduos e serviços bancários. As transações, que eram predominantemente realizadas de forma presencial, agora podem ser geridas a qualquer hora e em qualquer lugar através de dispositivos móveis.

O setor bancário tem sido sujeito a profundas mudanças tecnológicas e regulamentares nas últimas décadas, com uma grande expansão do setor financeiro que culminou na crise de 2007-2009. As tendências que têm caracterizado o setor bancário incluem um sistema bancário mais orientado para o mercado, um aumento da competição e titularização, e o surgimento de novos concorrentes (Fintechs e Bigtechs) e do shadow banking. A desregulamentação e liberalização, juntamente com os avanços nas tecnologias da informação e comunicação (TIC), processamento de transações e opções de poupança, influenciaram e moldaram profundamente a evolução do mercado bancário (Vives, 2019a).

Os bancos tornaram-se mais orientados para serviços e enfrentam a concorrência de outros intermediários na sua atividade principal. As TIC conduziram a inovações como as caixas automáticas e a criação de serviços bancários online. Recentemente, tem-se verificado uma mudança na utilização da tecnologia, o que culminou em uma nova oferta de serviços e modelos de negócios com o aparecimento do setor Fintech. As Fintechs utilizam tecnologias inovadoras e automação nos serviços financeiros, automatizando uma vasta gama de atividades financeiras e potencializando a oferta de novos produtos, mais rentáveis em diversas áreas do setor financeiro (Vives, 2019a).

Relativamente aos novos concorrentes, tem-se observado a entrada de gigantes da web ou Bigtechs no setor bancário. Embora a Visa e MasterCard, continuem a ser líderes no mercado de pagamentos e

transações, entidades não bancárias como Google, PayPal, Apple e novos participantes como Revolut, N26, TransferWise e, em Portugal, o MbWay, estão frequentemente na vanguarda das inovações na forma como se realizam pagamentos (Vives, 2019b). O surgimento de Big Data¹ e a crescente utilização de inteligência artificial (IA) estão a transformar o negócio bancário e têm o potencial de desestabilizar os intermediários financeiros estabelecidos. No entanto, ainda é cedo para prever como o setor irá evoluir e como afetará o setor bancário tradicional (Vives, 2019a).

¹ Big Data refere-se a conjuntos de dados de grande volume, alta velocidade e variedade considerável, que exigem tecnologias e métodos analíticos avançados para capturar, armazenar, distribuir, gerenciar e analisar a informação. Esses dados são coletados a partir de diversas fontes, como redes sociais, dispositivos de Internet das Coisas (IoT), transações financeiras, entre outros. O objetivo da análise de Big Data é extrair informações valiosas que podem levar a melhores tomadas de decisão e estratégias empresariais mais eficazes. Além das três "Vs" (Volume, Velocidade e Variedade), alguns especialistas também consideram a Veracidade (qualidade dos dados) e o Valor (a utilidade dos dados) como características adicionais (Gandomi & Haider, 2015).

3. Revisão de Literatura sobre a adoção de plataformas digitais no setor bancário

Como já mencionado, nos últimos anos, o setor bancário tem testemunhado uma transformação significativa impulsionada pela rápida evolução das tecnologias digitais. A inovação digital tornou-se uma prioridade para os bancos tradicionais, que estão a adotar novas tecnologias e a criar centros de inovação para se manterem competitivos. Esta revisão de literatura explora as diversas estratégias adotadas pelos bancos em resposta à digitalização, o impacto da pandemia de COVID-19 na adoção de canais digitais, a crescente popularidade do mobile banking, e os desafios e oportunidades associados à segurança e conveniência das plataformas digitais. Além disso, são analisados os fatores que influenciam a migração dos consumidores para FinTechs e a importância da confiança, privacidade e facilidade de utilização na adoção de serviços bancários digitais.

A crise pandémica de Covid-19 proporcionou uma aceleração nesta tendência de digitalização, agravando os riscos decorrentes da utilização deste tipo de tecnologia. Um número elevado de consumidores começou a utilizar estas plataformas para realizar operações diárias e até mesmo os menos familiarizados com este tipo de tecnologia tiveram de se adaptar a este novo ambiente digital. Além disso, verifica-se a existência de grupos vulneráveis que não conseguem utilizar estas tecnologias digitais e que, com o aumento da digitalização de produtos e serviços bancários e a diminuição da oferta tradicional das agências físicas, podem acabar por ser excluídos do setor financeiro (OECD, 2023).

Verifica-se uma variação significativa entre bancos em relação às suas reações face à inovação digital. A nível global, a maioria dos bancos tradicionais está a adotar de forma constante e rápida a digitalização, investindo fortemente na migração de transações e na atualização de tecnologias web e móveis, enquanto criam centros de inovação e de testes. Alguns bancos decidiram desenvolver novos produtos Fintech, como serviços de investimento digitais, gestão de fundos online e a possibilidade de realizar comércio eletrónico. Outros bancos estão a colaborar com empresas Fintech para melhorar a oferta de produtos e serviços aos clientes (Kiyotaka Sasaki, 2022).

3.1. Utilização de plataformas bancárias digitais

Mudança dos Consumidores para FinTechs

Um estudo realizado por Jünger & Mietzner (2020) sobre a utilização de novas plataformas bancárias digitais por famílias na Alemanha conclui que existem vários fatores que podem levar os consumidores a substituir parte dos seus serviços financeiros de instituições tradicionais por novas start-ups financeiras. Neste estudo, 31% dos inquiridos afirmam ter planos de mudar de instituições financeiras tradicionais para FinTechs, indicando a capacidade destes novos fornecedores em conquistar uma quota significativa do mercado. A inovação do modelo de negócios, investimento em ofertas digitais e maior qualidade de serviços são fundamentais para as instituições tradicionais se diferenciarem dos novos concorrentes. Conclui-se também que a perceção de confiança, fiabilidade, transparência e literacia financeira são os atributos mais importantes para a adoção destas novas plataformas e que a conveniência é o aspeto mais importante para os clientes, mesmo em comparação com os preços dos serviços (Jünger & Mietzner, 2020).

Adoção de e-Banking e serviços móveis

De acordo com o estudo de Carranza et al. (2021) sobre a adoção de e-Banking, os gestores bancários devem focar-se especialmente na perceção da facilidade de utilização e utilidade dos seus serviços eletrónicos, pois estes aspetos contribuem significativamente para uma maior adoção da banca eletrónica pelos consumidores. À medida que a tecnologia e a inovação dos dispositivos avançam, a procura por serviços mais personalizados e úteis para operações bancárias aumenta. Estas plataformas devem ser seguras e fáceis de aprender e utilizar, sendo a prestação de serviços fiáveis, de fácil utilização e úteis cruciais para a promoção da adoção de plataformas digitais pelos consumidores.

No que diz respeito à adoção de serviços bancários móveis, o estudo de Shareef et al., (2018) conclui que a maioria dos clientes passou a utilizar smartphones, aplicações e tablets para efetuar compras, consultar saldos e movimentos de conta, além dos bancos preferirem clientes centrados em aplicações móveis. O mesmo trabalho refere que medidas de controlo de segurança devem ter diferentes níveis de importância para diferentes atividades através do mesmo canal de prestação de serviço. A formação inicial do nível de confiança dos clientes deve ser tratada cuidadosamente desde a fase inicial na oferta do serviço até a fase final na realização da operação, que acarreta riscos de segurança, responsabilidade e transparência por parte das instituições.

Segundo Zhu & Wang (2022), o Mobile Banking é uma das formas mais rentáveis de atrair novos clientes. As atividades mais realizadas através de aplicações móveis são a consulta do saldo bancário e extrato de contas, realização de transações, investimentos e pagamentos. A motivação para a adoção e utilização do mobile banking deve-se à relação positiva entre rentabilidade, confiança e conveniência das transações através de aplicações móveis, que se difundiram devido ao estilo de vida atual orientado para a tecnologia. Atualmente, os indivíduos são mais receptivos a adotar novas tecnologias compatíveis com os seus telemóveis.

Pagamentos móveis e Segurança

Um estudo sobre os fatores que influenciam a utilização de pagamentos móveis conclui que estes são consideravelmente mais práticos e valiosos do que as transações efetuadas por métodos convencionais. As pessoas podem utilizar os pagamentos móveis para efetuar transações sem possuírem uma conta bancária. O marketing realizado tem enfatizado a combinação de praticidade e fiabilidade na utilização destas plataformas, proporcionando pagamentos e compras mais rápidos em qualquer parte do mundo. Durante a última década, a utilização de apps bancárias tornou-se relevante globalmente, com o número de transações a aumentar continuamente, embora problemas de segurança ainda persistam. As definições de segurança podem ser anuladas por vírus nos smartphones e pela falta de conhecimento digital (Nur & Panggabean, 2021).

Impacto da Pandemia de COVID-19

De acordo com Omarini (2022), a pandemia de COVID-19 levou a um aumento significativo da utilização de canais digitais por parte dos clientes, resultando na diminuição do uso de agências tradicionais. Em 16 grandes mercados, uma média de 13% dos inquiridos utilizou internet banking pela primeira vez durante a pandemia, com percentagens de adoção ainda mais elevadas em alguns mercados. Os pagamentos sem numerário também receberam um impulso durante a crise, com numerosos inquiridos comunicando um aumento do uso de soluções de pagamentos digitais fornecidos por serviços bancários através da internet e aplicações de terceiros. Prevê-se que esta tendência para os canais digitais continue permanentemente, e os bancos tradicionais enfrentam um risco real de perder clientes com conhecimentos digitais para concorrentes com tecnologias mais avançadas, ágeis e inovadoras (Omarini, 2022).

3.2. Evolução e desafios

Banca Digital vs. Banca Tradicional

Segundo Wewege et al. (2020), o sistema bancário tradicional manteve-se praticamente inalterado e incontestado até ao advento da banca digital. Com o aumento da utilização de serviços financeiros através da internet, o número de agências bancárias tradicionais diminuiu significativamente a nível mundial, enquanto o número de bancos exclusivamente digitais aumentou. Os bancos digitais podem oferecer custos mais baixos devido à ausência de agências físicas e à automatização dos processos, tornando a atividade bancária mais conveniente. No entanto, os clientes podem enfrentar problemas que não podem ser resolvidos através da internet (Wewege et al., 2020).

Disrupção tecnológica no setor bancário

De acordo com Chen et al. (2017), a introdução da Internet móvel, computação em nuvem, big data e outras tecnologias financeiras provocou uma transformação significativa na forma como os bancos comerciais tradicionais operam. Estes avanços tecnológicos perturbaram a relação e os canais existentes entre os bancos tradicionais e os seus clientes, anteriormente dependentes dos serviços comerciais. Os sistemas e métodos de pagamento sofreram alterações revolucionárias, permitindo que transações bancárias sejam realizadas em dispositivos móveis a partir de qualquer lugar e a qualquer hora. Os espaços e ambientes de trabalho bancários tornaram-se ilimitados e as agências físicas tradicionais diminuíram ou evoluíram (Chen et al., 2017).

Perceção do risco e adoção de Internet Banking

A perceção de risco é um fator que inibe a intenção do uso de serviços de plataformas bancárias digitais, pois reduz a perceção dos benefícios pelos utilizadores. No entanto, proporcionar um ambiente de transações online sem risco é um desafio maior para os bancos do que apenas oferecer benefícios para os clientes. É importante que estas instituições reconheçam esta dificuldade e desenvolvam estratégias de gestão de risco para tirar o máximo proveito das oportunidades apresentadas pela internet. Além disso, os bancos devem fornecer instruções sobre como usar estes serviços online de forma segura e como proceder em caso de problemas de segurança. Para melhorar a confiança dos utilizadores neste tipo de serviços, é sugerido o desenvolvimento de interfaces e aplicações com características de segurança aprimoradas e a inclusão de programas de garantia de devolução de dinheiro em caso de erros nas transações, proporcionando tranquilidade aos clientes. A promoção do uso destas plataformas

digitais pelos bancos é importante, pois só assim conseguem retirar o máximo proveito da redução de custos, aumentar as vendas cruzadas e melhorar a retenção dos clientes (Kaur & Arora, 2021).

Os resultados de um estudo realizado por Martins et al. (2014). sobre a adoção de internet banking revelam que a percepção do risco é um fator importante que afeta a intenção do utilizador final no uso de internet banking. Deste modo, os gestores bancários precisam de garantir que estas plataformas são sólidas, com práticas de segurança implementadas para minimizar os riscos dos utilizadores finais. O foco deve ser nos riscos de tempo, financeiros, de desempenho e de privacidade. As instituições devem garantir aos utilizadores que a utilização destas plataformas não acarreta riscos, promovendo a segurança e confiança nas plataformas, evitando preocupações com crimes informáticos e invasão de privacidade, e fornecendo transações sem erros, corrigindo-os se necessário.

Motivação para a utilização do Internet Banking

Segundo Pedro et al. (2013), a decisão de utilizar internet banking pode ser motivada pela conveniência, facilidade de utilização e potenciais benefícios financeiros. Muitas instituições financeiras oferecem preços mais baixos pelos seus serviços, além das vantagens da Internet, como o acesso fácil e rápido à informação, a disponibilidade 24/7 e a ubiquidade. A análise de clusters identificou três tipos de clientes com práticas e percepções distintas: utilizadores básicos, intermédios e avançados. Os utilizadores básicos não confiam na segurança dos serviços de internet banking, os intermédios consideram o serviço seguro, mas não apreciam a sua facilidade de utilização, enquanto os avançados aproveitam plenamente a utilização do internet banking e confiam na sua segurança. A confiança, conveniência, percepção destas plataformas e características tecnológicas são fatores importantes que influenciam a adoção e utilização dos consumidores.

Segurança e conveniência nas aplicações bancárias

Um artigo sobre aplicações de bancos digitais em Portugal e Espanha realizado por Martínez-Navalón et al., (2023) realça a importância de variáveis como confiança, privacidade e facilidade na utilização de plataformas digitais. Quanto mais privacidade e segurança o consumidor sentir, maior será a sua confiança em relação a estas plataformas e, conseqüentemente, maior será a sua propensão à utilização. A facilidade de utilização afeta diretamente e de forma positiva a confiança, pelo que, quanto maior for a facilidade de uso na percepção dos consumidores, maior será a confiança na instituição bancária. Para que estas organizações tenham sucesso na implementação das suas aplicações móveis ou plataformas digitais, devem focar-se em criar sistemas informáticos simples e intuitivos, que não gerem dificuldades

para os utilizadores, gerando confiança no utilizador e, conseqüentemente, na empresa. Além disso, é importante que estas plataformas garantam aos utilizadores a proteção dos dados e que informações pessoais não sejam compartilhadas com terceiros, proporcionando segurança ao utilizador e influenciando positivamente a confiança e facilidade de utilização.

3.3. Adaptação e inovação

Tal como ficou evidente anteriormente, a evolução tecnológica do setor bancário tem sido um processo marcante e constante, transformando a forma como praticamente todas as instituições financeiras operam, bem como a maneira como os clientes interagem com os serviços disponibilizados. Esta transformação levou a uma mudança fundamental no setor, das agências bancárias para a utilização de tecnologias da informação (TI) e Big Data, juntamente com capital humano altamente especializado.

Mesmo antes desta mudança, os bancos e o mercado já estavam interligados, com uma maior proporção das atividades intermediárias com base no mercado. Os bancos enfrentam uma maior concorrência de outros intermediários, cada vez mais digitais, nos seus principais negócios, como serviços de pagamento e consultoria. A velocidade da adoção das novas tecnologias digitais e a aceitação por parte dos utilizadores aceleraram de forma considerável, enquanto os clientes aumentam as suas expectativas em relação à qualidade do serviço, em termos de facilidade de utilização e transparência (OECD, 2020).

Os benefícios obtidos através do desenvolvimento da tecnologia da informação têm sido consideravelmente grandes, especialmente no que diz respeito ao aumento da produtividade e à redução de custos, obtida através do aumento da rentabilidade e da poupança de mão de obra. O setor bancário mundial foi afetado, de forma geral, por mudanças significativas provenientes da inovação tecnológica e da comunicação, da inteligência empresarial e das estratégias de gestão de risco. De modo geral, a inovação tecnológica tornou o processo de transmissão de informação muito mais fácil e rápido. Os produtos bancários são facilmente comercializados devido à rede em grande escala de ligações regionais e globais. Deste modo, é evidente que o desenvolvimento da tecnologia transformou a gama de produtos, o desenvolvimento de produtos e os canais de serviço, o que permite ganhos de eficiência consideráveis, não só nos próprios bancos, mas também em todos os serviços relacionados (Campanella et al., 2017).

Uma das principais mudanças no setor deve-se à digitalização, que está a provocar uma profunda transformação no sistema bancário, enquanto oferece novas oportunidades para os bancos centrarem

os clientes no processo de desenvolvimento. As novas tecnologias estão no mercado para perturbar os serviços financeiros dos bancos tradicionais, bem como para introduzir novos intervenientes no mercado competitivo (Anna, 2017). A digitalização contribui para a inovação e conduz a melhorias na rentabilidade. Atualmente, a capacidade de adaptação à tecnologia e exploração do seu potencial depende da capacidade de traduzir estes benefícios em produtos, serviços, processos e novos modelos de negócios que garantam uma melhor competitividade (Omarini, 2022).

O impacto da digitalização no panorama financeiro está a afetar todos os indivíduos que fazem parte do mercado, desde a banca, seguros, investimentos e até serviços de pensões. Esta evolução tecnológica impacta tanto os processos internos como a forma como as instituições bancárias tratam os seus clientes e, até mesmo, os potenciais clientes, levando a alterações no desenvolvimento dos seus produtos e nas suas práticas de venda.

Em Portugal, tal como em diversos outros países, esta inovação dos produtos e serviços financeiros levou ao aparecimento de grandes oportunidades para os indivíduos, não só com o acesso a novos serviços financeiros, novas formas de gestão das finanças pessoais e uma melhor planificação dos seus futuros financeiros. Esta digitalização facilitou o acesso a produtos financeiros de forma rápida e conveniente, através de novas tecnologias como aplicações móveis e plataformas digitais. Os consumidores de serviços bancários utilizam cada vez mais este tipo de canais digitais para realizar pagamentos, abrir e utilizar contas de depósitos e até contrair créditos. Da mesma forma, o panorama financeiro tem-se tornado cada vez mais complexo, levando à introdução de novos desafios e fatores de risco para o setor. A utilização de canais digitais por vezes leva à exposição dos clientes a riscos de cibersegurança, como fraudes e esquemas online (OECD, 2023).

O modelo da banca tradicional funcionava bem em contextos centrados em agências físicas, contudo, três mudanças fundamentais estão a alterar este ambiente competitivo e a obrigar as instituições financeiras a competirem no mundo digital: (1) a mudança de escala, (2) o surgimento de concorrentes digitais e (3) a crescente procura dos clientes por canais digitais. Com os elevados custos estruturais e a maior propensão para a utilização de serviços digitais por parte dos consumidores, muitos bancos procuram defender o seu poder de mercado. Estas instituições devem fortalecer-se com novas ofertas de serviços e modelos de negócios.

Os líderes bancários devem olhar para exemplos recentes de empresas que adicionaram valor ao mercado financeiro. Estas empresas inovaram e adaptaram-se à onda digital, e os melhores desempenhos aumentaram a qualidade de vida dos clientes, simplificando e apresentando melhorias na

experiência do cliente e aproveitando dados e análises para fornecer insights do mercado (McKinsey & Company, 2022).

Para prosperar no novo ambiente digital, os bancos precisam de reformular as suas propostas de oferta. A conveniência, que antes era obtida através da presença física, agora baseia-se em experiências móveis, que facultam aos clientes a realização de tarefas de forma rápida e conveniente em qualquer lugar e a qualquer momento. A confiança, que antes era construída através de relações pessoais com os gestores das instituições, atualmente é fundamentada na transparência e na utilização de análise de dados para compreender as necessidades individuais dos clientes e oferecer soluções altamente personalizadas. A eficiência de custos, outro fator de diferenciação, costumava ser obtida através de excelência operacional e disciplina em processos de ponta a ponta; no mundo digital, é necessário utilizar estas plataformas para reduzir custos, o que requer uma arquitetura moderna e um modelo de processos digitais e operações em nuvem (McKinsey & Company, 2022).

Recentemente, o surgimento de tecnologias como blockchain e criptomoedas está a moldar novas formas de operação e transação no setor bancário. Estas tecnologias oferecem maior segurança, transparência e eficiência nas transações financeiras. No entanto, a sua integração traz desafios regulatórios e de segurança cibernética que os bancos devem abordar. Além disso, a crescente utilização de inteligência artificial (IA) e Big Data está a permitir uma análise mais precisa dos comportamentos e necessidades dos clientes, possibilitando a oferta de serviços mais personalizados e a otimização dos processos internos.

A transformação digital continua exige que os bancos invistam constantemente em cibersegurança para proteger as contas e os dados sensíveis dos clientes contra ameaças cibernéticas. A criação de uma cultura de segurança robusta, juntamente com a implementação de tecnologias avançadas de proteção de dados, é crucial para manter a confiança dos clientes e assegurar a integridade dos serviços financeiros.

3.4. Novas dinâmicas competitivas

As novas tecnologias no setor bancário estão a derrubar barreiras à entrada e a oferecer oportunidades a novos fornecedores de serviços financeiros. A concorrência de start-ups, gigantes da internet e setores não financeiros, juntamente com o aumento da regulamentação, está a impulsionar e até a forçar uma

aceleração da reinvenção digital por parte dos bancos. O investimento em plataformas digitais tornou-se uma opção estratégica importante para que os bancos consigam manter uma posição competitiva no mercado. A implementação de uma vasta gama de produtos na internet permite uma maior competição por clientes que normalmente estão fora do mercado tradicional. À medida que o nível de afinidade e procura por este tipo de serviços aumenta, os bancos devem conceber produtos que aumentem os lucros e, ao mesmo tempo, promovam uma melhor qualidade de serviço aos clientes (Acharya et al., 2008).

A tecnologia está a transformar todo o setor bancário e, ao contrário de outras indústrias, está a afetar simultaneamente as fases de "produção" e "distribuição" (Omarini, 2022). As agências bancárias e as suas interações com os clientes continuam a ser um elemento fundamental; contudo, os bancos não devem negligenciar os serviços prestados aos clientes nos espaços digitais (Pedro et al., 2013). A inovação tecnológica, combinada com a degradação da oferta de produtos e serviços, facilitou a entrada de novos concorrentes, permitindo que estes se tornassem competitivos no setor. Esta degradação deu aos novos concorrentes a possibilidade de fornecerem soluções inovadoras, sem a necessidade de realizarem todos os processos envolvidos num determinado serviço e de entrarem no mercado sem os custos fixos substanciais envolvidos em certos processos (Omarini, 2022).

Um inquérito realizado pelo IBM Institute of Business Value (IBM Institute for Business Value, 2018) a executivos bancários relatou que quase 60% dos inquiridos afirmam que as fronteiras entre setores são cada vez mais inexistentes e mais de 60% relatam que a concorrência vem de novos e inesperados lugares. A reinvenção digital permite repensar as experiências dos clientes e desenvolver modelos operacionais eficientes que facilitam um ecossistema aberto de participantes. Assim, os clientes beneficiam de acesso a preços justos, maior transparência, imediatismo e interações relevantes de alta qualidade, bem como a um leque de produtos e serviços personalizados. A reinvenção também permite um novo modelo operacional de estruturas organizacionais simples que suportam processos rápidos e facilitam ecossistemas de parcerias (IBM Institute for Business Value, 2018).

A implementação da tecnologia no setor bancário traz consigo custos significativos para os bancos e muitas vezes para os orçamentos nacionais. Para garantir que os serviços digitais sejam seguros e confiáveis, é necessário investir em infraestruturas modernas, regulamentação adequada, conhecimento humano e investimentos significativos em software e hardware. Além disso, é recorrente a necessidade de renovar sistemas antigos, o que pode acarretar altos custos, sendo este processo frequentemente dificultado pela complexidade e pela necessidade de continuar a oferecer serviços a clientes que não estão dispostos a adotar novos sistemas. A supervisão e a regulação também representam um desafio,

pois é necessário encontrar um equilíbrio entre inovação, estabilidade e segurança do sistema financeiro. Sendo assim, é notável que a adoção da tecnologia tem sido desigual, com países e regiões como os nórdicos, Singapura, Hong Kong e China a avançarem cada vez mais para um futuro digital, enquanto outros realizam progressos mais lentos. Este fosso de digitalização entre países terá implicações para os clientes bancários e poderá pesar na saúde dos bancos, setores bancários e economias (S&P Global Ratings, 2023).

É essencial que os bancos acompanhem a evolução das novas tecnologias, pois os serviços bancários e os próprios bancos enfrentam constantemente a ameaça de serem substituídos por tecnologias emergentes e provedores de serviços bancários não tradicionais. A falta de adaptação dos bancos a sistemas com custos mais baixos pode resultar em danos rápidos para estas instituições, para além de a rápida inovação tecnológica poder levar a mudanças rápidas nas quotas de mercado. O Mobile Banking, por exemplo, tornou-se um serviço essencial que requer investimento contínuo para satisfazer a procura dos clientes por serviços de alta qualidade (S&P Global Ratings, 2023). No entanto, o maior desafio pode estar no uso de inteligência artificial (IA). Com a IA a atingir novos níveis de sofisticação e maturidade, especialmente com o advento da IA generativa, é provável que a concorrência alimentada pela tecnologia se torne cada vez mais predominante e um diferenciador significativo entre os bancos (McKinsey & Company, 2023b). Cada mudança tecnológica também gera oportunidades para a concorrência de fintechs, que se tornaram uma ameaça para os bancos tradicionais, embora estas se deparem com dificuldades de financiamento devido a condições mais rigorosas. Estas dificuldades enfrentadas pelas fintechs podem representar uma oportunidade de colaboração ou o próprio desenvolvimento de iniciativas tecnológicas (S&P Global Ratings, 2023).

Grande parte dos bancos chegou à conclusão da existência da necessidade estratégica de digitalizar os seus modelos de negócios, o que resultou num forte investimento centrado na utilização de ferramentas e serviços digitais. Esta mudança abrupta abrange aspetos operacionais como serviços em nuvem, contratação de tecnologias da informação (TI), iniciativas de cibersegurança, bem como as aplicações dirigidas a clientes. Esta mudança tem acarretado uma fatia significativa das despesas de capital dos bancos em investimentos em TI, onde se estima serem cerca de 10% do total de custos operacionais dos maiores bancos do mundo (S&P Global Ratings, 2023).

Estas mudanças foram apressadas ainda mais por eventos recentes. Após a pandemia global do COVID-19, que impôs medidas de distanciamento social e diversos confinamentos, a Europa e o resto do mundo focaram-se num caminho mais digital. Contudo, apesar desta tendência, fica cada vez mais evidente a

existência de diferenças significativas entre consumidores, países e setores. Dados mostram que a adoção digital na Europa aumentou de 81% para 95%, em função da crise pandémica, aumento este que teria demorado cerca de dois a três anos se forem levadas em conta taxas de crescimento anteriores à pandemia. No entanto, estes números ocultam grandes diferenças geográficas, impulsionadas tanto pela severidade das restrições impostas em diferentes mercados à circulação de pessoas e operações comerciais, como pela maturidade digital destes mesmos mercados. Também se destaca a forma como a pandemia encurtou as enormes diferenças que existiam entre os diversos países europeus no que diz respeito à atividade online. De acordo com um estudo realizado pela McKinsey (McKinsey & Company, 2020) com cerca de 20.000 inquiridos de países da Europa, Portugal apresentava antes da crise do COVID-19 uma adoção digital de 83%, tendo a mesma aumentado para 95% devido à pandemia, ou seja, um aumento de 12 pontos percentuais neste período, encontrando-se acima de países como Alemanha, Suíça e Reino Unido. O estudo também evidencia a percentagem da adoção digital por indústria, no qual o setor bancário apresenta a maior percentagem de utilizadores digitais em cerca de 77%, dos quais 55% dos usuários confirmam ser utilizadores regulares e os restantes 23% tornaram-se utilizadores digitais deste setor durante a pandemia. O inquérito também ressalta que este aumento da adoção de serviços online não é um fenómeno temporário, uma vez que 70% dos inquiridos afirmam que continuarão a utilizar os serviços digitais com a mesma frequência que utilizam atualmente ou até com uma maior frequência. O setor bancário destaca-se com o maior número de utilizadores interessados, de acordo com intenções futuras, onde 82% dos inquiridos pretendem continuar a utilizar os serviços bancários online com a mesma ou mais frequência. No mesmo sentido, o estudo também coloca o setor bancário em segundo lugar no quesito de indústrias com maiores resultados de satisfação pelos utilizadores, onde a facilidade de uso lidera com 61%, seguida pela rápida velocidade da aplicação/website com 25%, o aspeto do website/aplicação com 12% e cerca de 1% para grandes ofertas ou descontos (McKinsey & Company, 2020).

A expectativa de que os bancos forneçam produtos financeiros fiáveis e de baixo custo aumentou com a consequente adoção de serviços digitais e, em particular, durante e após a pandemia, que aumentou a facilidade com que os clientes podem mudar de banco. Simultaneamente, as barreiras associadas à mudança de banco, bem como os custos associados, diminuíram graças a iniciativas regulamentares, o que culminou no aumento da pressão sobre as instituições bancárias para que cada interação com o cliente seja uma experiência positiva, tanto em termos de conveniência como de custos (S&P Global Ratings, 2023).

A realização de transações foi e está a ser transferida para players não tradicionais mais especializados. No setor dos pagamentos, esta mudança é evidenciada pelo aumento do processamento de pagamentos digitais dos consumidores, realizado por especialistas em pagamentos, cuja quota no processamento de pagamentos cresceu mais de 50% entre 2015 e 2022, em relação aos bancos tradicionais (McKinsey & Company, 2023b). Durante as últimas décadas, o setor de pagamentos aderiu rapidamente às novas tecnologias, abrindo assim novas vias para servir os clientes. A internet e as tecnologias móveis tornaram possível direcionar fundos das contas dos clientes de forma quase instantânea e a partir de qualquer lugar, bem como o acesso a transferências mais baratas, o que levou a um aumento do volume de transações tanto no segmento do consumidor como no comercial (McKinsey & Company, 2023a).

Em Portugal, a adoção de novas tecnologias tem sido irregular. Os bancos portugueses demonstraram lentidão no que diz respeito à substituição e transformação de sistemas informáticos antigos, o que se deve maioritariamente à resolução de problemas de exposição. Atualmente, os bancos estão gradualmente a recuperar o atraso em relação ao resto da Europa em termos de automatização, simplificação e digitalização dos serviços aos clientes. O sistema bancário português está bem posicionado para manter a sua base de clientes fiéis, dando-lhe tempo para continuar a investir na sua transformação digital. O setor fintech está fragmentado e centrado nas empresas, o que torna este setor mais um colaborador do que uma ameaça para os bancos estabelecidos. As empresas Bigtech podem representar um risco a longo prazo, mas, por enquanto, não entraram em atividades de crédito em Portugal (S&P Global Ratings, 2023).

O cliente típico português de instituições bancárias caracteriza-se por ser mais tradicional, quando comparado com os restantes países europeus. Isto deve-se às preferências das populações mais rurais e à elevada densidade da rede de balcões, que facilita as relações presenciais. O uso de plataformas digitais bancárias por parte dos clientes portugueses continua abaixo da média da União Europeia, contudo, o COVID-19 acelerou o uso de transações e pagamentos digitais. Verificam-se ainda políticas para melhorar o nível de competências digitais da população, que atualmente é superior à média europeia (S&P Global Ratings, 2023).

4. Evidências sobre adesão e desafios na utilização de plataformas bancárias digitais

4.1. Breve caracterização

O acesso a serviços bancários através da internet oferece uma conveniência inegável na realização de atividades bancárias. No entanto, verifica-se alguma relutância por parte dos clientes dos bancos na utilização destes serviços. Fathima (2022) elabora um estudo que analisa a aceitação e a percepção de benefícios da utilização de tecnologias bancárias por diferentes grupos demográficos, incluindo sexo, estado civil, idade e rendimento. Os resultados indicam que indivíduos do sexo masculino e casados têm uma visão mais positiva sobre o uso destas tecnologias, e que jovens adultos e pessoas com rendimentos mais elevados são mais propensos a adotar serviços bancários online.

Uma pesquisa sobre a perspectiva dos consumidores face aos resultados financeiros nos bancos digitais no Reino Unido (Mbama & Ezepeue, 2018), concluiu que os bancos possuem margem para melhorar o seu desempenho financeiro através da utilização de plataformas digitais. O número de clientes que acedem aos serviços bancários através da internet é superior ao de outros canais, e a procura de serviços bancários móveis está a aumentar, enquanto a procura de serviços bancários por telefone está a diminuir. Esta tendência emergente indica que os bancos devem investir e centrar-se em serviços móveis.

Com o aparecimento de novas tecnologias móveis, estas instituições terão de equilibrar as necessidades dos clientes com questões de interface e segurança e garantir que as diferentes necessidades dos clientes são satisfeitas, de forma a melhorar a fidelidade dos clientes.

Mbama & Ezepeue (2018) concluem que a frequência de utilização, grupo etário e duração da utilização têm um efeito positivo na experiência dos clientes com bancos digitais. Clientes que utilizam estas plataformas com frequência tendem a gostar mais, ter uma boa experiência e utilizar as plataformas por mais tempo. Os autores concluem também que a aceitação dos bancos digitais tem aumentado nos últimos anos, devido aos benefícios, tanto para os bancos como para os clientes. A confiança na marca afeta as escolhas dos clientes, o que demonstra que a percepção da marca está mais relacionada com a satisfação e lealdade do que com a experiência da plataforma em si. Os funcionários dos bancos também desempenham um papel importante na prestação de serviços ao cliente em ambientes digitais. A experiência do cliente influencia a capacidade de melhorar estas plataformas, destacando a importância do feedback dos clientes para promover comportamentos positivos nos bancos digitais. O risco percebido também tem um impacto negativo na experiência dos bancos digitais (Mbama & Ezepeue, 2018).

O artigo de Calisir & Gumussoy (2008) estuda a percepção dos utilizadores mais jovens face à utilização de plataformas digitais de internet banking, obtendo resultados interessantes. Os autores concluem que os consumidores mais jovens são os mais propensos a adotar estas novas tecnologias e consideram as plataformas digitais bancárias disponibilizadas através de websites, aplicações móveis ou caixas ATM/multibanco mutuamente substituíveis. Os consumidores mais jovens percebem que estas plataformas oferecem uma maior facilidade de utilização e acesso, tanto no local de trabalho como em casa. Contudo, estes clientes sentem-se inseguros em relação à fiabilidade dos websites bancários e tendem a ser mais reservados quanto às suas finanças e segurança online. As interfaces das plataformas tendem a facilitar a visualização de alternativas em operações bancárias, dependendo do desempenho dos utilizadores. No geral, estas plataformas oferecem serviços bancários fáceis e convenientes, mas é importante a aquisição de capacidades de utilização por parte dos consumidores, através de pesquisa individual e interativa (Calisir & Gumussoy, 2008).

Segundo um relatório elaborado pelo Banco de Portugal em 2018, baseado num questionário a 38 instituições financeiras, 87% das instituições disponibilizavam produtos e serviços bancários através de um canal online e destas, 68% ofereciam os mesmos produtos e serviços através de aplicações móveis. Em relação às principais razões para a disponibilização destes serviços e produtos através de canais digitais, 74% das instituições bancárias referiram a fidelização dos clientes como o principal motivo para esta digitalização, seguida de ganhos de eficiência e promoção de uma imagem de inovação, indicados por metade das instituições (50%), e a captação de novos clientes e a disponibilização de novos produtos e serviços por 45% e 32% das instituições, respetivamente (Banco de Portugal, 2018a).

As instituições financeiras também foram questionadas sobre a quantidade de clientes que aderiram e utilizaram canais digitais providos pelas mesmas. Das instituições que possuem canais digitais, 58% referem que mais de metade dos seus clientes particulares já aderiram a este tipo de canal, enquanto 21% revelam que as taxas de adesão se encontram entre 25% e 50%, e uma reduzida parcela, 6%, indica uma taxa de adesão inferior a 5%. Quanto à taxa de adesão através de aplicações móveis, estas são inferiores à adoção de canais digitais. Apenas 35% das instituições inquiridas referem que mais de metade dos clientes particulares já aderiram a este tipo de canal, 46% indicam taxas de adoção entre 15% e 25%, e 15% referem taxas de adesão inferiores a 5% (Banco de Portugal, 2018a).

Por outro lado, quando solicitado às instituições a identificação de motivos relevantes que podem restringir a procura destes canais digitais por parte dos clientes, 74% das instituições referem que a preocupação dos clientes com a segurança é o principal obstáculo à expansão deste tipo de canal. De

seguida, o desconhecimento de novas tecnologias, relacionado com a falta de literacia digital, foi referido por 66% das instituições inquiridas, a falta de literacia financeira dos clientes foi identificada por 61%, e 50% das instituições relataram preocupações com a partilha de dados (Banco de Portugal, 2018a).

Na ótica dos consumidores, a OCDE elaborou em 2023 um relatório sobre a literacia financeira digital em Portugal, no qual existe uma secção sobre homebanking, ou seja, sobre a utilização de ferramentas para a gestão de contas bancárias através da internet ou de aplicações móveis. De acordo com os resultados obtidos, 82% dos utilizadores de serviços de homebanking acederam aos mesmos através de aplicações de telemóvel e 61% através de websites. As aplicações móveis apresentam uma maior popularidade e encorajam um uso mais regular, com 41% dos utilizadores de aplicações de mobile banking a utilizarem-nas quase diariamente e 34% a usarem pelo menos uma vez por semana, enquanto 25% dos utilizadores de websites de homebanking afirmam uma utilização quase diária e 38% utilizam pelo menos uma vez por semana (OECD, 2023). Esta tendência é observada desde 2020, pois, segundo um relatório elaborado em 2021 pelo Banco de Portugal sobre inclusão financeira e digital, a utilização quase diária é mais frequente nas aplicações do que no homebanking (Banco de Portugal, 2021).

A utilização de homebanking está relacionada com a idade: indivíduos com idade mais avançada não são tão propensos a utilizar este tipo de serviços, com 51% e 59% dos inquiridos com idades entre 55 e 69 anos e acima dos 70 anos, respetivamente, a relatarem não usufruir dos serviços de homebanking. Em contrapartida, as gerações mais novas tendem a preferir aplicações móveis a websites disponibilizados pelos bancos e apresentam uma maior aceitação deste tipo de tecnologia, com 14% e 11% dos indivíduos com idades abaixo de 25 anos e entre 25 e 39 anos, respetivamente, a afirmarem não utilizarem serviços de homebanking (OECD, 2023). Este comportamento também é observado no relatório do Banco de Portugal, onde os inquiridos com idades entre 25 e 39 anos são os que mais utilizam os canais digitais (74.7%), seguidos pelos inquiridos com idades entre 16 e 24 anos (63.2%), enquanto apenas 8.1% dos inquiridos com 70 ou mais anos utilizam canais digitais (Banco de Portugal, 2021), o que representa uma evolução considerável quando comparado com os resultados do relatório da OCDE (39%).

Verifica-se uma tendência no uso de serviços de homebanking em relação ao nível de educação: quanto maior o nível de educação de um indivíduo, maior é a probabilidade de utilização deste tipo de serviços. 89% dos inquiridos com ensino superior reportam o uso de homebanking em comparação com 74% daqueles com ensino secundário, 44% com ensino básico (3º ciclo), 23% com ensino primário e 17% sem educação. Quando comparado com o relatório do Banco de Portugal, observa-se a mesma tendência

crescente do uso de canais digitais com o nível de educação, onde inquiridos com ensino superior são os que mais utilizam canais digitais (80.3%), seguidos pelo ensino secundário (71.3%), ensino básico (3º ciclo) (42.7%), ensino básico (1.º ciclo) (13.6%) e sem educação (4%).

Das várias atividades realizadas através de aplicações e websites de homebanking, as mais frequentes são consulta de saldo e movimentos, pagamentos e transferências. Os utilizadores de websites relatam uma maior realização de atividades, com 96% a consultar saldo e movimentos, 81% a realizar pagamentos e 77% a fazer transferências. Enquanto os utilizadores de aplicações móveis utilizam 81%, 69% e 66% para cada atividade, respetivamente (OECD, 2023). No entanto, utilizadores de aplicações são mais propensos a realizar estas atividades com mais regularidade. O relatório disponibilizado pelo Banco de Portugal em 2021 apresenta as mesmas atividades, pela mesma ordem preferencial: consulta de saldo e movimentos (95%), pagamentos (82.9%) e transferências (78.9%) em serviços de homebanking, notando-se pequenas variações na percentagem de serviços utilizados entre 2020 e 2023 (Banco de Portugal, 2021).

Por outro lado, as principais razões relatadas pelos inquiridos para não utilizarem serviços de homebanking, segundo o relatório da OCDE, são a preferência pelo uso de caixas ATM físicas e a preferência por contacto pessoal/balcão bancário, ambas com 29%, seguidas pela dificuldade no uso de tecnologia com 16.6% e 14.9% que acham que o uso destes serviços não é seguro (OECD, 2023). Quando comparado com os resultados obtidos no relatório do Banco de Portugal, verifica-se uma mudança nos motivos para a não utilização destes serviços: em 2020, o principal motivo era a dificuldade no uso de tecnologia, reportado por 32% dos inquiridos, seguido da preferência pelo uso de caixas ATM com 20.3% e a preferência pelo contacto pessoal/balcão bancário com 16.8% (Banco de Portugal, 2021).

4.2. Uma perspetiva global e nacional

O crescimento da utilização de serviços bancários online, tal como vimos anteriormente, tem sido um dos desenvolvimentos mais significativos da indústria financeira dos últimos anos. A utilização destas plataformas tornou-se uma parte integral do quotidiano de muitos indivíduos por todo o mundo. De acordo com a figura abaixo observamos crescimento exponencial global do número de utilizadores de *Online Banking* e uma previsão do crescimento dos utilizadores, obtidos através de um estudo realizado pela Statista (Statista, 2021).

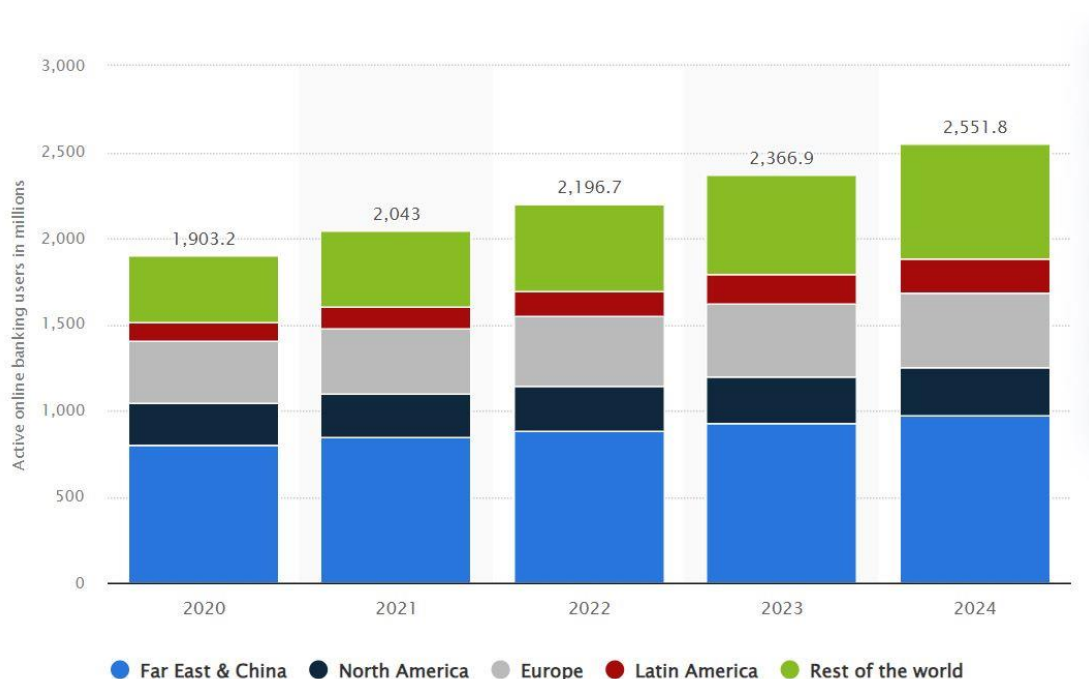


Gráfico 1: Número de utilizadores ativos de online banking a nível mundial em 2020, com previsões de 2021 a 2024, por região

Fonte: Statista, 2021

Como podemos observar, prevê-se que em 2024 existam 2,511 milhões de utilizadores ativos de online banking, o que representa um aumento de quase 650 milhões de utilizadores. Este crescimento reforça a adesão massiva por parte dos consumidores a estas novas tecnologias e sublinha a importância de um maior investimento por parte das instituições financeiras.

Em relação à localização dos utilizadores, nota-se um aumento em praticamente todas as regiões do globo durante os períodos observáveis. O maior número de utilizadores localiza-se na Ásia, com uma vantagem significativa em relação ao resto do mundo, o que demonstra que os indivíduos desta região têm uma maior predisposição para utilizar estas plataformas. A Europa possui a segunda maior concentração de utilizadores, seguida da América do Norte e da América do Sul. Com quase um terço da população mundial a utilizar serviços de online banking, torna-se evidente que as instituições bancárias devem investir no desenvolvimento tecnológico dos seus serviços para manterem a sua relevância face aos novos competidores nesta era digital.

4.2.1. Acesso à Internet

Dada a importância do acesso à internet na utilização das plataformas digitais, discute-se a seguir esta dimensão, analisando-se o panorama português. Segundo dados obtidos através da PORDATA (PORDATA, 2023), Portugal apresentava no ano de 2022, uma população residente de 10,44 milhões de habitantes, dos quais 86% usufruíam de internet. Este valor, embora abaixo da média europeia em cerca de 6 pontos percentuais, traduz-se numa evolução crescente e consistente do número de utilizadores de internet, com um aumento de cerca de 20 pontos percentuais no espaço de uma década, aproximando-se assim dos níveis médios europeus (Eurostat, 2024e).

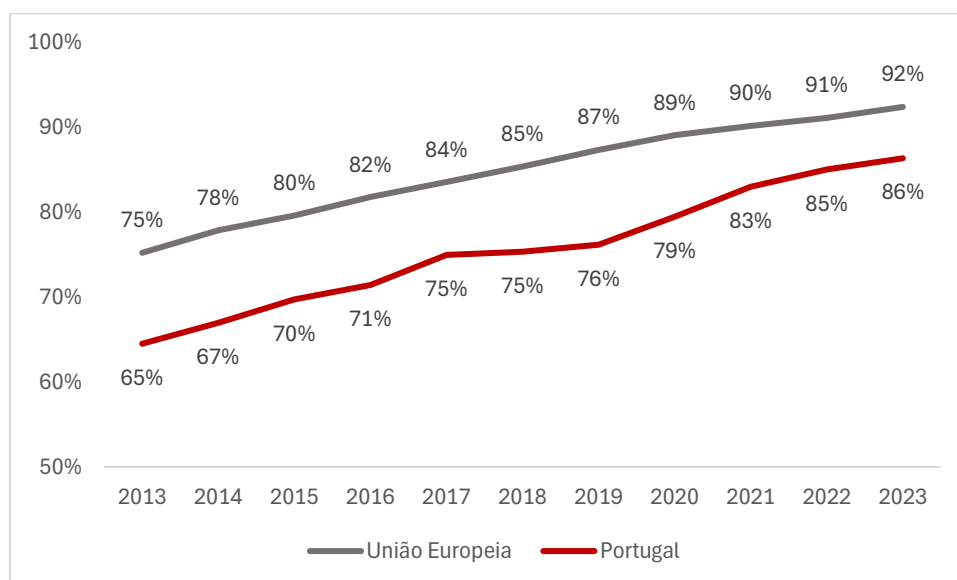


Gráfico 2: Percentagem de indivíduos que usam Internet, nos últimos 12 meses em 2023

Fonte: Eurostat, 2024e, elaboração pelo autor

No mesmo sentido, verifica-se um aumento significativo no número de famílias portuguesas com acesso à internet. Em 2023, 89% dos agregados familiares em Portugal possuíam ligação à internet. Embora este valor esteja quatro pontos percentuais abaixo da média europeia, observa-se um crescimento relativamente elevado. Nos últimos cinco anos, a percentagem de famílias em Portugal com acesso à

internet aumentou em 10 pontos percentuais, aproximando o país cada vez mais dos níveis médios da União Europeia (Eurostat, 2024a).

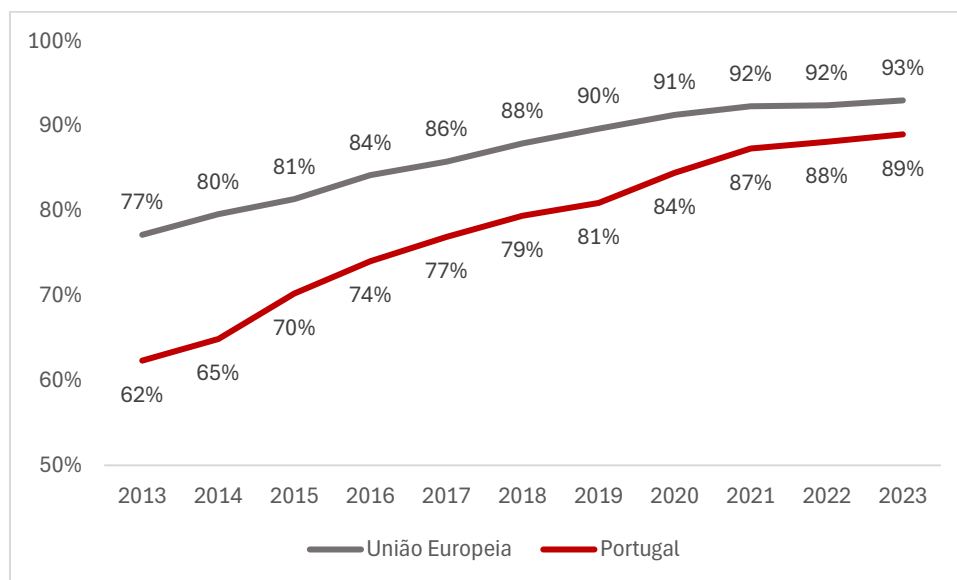


Gráfico 3: Percentagem de agregados familiares com acesso à internet, total em 2023

Fonte: Eurostat, 2024a, elaboração pelo autor

4.2.2. Competências digitais

As competências digitais são fundamentais na utilização de plataformas digitais bancárias, pois garantem que os utilizadores possam aceder e utilizar de forma eficiente e segura os serviços oferecidos. Num mundo cada vez mais conectado, onde os serviços bancários estão a tornar-se predominantemente digitais, possuir habilidades digitais não só aumenta a conveniência e a autonomia dos utilizadores, mas também promove a inclusão financeira, permitindo que um número maior de pessoas aproveite os benefícios das inovações tecnológicas no setor bancário.

Um dos pontos mais favoráveis a Portugal nesta ótica de estudo centra-se no número de indivíduos com competências digitais. Em 2023, Portugal apresentava uma população com competências digitais básicas e avançadas de 56% e 30%, respetivamente. Embora a percentagem de indivíduos com competências digitais básicas esteja ao mesmo nível da média europeia, a percentagem com competências digitais avançadas é superior à média europeia em três pontos percentuais (Eurostat, 2024b).

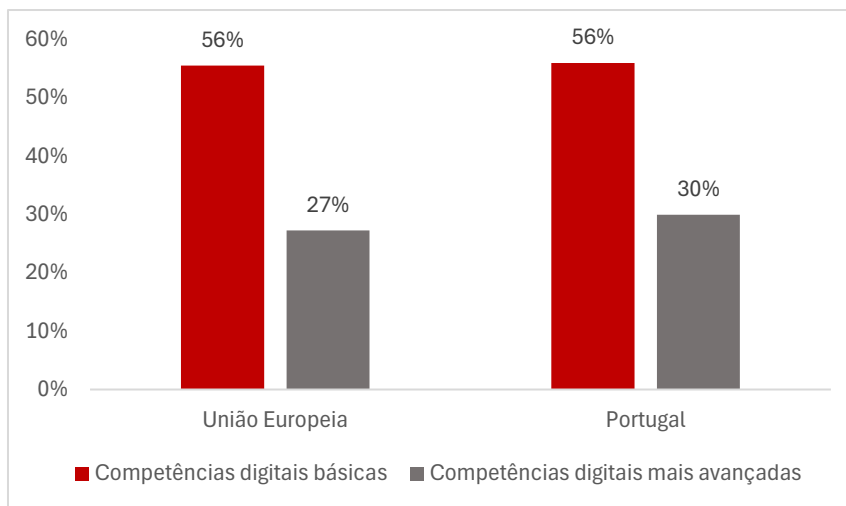


Gráfico 4: Percentagem de indivíduos com competências digitais em 2023, por país

Fonte: Eurostat, 2024b, elaboração pelo autor

4.2.3. Equipamentos utilizados para acesso à Internet

De acordo com os dados fornecidos pelo Eurostat (Eurostat, 2024), e tal como podemos observar nos gráficos abaixo representados, no ano de 2023, o equipamento mais popular para o acesso à internet, tanto em Portugal como na União Europeia, foi o telemóvel ou smartphone com percentagens de 98% e 94% respetivamente, o que é de forma evidente a opção mais procurada por parte dos indivíduos, devido à sua fácil utilização e praticidade no acesso à rede. O segundo dispositivo mais usado trata-se do computador portátil, com maior adoção no nosso país do que na média europeia, mas ainda com valores elevados, de seguida, computadores de mesa e tablets são as opções que apresentaram o maior declínio na sua utilização, durante o período observável.

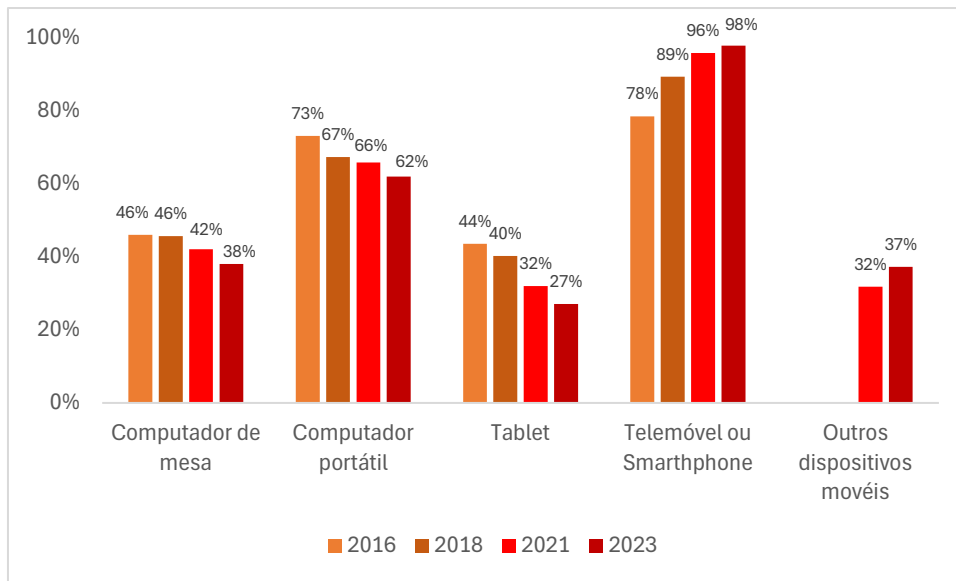


Gráfico 5: Percentagem de indivíduos que usam determinado tipo de equipamento para aceder à internet, em Portugal

Fonte: Eurostat, 2024c, elaboração pelo autor

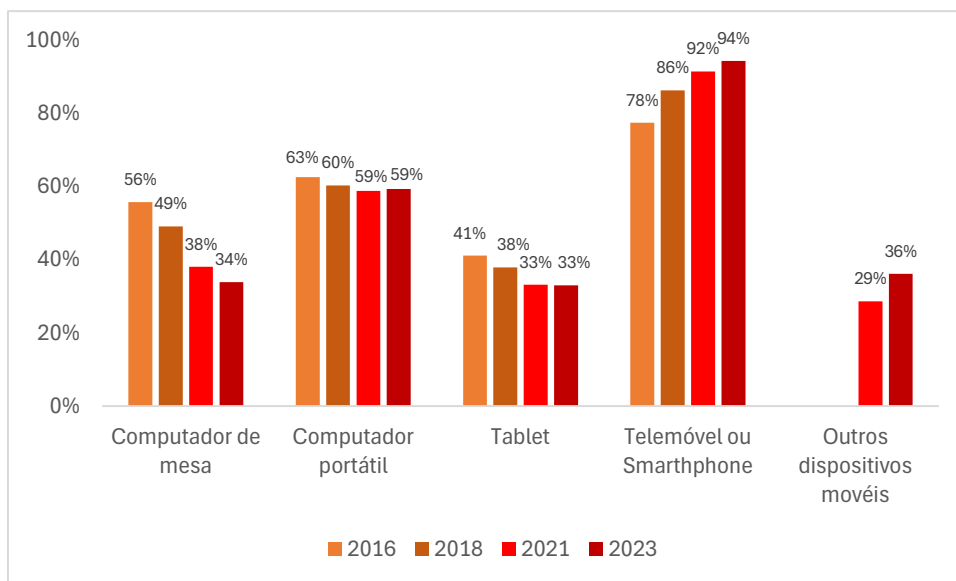


Gráfico 6: Percentagem de indivíduos que usam determinado tipo de equipamento para aceder à internet, na UE

Fonte: Eurostat, 2024c, elaboração pelo autor

4.2.4. Utilizadores de Internet banking

Focando agora a discussão nos utilizadores que usufruem das plataformas digitais bancárias, como o Internet Banking, é possível observar que os consumidores estão cada vez mais a adotar estas tecnologias. Considerando os esforços que os bancos têm feito nos últimos anos para otimizar os seus serviços no ambiente digital, nota-se que os utilizadores portugueses são cada vez mais adeptos deste tipo de plataformas. Em 2023, a percentagem de utilizadores de Internet Banking em Portugal foi de 69%, um valor que se encontra apenas 1 ponto percentual abaixo da média europeia. Importa salientar que, no ano anterior, Portugal superava pela primeira vez a média dos países europeus em 2 pontos percentuais. É fundamental sublinhar que a diferença entre Portugal e a média da UE tem evoluído de forma positiva ao longo da última década. Em 2013, a diferença era de quase 20 pontos percentuais, o que demonstra a crescente adoção destes serviços pela população portuguesa (Eurostat, 2024d).

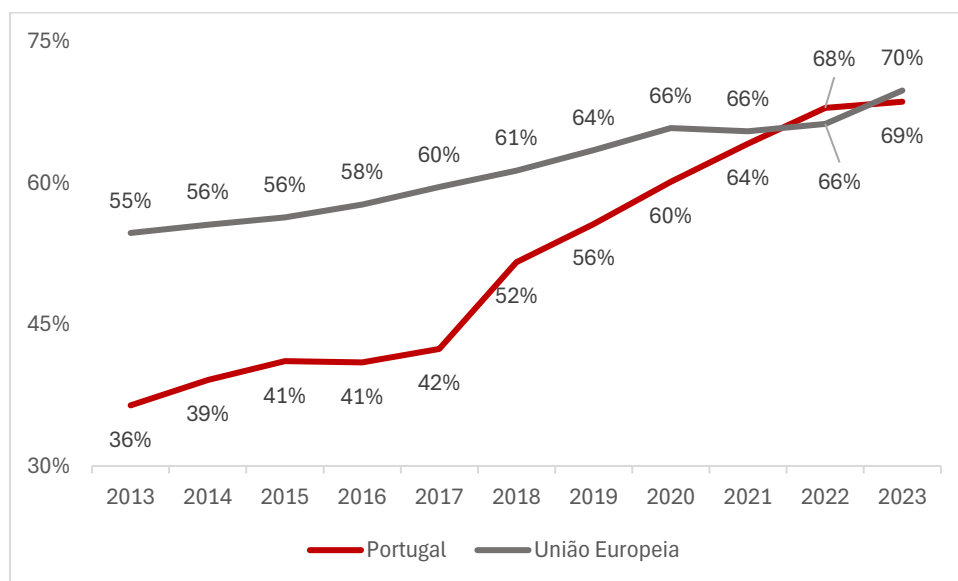


Gráfico 7: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, em Portugal e União Europeia

Fonte: Eurostat, 2024d, elaboração pelo autor

Quando se compara Portugal com os restantes países da União Europeia, torna-se evidente a diferença na utilização de plataformas digitais pela população portuguesa em relação a outras regiões. Os países nórdicos lideram no uso de Internet Banking. Em 2023, a Dinamarca é o país da UE com a maior taxa de utilização, com cerca de 97,4% da população a utilizar Internet Banking nos últimos três meses,

seguida pela Noruega e Finlândia, com 97,2% e 96,7%, respetivamente. Assim, Portugal encontra-se quase trinta pontos percentuais abaixo dos países nórdicos, o que demonstra que ainda há um longo caminho para a população portuguesa se familiarizar plenamente com a utilização destes serviços digitais (Eurostat, 2024d).

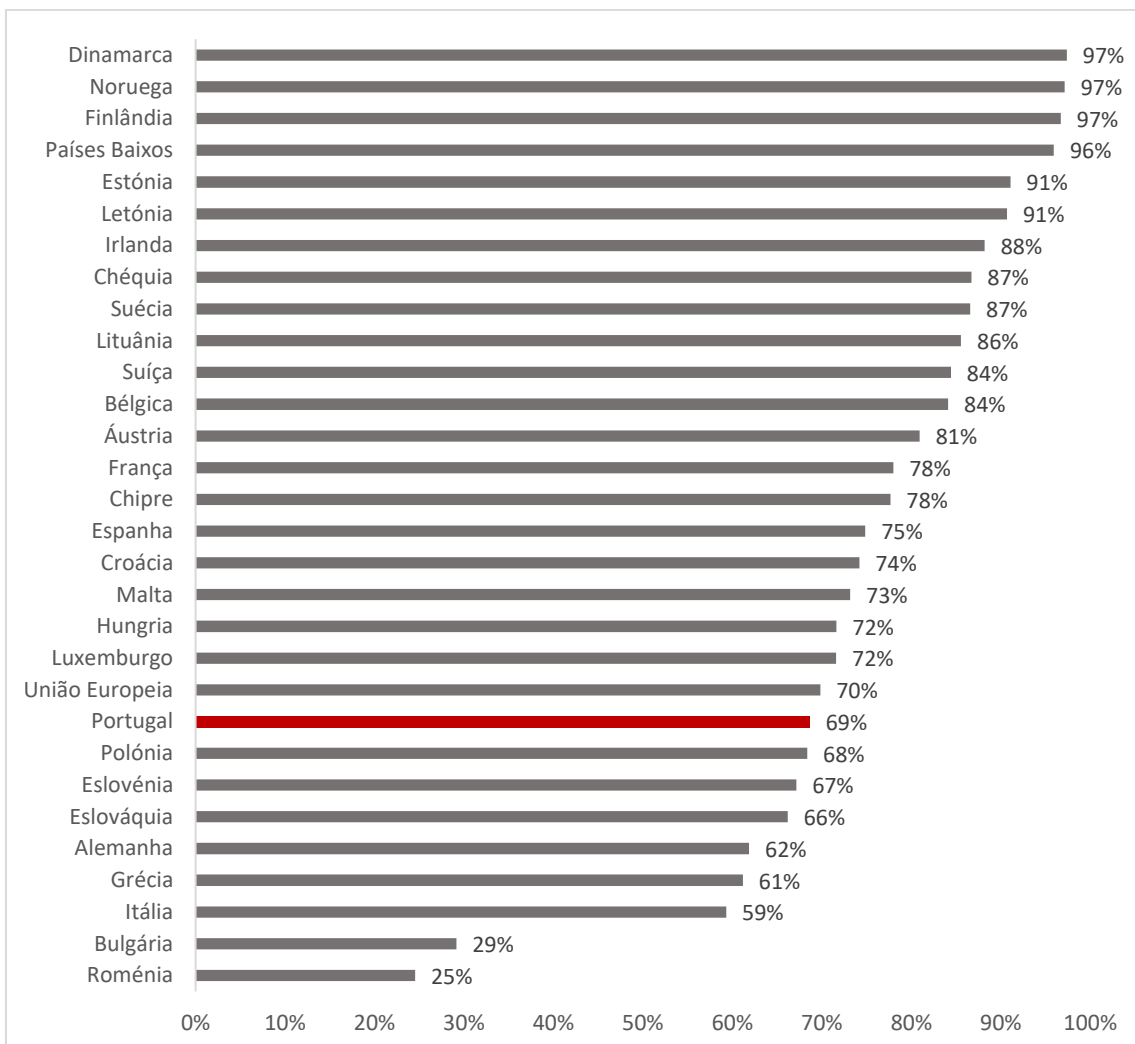


Gráfico 8: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, nos países da zona Euro

Fonte: Eurostat, 2024d, elaboração pelo autor

Relativamente à utilização de Internet Banking por diferentes grupos etários (Eurostat, 2024d), fica evidente que indivíduos mais jovens possuem uma maior propensão para utilizar este tipo de plataformas do que pessoas com idade mais avançada. Verifica-se que indivíduos com idades entre os 25 e 34 anos são os que mais utilizam Internet Banking, com cerca de 87% em Portugal e 79% na UE. Os seguintes grupos etários que mais utilizam são, respetivamente, indivíduos com idades entre 35 e 44 anos, 45 e

54 anos, e 16 e 24 anos, todos com uma maior utilização face à média europeia. No entanto, o cenário inverte-se quando se observa a população com idades entre 55 e 74 anos, onde a média europeia é superior, evidenciando que a população portuguesa mais idosa é menos propensa a adotar estas plataformas.

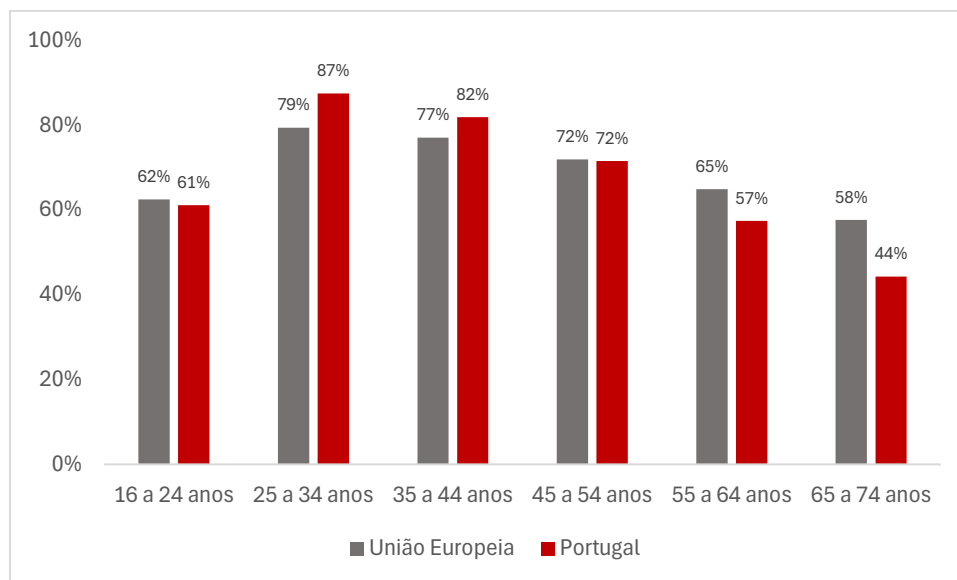


Gráfico 9: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, por grupo etário em Portugal e na UE

Fonte: Eurostat, 2024d, elaboração pelo autor

Referente à análise do número de utilizadores de internet banking por regiões portuguesas, a área metropolitana de Lisboa era, no ano de 2023, a região com o maior número de utilizadores deste tipo

de plataformas. Este facto deve-se ao maior desenvolvimento tecnológico da zona. Em seguida, observa-se a região autónoma da Madeira e a região do Norte, com 70% e 68% de utilizadores, respetivamente.

Os restantes lugares pertencem ao Centro, à região autónoma dos Açores, ao Algarve e ao Alentejo. Desde 2018, todas as regiões NUTS 2 do país apresentaram um crescimento significativo no número de utilizadores de internet banking (Eurostat, 2024f).

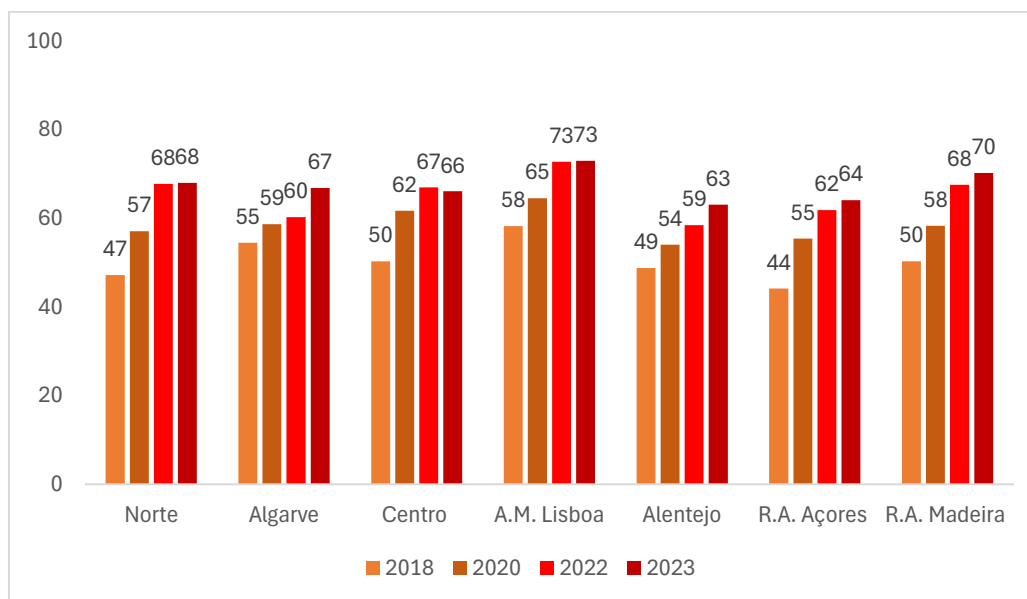


Gráfico 10: Percentagem de utilizadores de internet que utilizaram Internet Banking nos últimos 3 meses, por regiões NUTS II portuguesas

Fonte: Eurostat, 2024f, elaboração pelo autor

4.2.5. Utilizadores de MB Way

Um dos serviços móveis que mais tem crescido no mercado português é, sem dúvida, o MB WAY. O MB WAY é uma solução de pagamentos móveis que permite aos utilizadores efetuarem diversas operações financeiras através de um smartphone, como transferências de dinheiro entre contas bancárias, pagamento de compras em lojas físicas e online, pagamento de serviços, entre outras funcionalidades. Desenvolvido pela SIBS (Sociedade Interbancária de Serviços), o MB WAY é uma aplicação associada à maioria dos bancos em Portugal.

Conforme observado no gráfico 11, o MB WAY registou um crescimento massivo de utilizadores únicos desde 2017, passando de 515 mil utilizadores únicos para 5 milhões em julho de 2023, o que se traduz num crescimento de 871% em relação ao primeiro período registado. Estes dados evidenciam a forte adesão dos portugueses à utilização de aplicações móveis, pois quase 50% da população portuguesa utiliza este tipo de serviço.

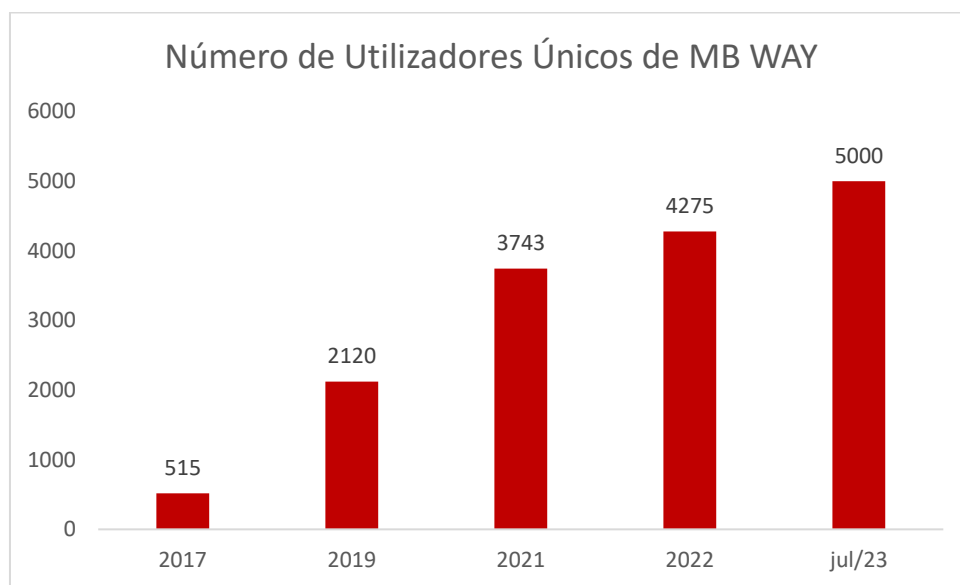


Gráfico 11: Número de utilizadores únicos de MBWAY, em milhares

Fonte: SIBS

4.2.6. Potenciais impactos nas agências bancárias físicas

Os balcões bancários, ou agências bancárias, são locais físicos onde os clientes podem realizar uma variedade de transações financeiras e obter serviços relacionados com contas bancárias, empréstimos, investimentos e muito mais. Estes espaços desempenham um papel fundamental no sistema financeiro, especialmente em proporcionar acesso inclusivo a serviços bancários para todas as camadas da sociedade.

Relativamente ao número de balcões bancários em Portugal (gráfico 12), observa-se que, na última década, o número dos mesmos tem diminuído de forma constante. No período mais recente (2023), existem em funcionamento 3350 balcões no nosso país, o que representa uma diminuição de 47% em

relação ao maior pico registado em 2011. Durante os últimos 12 anos, verificou-se o encerramento de 2956 balcões bancários. Pelo que parece, esta tendência de diminuição permanecerá nos próximos anos (APB, 2023).

Apesar do crescimento das plataformas digitais, importa salientar que os balcões físicos continuam a ser essenciais para a população que não possui familiaridade com a tecnologia ou acesso à internet, garantindo que esses indivíduos possam realizar transações financeiras, obter consultoria personalizada e resolver problemas que exigem interação humana direta. Segundo um estudo do Banco de Portugal (2023), os balcões bancários são particularmente importantes em regiões rurais e para os clientes mais idosos, que frequentemente preferem o atendimento presencial. Além disso, esses espaços contribuem para a construção de relacionamentos de confiança entre os bancos e os seus clientes, um aspeto fundamental para a fidelização e satisfação do cliente.

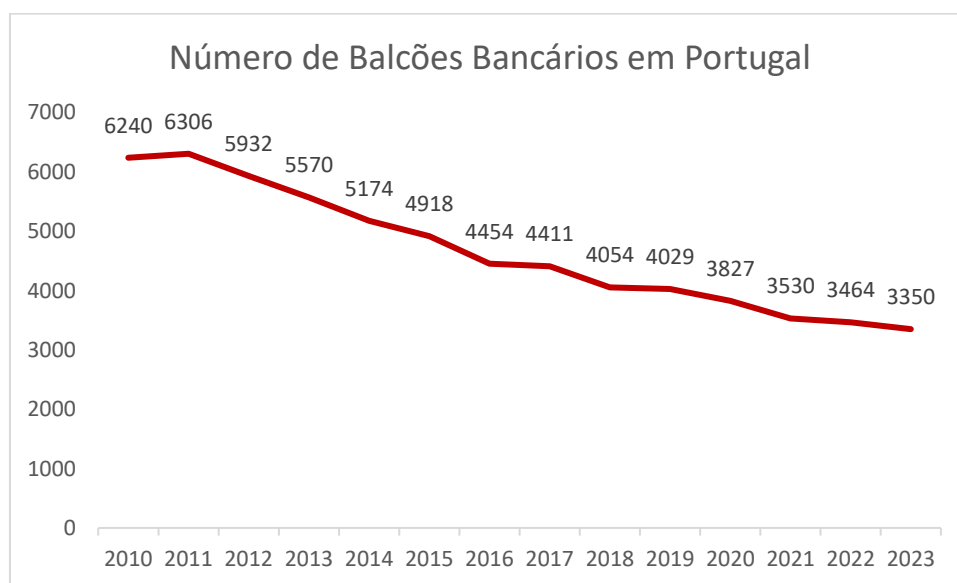


Gráfico 12: Número de balcões bancários em Portugal

Fonte: Associação Portuguesa de Bancos

5. Breve descrição do sector bancário português

O setor bancário português desempenha um papel crucial e vital na economia nacional, fornecendo uma vasta gama de serviços financeiros a empresas e indivíduos. Atualmente, tal como ocorre em muitos outros sistemas financeiros globais, o setor bancário em Portugal foca-se na captação de recursos financeiros, como poupanças dos indivíduos, e canaliza esses recursos para investimentos nos mercados financeiros. Esta estrutura e operações são regulamentadas pelo Banco de Portugal, a autoridade de supervisão e regulamentação do setor bancário em Portugal. Além disso, o setor bancário português faz parte do Sistema Europeu de Bancos Centrais (SEBC) e do Eurosistema, o que significa que o Banco de Portugal está sujeito às políticas e regulamentações do Banco Central Europeu. Isto proporciona uma estrutura de regulamentação e supervisão mais abrangente e alinhada com as diretrizes europeias.

5.1. Evolução do setor bancário nas últimas décadas

Os últimos 50 anos de evolução do setor bancário português testemunharam uma transformação significativa, impulsionada por constantes inovações tecnológicas, oscilações económicas e mudanças nas preferências dos clientes e do mercado global. Após a queda do Estado Novo com a Revolução do 25 de Abril, o setor bancário passou por grandes mudanças, incluindo nacionalizações massivas e reformas estruturais. Com a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE) em 1986, o setor bancário experimentou uma série de reformas bancárias, incluindo privatizações e liberalizações, que transformaram o paradigma do setor. Entre 1988 e 1999, grande parte das nacionalizações ocorridas em 1975 foram desfeitas, facilitando a adaptação às regras da economia de mercado e a futura introdução do euro como moeda, em 1999 (Canhoto & Dermine, 2003).

5.2. Impacto das inovações tecnológicas e da crise financeira

Uma das primeiras inovações tecnológicas significativas no setor bancário português foi a introdução das caixas automáticas multibanco em 1984, que facilitaram a realização de operações bancárias. Nos anos 90, houve uma melhoria nas transferências eletrónicas bancárias e a implementação do Sistema de Pagamentos de Grandes Transações (SPGT), melhorando a comunicação entre bancos comerciais e o

banco central. Após a crise financeira global de 2008, o setor bancário português foi profundamente afetado, resultando numa maior desconfiança no sistema bancário, fuga de depósitos e diminuição do crédito. Em resposta, o governo português implementou medidas como garantias de liquidez e recapitalizações dos bancos, além de uma reestruturação e consolidação do setor. A crise levou também a uma revisão das práticas regulatórias e de supervisão tanto a nível nacional como europeu (Teresa, 2013).

Após a crise financeira global de 2008, o setor bancário português foi profundamente afetado, resultando numa maior desconfiança no sistema bancário, fuga de depósitos e diminuição do crédito. Em resposta, o governo português implementou medidas como garantias de liquidez e recapitalizações dos bancos, além de uma reestruturação e consolidação do setor. A crise levou também a uma revisão das práticas regulatórias e de supervisão tanto a nível nacional como europeu. A evolução do setor bancário foi marcada por alterações tecnológicas capazes de reduzir os custos unitários de processamento, a capacidade produtiva através dos meios de distribuição convencionais e a relevância da distância física em relação aos clientes. Estas mudanças foram mais marcantes em Portugal do que na área do euro, existindo ainda a importância de ressaltar que, tendo em conta a dimensão do setor no país, o número de balcões e empregados, Portugal ainda se situa acima da média dos países da zona euro (Banco de Portugal, 2018b).

5.3. Indicadores recentes e perspetivas futuras

Segundo o Banco de Portugal, desde 1990, o setor bancário português tem mostrado um crescimento significativo, mas está em processo de ajustamento desde 2010. Apesar de os ativos em percentagem do PIB estarem abaixo da média da área do euro, Portugal situa-se acima da média em termos de número de balcões e empregados. Nos últimos anos, houve uma diminuição do número de trabalhadores no setor, com uma força de trabalho envelhecida, mas mais qualificada. A margem financeira do setor tem diminuído nas últimas três décadas, embora as receitas de comissões e a redução de custos tenham mitigado este impacto. Em 2022, o setor contava com 43.915 empregados e 3.363 balcões em território nacional, e 143 instituições de crédito, subdivididas em 61 bancos, 79 caixas de crédito e 3 caixas económicas (APB, 2023).

O setor bancário português continua a demonstrar resiliência, enfrentando desafios como tensões geopolíticas, pressões inflacionistas, taxas de juro elevadas e a crescente agitação dos mercados financeiros. Apesar das adversidades, o setor permanece crucial para o financiamento da economia portuguesa, ajustando-se constantemente para atender às necessidades dos seus clientes e assegurar a estabilidade financeira (APB, 2023).

6. Considerações metodológicas

6.1. Objetivos de investigação

Como referido na Introdução, tendo por base o sector bancário português, o objetivo principal deste estudo é compreender:

- os principais motivos que levam à utilização das plataformas bancárias digitais,
- as características dos seus utilizadores,
- a relação entre a utilização de plataformas digitais e agências física, e
- a perceção dos utilizadores face ao nível de segurança ao utilizá-las.

Com base na revisão de literatura e discussão anteriormente apresentadas, a conveniência e a facilidade de utilização são os principais fatores que incentivam os consumidores a adotarem plataformas bancárias digitais. Estudos como os de Carranza et al. (2021) destacam a importância da utilidade percebida e da simplicidade no uso dessas plataformas. Além disso, a pandemia de COVID-19 acelerou a transição para os canais digitais, este aumento foi impulsionado pela necessidade de realizar transações de forma segura e conveniente sem a necessidade de visitar agências físicas. Outro motivo significativo é a melhor oferta de serviços financeiros através de plataformas digitais. Os consumidores são atraídos pela inovação nos modelos de negócios e pela velocidade na realização de operações bancárias.

Os utilizadores de plataformas bancárias digitais tendem a ser tecnologicamente mais informados e a procurar conveniência na realização de transações financeiras. Estudos mostram que há uma divisão entre diferentes tipos de utilizadores, variando de básicos a avançados, cada um com diferentes níveis de confiança e familiaridade com as tecnologias bancárias (Pedro et al., 2013). Utilizadores avançados são mais propensos a confiar na segurança das plataformas e a tirar pleno proveito das funcionalidades oferecidas. A crescente familiaridade e utilização de dispositivos móveis e a confiança na realização de transações através destes dispositivos também são características marcantes dos utilizadores de plataformas bancárias digitais.

Com a crescente adoção de serviços bancários digitais, o uso de balcões físicos tem diminuído. Estudos como o de Wewege et al. (2020) mostram que o número de agências bancárias tradicionais está a diminuir globalmente, uma vez que, os clientes preferem a conveniência dos serviços online. A pandemia de COVID-19 acelerou ainda mais esta tendência, com muitos clientes a recorrerem pela primeira vez a estes serviços bancários digitais e aos pagamentos sem numerário (Omarini, 2022).

A segurança e a privacidade são cruciais para a confiança dos utilizadores no uso de plataformas digitais bancárias. Quanto mais seguros e privados os consumidores se sentirem, maior será a propensão à utilização destas plataformas. A perceção do risco é um fator que afeta significativamente a intenção de uso de plataformas digitais. É necessário que os bancos garantam práticas de segurança robustas e comunicação eficazes de minimizar preocupações com crimes informáticos e invasão de privacidade. A facilidade de utilização das plataformas também afeta positivamente a perceção de segurança, sistemas intuitivos e simples aumentam a confiança dos utilizadores, o que reduz as barreiras à adoção destas plataformas.

6.2. Metodologia utilizada

Nesta secção explicamos a metodologia escolhida bem como a sua implementação.

Para efetuar a investigação pretendida, desenvolveu-se um questionário direcionado a todos os indivíduos, independentemente de utilizarem ou não plataformas digitais bancárias, com o intuito de compreender os motivos que influenciam a sua utilização. Um exemplo de trabalho científico com uma questão de investigação e metodologia similar é o estudo de Martins, et al. (2014), intitulado "Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application". Este estudo utilizou um questionário para investigar os fatores que influenciam a adoção de serviços bancários online em Portugal, focando-se também na perceção dos utilizadores sobre a segurança.

De acordo com De Leeuw, Hox & Dillman (2008), os questionários permitem a recolha de dados diretos e específicos dos indivíduos, fornecendo informações detalhadas sobre as suas motivações, características e perceções. Isto é especialmente útil para obter insights sobre o comportamento dos utilizadores e as suas opiniões acerca da segurança das plataformas. Além disso, em geral, os questionários têm a capacidade de alcançar um público amplo e diversificado, o que aumenta a representatividade dos dados recolhidos. Esta representatividade é essencial para garantir que os resultados do estudo sejam generalizáveis e reflitam as experiências de diferentes tipos de utilizadores (De Leeuw, Hox & Dillman (2008)).

Segundo Fowler (2013), outra vantagem significativa dos questionários é a sua flexibilidade na recolha de dados. Podem ser administrados de várias formas, incluindo online, por telefone ou presencialmente, permitindo assim uma adaptação ao contexto específico do estudo e facilitando a recolha de dados de

um grande número de participantes num período relativamente curto. A metodologia de questionários também possibilita a recolha de dados quantitativos e qualitativos. Os dados quantitativos podem ser analisados estatisticamente para identificar padrões e tendências, enquanto os dados qualitativos fornecem um entendimento mais profundo das motivações e perceções dos utilizadores (Creswell & Creswell, 2017).

Em termos de custo, os questionários são geralmente mais económicos em comparação com outras metodologias, como entrevistas em profundidade ou grupos focais, especialmente quando administrados online. Esta eficiência de custos permite a recolha de dados de uma grande amostra com um orçamento relativamente baixo (Dillman, Smyth & Christian, 2014). Por fim, os questionários podem ser elaborados de forma a garantir a privacidade e o anonimato dos participantes, o que pode aumentar a sinceridade e a precisão das respostas, particularmente em tópicos sensíveis como perceções de segurança (Tourangeau & Yan, 2007).

6.3. O questionário

O questionário foi concebido exclusivamente para fins estatísticos, destacando-se que todas as respostas são anónimas, garantindo a confidencialidade de todos os participantes. É importante mencionar que todas as respostas foram fornecidas por indivíduos com mais de 18 anos. A elaboração do questionário teve como base o relatório da OCDE sobre a literacia financeira digital em Portugal (OECD, 2023).

6.3.1. Estrutura do questionário

Quanto à estrutura do questionário, como se pode observar em detalhe no Anexo, este foi dividido em quatro secções e duas perguntas relacionadas com os objetivos de desenvolvimento sustentável:

Secção 1: Caracterização do perfil dos indivíduos.

Nesta secção, procura-se perceber quem são os utilizadores das plataformas digitais bancárias. As perguntas centram-se em dados demográficos como idade, género e nível de escolaridade. Esta informação é essencial para traçar o perfil dos utilizadores e identificar possíveis padrões de utilização deste tipo de plataformas.

Secção 2: Utilização de plataformas digitais bancárias.

Esta secção, pretende abordar tanto os utilizadores que utilizam estas plataformas como os que não usam. As perguntas centram-se nos motivos de utilização e motivos por que não utilizam, os tipos de operações realizadas, a frequência de utilização, os dispositivos utilizados para aceder às plataformas, entre outras.

Secção 3: Relação entre os utilizadores das plataformas e as agências bancárias físicas.

Nesta secção, pretende-se compreender como a utilização das plataformas digitais influencia a interação dos clientes com as agências bancárias físicas. As perguntas pretendem explorar se os utilizadores ainda visitam as agências, com que frequência o fazem e para que tipos de serviços. Também é essencial entender se a existência das plataformas digitais reduz a necessidade de visitar uma agência física.

Secção 4: Questões relacionadas com a segurança na utilização destas plataformas.

A segurança é um aspeto crucial na utilização de plataformas digitais bancárias. Nesta secção, pretende-se avaliar a perceção dos utilizadores sobre a segurança das operações bancárias online, se já tiveram alguma experiência negativa relacionada com fraudes ou problemas de segurança e quais as medidas de segurança utilizadas por bancos geram confiança na sua utilização.

Este questionário, possui 31 perguntas, entre as quais perguntas dicotómicas (Sim\Não), perguntas de escolha múltipla e perguntas de escala. As perguntas dicotómicas foram usadas de forma a simplificar o questionário e ajudar a filtrar os inquiridos. Perguntas de escolha múltipla, permitem aos inquiridos selecionar uma ou mais respostas referentes a uma lista de opções predefinidas. Contudo, como as opções de resposta são limitadas, pode ocorrer viés nos resultados. Em algumas perguntas foi utilizada a escala de Likert, sendo esta uma escala de 5 ou 7 pontos, incluso uma opção neutra, com opções de resposta que vão desde “Discordo totalmente” a “Concordo totalmente”. O questionário completo encontra-se no final em anexos.

6.3.2. Implementação do questionário

O questionário foi realizado através da plataforma Microsoft Forms, utilizada por diversos investigadores académicos, uma vez que é considerada uma plataforma fiável e segura para a recolha e análise de dados. A recolha de dados foi efetuada online, através da partilha do link por email para toda a

comunidade académica da Universidade do Minho. O questionário foi partilhado por email e redes sociais de forma a obter o máximo de respostas possível, aumentando a representatividade da amostra e a fiabilidade das medições estatísticas (Malhotra & Birks, 2006).

O questionário esteve disponível de 27 de dezembro de 2023 e 29 de fevereiro de 2024. No geral, o convite para participar no estudo foi relativamente bem recebido pelas pessoas, que encorajaram outros membros da sua comunidade a participar. Além disso, a divulgação e disponibilidade do questionário na internet foram cruciais, pois permitiram respostas mais rápidas, monitorização mais fácil e imediata das respostas dos respondentes, bem como maior conveniência e rapidez na análise dos dados, sem qualquer custo monetário. Apesar de algumas limitações, este revelou-se um método apropriado para alcançar os objetivos da investigação.

7. Resultados

Esta secção é dedicada à análise dos dados obtidos através da divulgação do questionário, utilizando métodos estatísticos descritivos.

7.1. Perfil da amostra

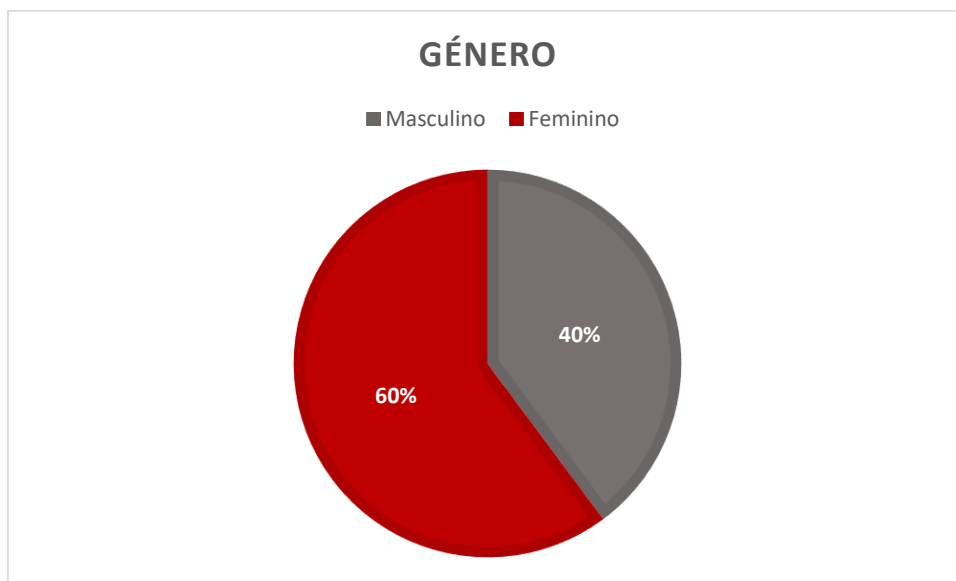


Gráfico 13: Género dos inquiridos

Fonte: Elaboração própria

Com base no questionário elaborado foi obtida uma amostra com um total de 243 respostas, das quais 241 são válidas. A partir da análise descritiva das características demográficas, verificou-se que, quanto ao género, a maioria dos respondentes é do sexo feminino (60%), com 40% pertencendo ao sexo masculino, conforme pode ser observado no Gráfico 13.

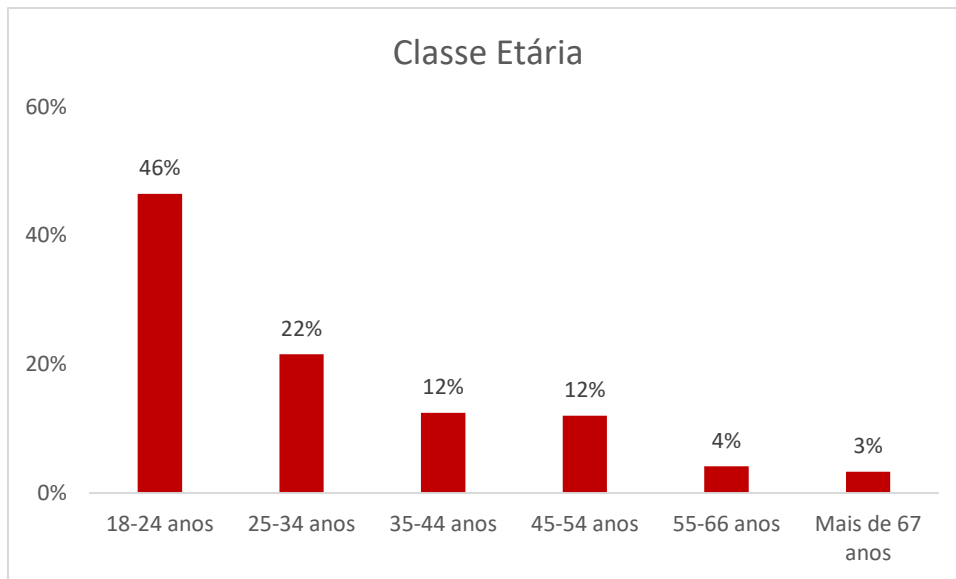


Gráfico 14: Classe Etária dos inquiridos

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à classe etária, observa-se que a faixa etária com mais respostas está entre os 18 e 24 anos, com 46% (112 inquiridos) das respostas obtidas, seguida da faixa entre os 25 e 34 anos, com cerca de 22% (52 inquiridos). A faixa etária entre 35 e 44 anos obteve 12% (30 inquiridos) das respostas, observando-se o mesmo para as idades compreendidas entre 45 e 54 anos, com 12% (29 inquiridos). Cerca de 4% (10 inquiridos) das respostas foram providas por indivíduos com idade entre 55 e 66 anos e os restantes 3% (8 inquiridos) possuem idade superior a 67 anos.

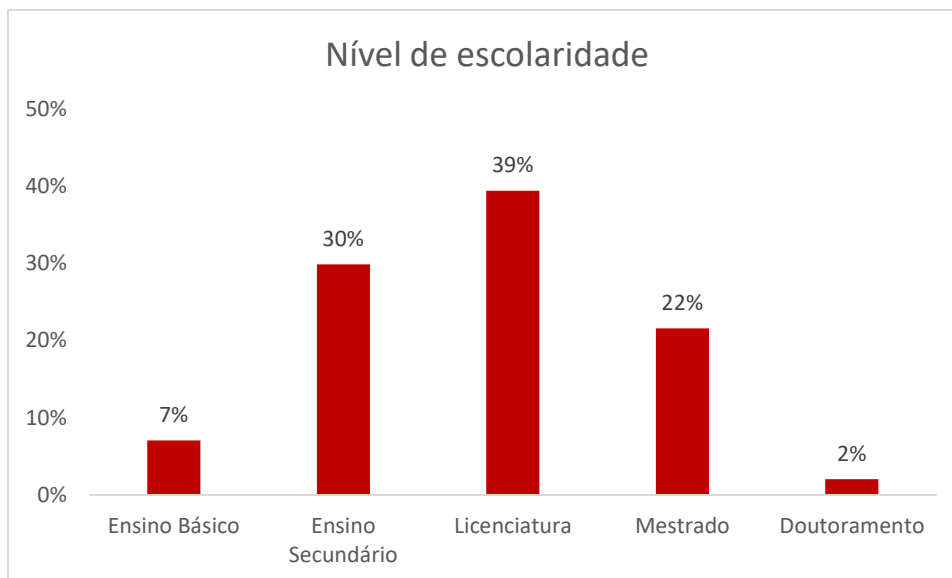


Gráfico 15: Nível de escolaridade dos inquiridos

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito ao nível de escolaridade, a maior parte das respostas foi obtida de indivíduos com pelo menos uma licenciatura, representando cerca de 39% (95 inquiridos). Seguiram-se os indivíduos com ensino secundário, que constituem 30% (72 inquiridos) da amostra. Aproximadamente 22% (52 inquiridos) possuem mestrado, enquanto 7% (17 inquiridos) têm o ensino básico. Os restantes 2% (5 inquiridos) possuem doutoramento.

Limitação da amostra

Antes de prosseguir importa notar que a análise dos dados etários da população portuguesa revela algumas limitações significativas na amostra estudada.

Uma observação chave é a concentração elevada de respostas na faixa etária dos 18 aos 24 anos, que representa 46% (112 inquiridos) do total. Esta sobre representação pode introduzir um viés nos resultados, pois as opiniões e comportamentos dessa faixa etária podem não refletir com precisão os de outras faixas etárias.

Uma das razões para esta sobre representação na faixa etária dos 18 aos 24 anos resulta do facto de que uma parte considerável dos questionários foi respondida por estudantes da Universidade do Minho.

A participação predominante destes estudantes pode influenciar os dados, refletindo mais as percepções e experiências de jovens universitários do que as de outros segmentos da população.

Em contraste, as faixas etárias mais avançadas estão sub-representadas. Por exemplo, apenas 4% (10 inquiridos) pertencem à faixa dos 55 aos 66 anos e somente 3% (8 inquiridos) têm mais de 67 anos. Esta distribuição desigual pode limitar a generalização dos resultados para a população total, especialmente para as decisões ou políticas que impactem todas as faixas etárias de maneira uniforme.

Além disso, a faixa dos 25 aos 34 anos constitui cerca de 22% (52 inquiridos) das respostas, e as faixas dos 35 aos 44 anos e dos 45 aos 54 anos ambas contribuíram com 12% (30 e 29 inquiridos, respetivamente). Embora estas faixas estejam mais equilibradas entre si, ainda estão sub-representadas em comparação com a faixa etária dos 18 aos 24 anos.

Ao comparar a amostra com os dados do Censo de 2021 fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), observa-se que a população portuguesa é distribuída de forma mais equilibrada entre as várias faixas etárias. Por exemplo, as faixas etárias de, 15-24 anos, 25-34 anos, 35-44 anos, 45-54 anos, 55-64 anos, 65-74 anos, 75 ou mais representam, respetivamente, 10,5%, 10,6%, 13,5%, 14,6%, 14%, 12%, 11,4% da população.²

Esta comparação revela que a amostra possui uma representação desproporcionalmente alta de jovens adultos (18-24 anos) e uma sub-representação significativa dos grupos etários mais velhos, especialmente daqueles com 55 anos ou mais. Para obter resultados mais representativos e confiáveis, seria ideal ajustar a amostragem para refletir melhor a distribuição etária da população portuguesa conforme os dados do censo de 2021.

Em suma, a maior limitação da amostra é a falta de representatividade proporcional das diferentes faixas etárias da população portuguesa. Esta discrepância pode afetar a validade dos resultados e suas implicações, tornando necessário um ajuste na amostragem para melhor refletir a verdadeira demografia do país.

Apesar destas limitações, esta dissertação oferece uma primeira tentativa para o estudo da utilização de plataformas digitais no setor bancário português. Os resultados obtidos devem ser interpretados com cautela.

² Informações adicionais disponíveis no site em Pordata no link: <https://www.pordata.pt/portugal/populacao/residente+segundo+os+censos+total+e+por+grupo+etario-2-997>

7.2. Análise dos principais resultados

De seguida apresentamos os principais resultados obtidos com a aplicação do questionário.

7.2.1 Utilização de plataformas digitais bancária

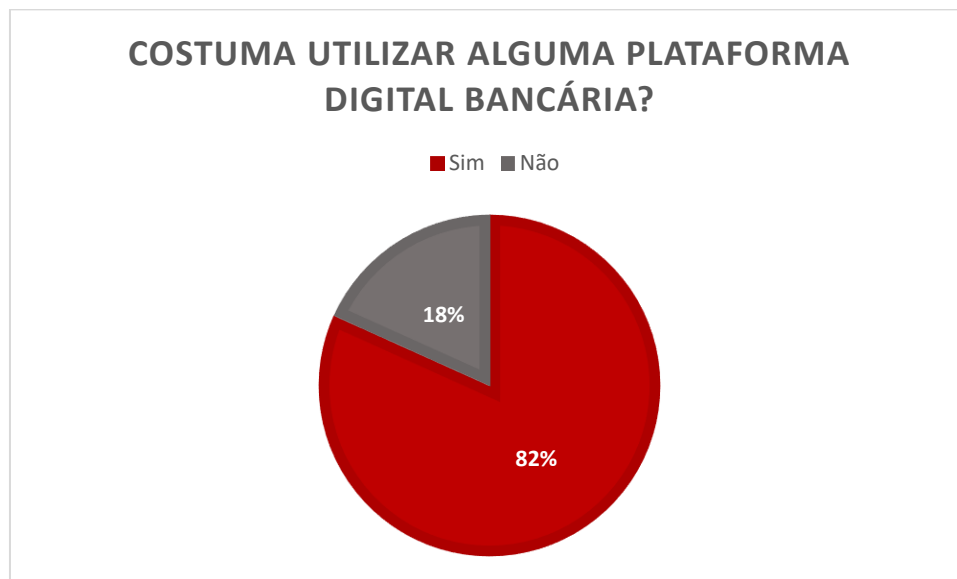


Gráfico 16: Utilização de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à utilização de plataformas digitais (gráfico 16), das 241 respostas obtidas, 197 (82%) dos inquiridos afirmam utilizar alguma plataforma digital bancária, enquanto os restantes 44 (18%) inquiridos não utilizam qualquer plataforma digital bancária.

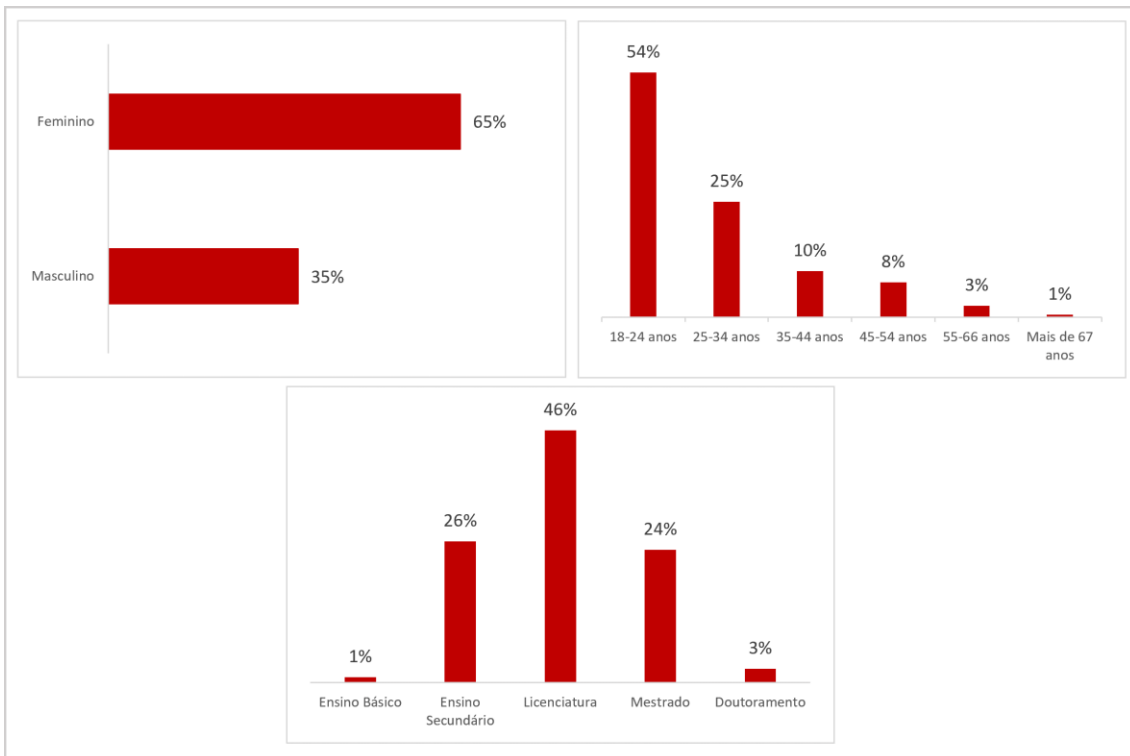


Figura 1: Percentagem de inquiridos que utilizam plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade

Fonte: Elaboração própria

Na Figura 1, encontra-se representada a distribuição por género, idade e nível de educação dos indivíduos que utilizam plataformas digitais bancárias. Deste modo, dos 197 inquiridos que afirmam utilizar algum tipo de plataforma digital bancária, 65% são do género feminino e 35% do género masculino. No que diz respeito à idade, verifica-se que a maioria dos inquiridos se situa entre os 18-24 anos, com 54%, seguido dos 25-34 anos (25%), 35-44 anos (10%), 45-54 anos (8%), 55-67 anos (3%) e, por último, mais de 67 anos com apenas 1%.

Por outro lado, no quesito do nível de escolaridade, grande parte dos indivíduos que utilizam estas plataformas possui uma licenciatura, com cerca de 46% das respostas, seguido do ensino secundário

com 26% e do mestrado com 24%. Os restantes 4% dividem-se entre doutoramento (3%) e ensino básico (1%).

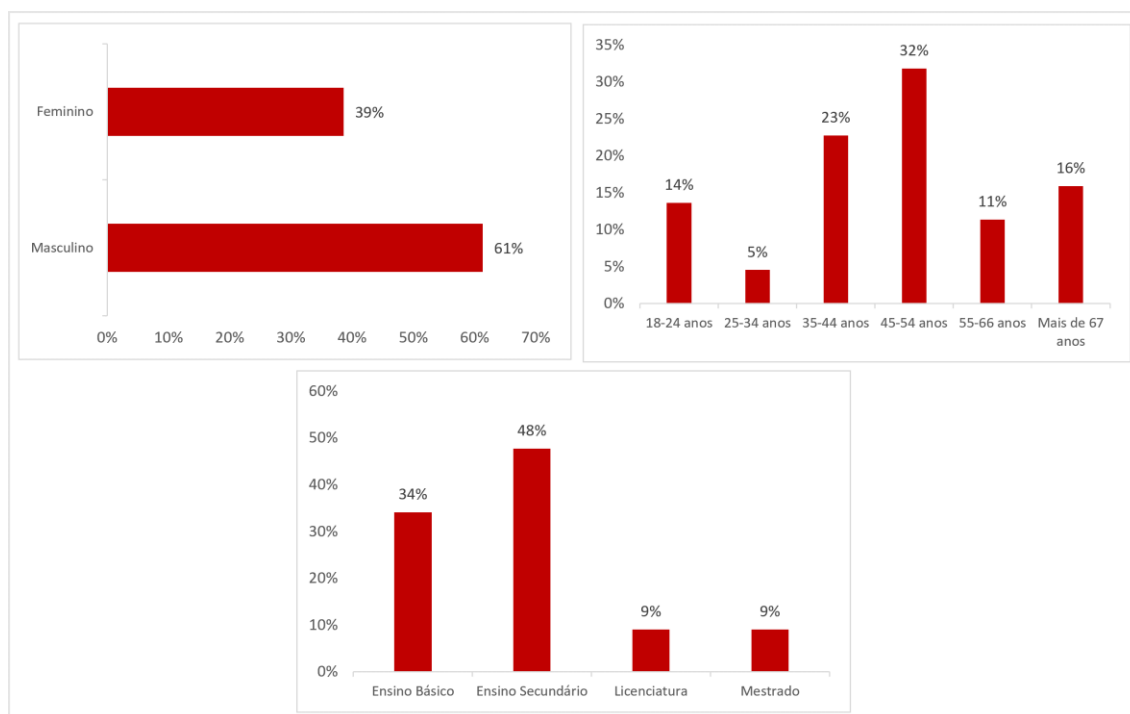


Figura 2: Percentagem de inquiridos que não utilizam plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade

Fonte: Elaboração própria

A Figura 2, por outro lado, evidencia a representação de indivíduos que não utilizam plataformas digitais bancárias por género, idade e nível de escolaridade. Sendo assim, a maioria dos indivíduos que não utiliza estas plataformas pertence ao sexo masculino, com cerca de 61% dos indivíduos, enquanto os restantes 39% são do sexo feminino.

Quando se observa a idade dos indivíduos que não utilizam plataformas digitais, verifica-se que os indivíduos com idade compreendida entre os 45 e 54 anos são mais propensos a não utilizarem, com cerca de 32% das respostas, seguidos por indivíduos com idade entre os 35 e 44 anos (23%) e com mais de 67 anos (16%). Alguns indivíduos mais jovens (18-24 anos) também não utilizam estas plataformas digitais bancárias, representando cerca de 14%, enquanto 11% das pessoas que não utilizam centram-se entre os 55 e 66 anos. Os restantes 5% dizem respeito a indivíduos com idade compreendida entre os 25 e os 34 anos.

Por outro lado, tendo como referência o nível de escolaridade, observa-se que 48% dos inquiridos que não utilizam estas plataformas possuem o ensino secundário, seguidos pelo ensino básico, com cerca de 34%. Tanto os indivíduos que possuem licenciatura como mestrado representam apenas 9% dos indivíduos que não utilizam estas plataformas.

7.2.2. Motivos para a não utilização de plataformas digitais bancárias

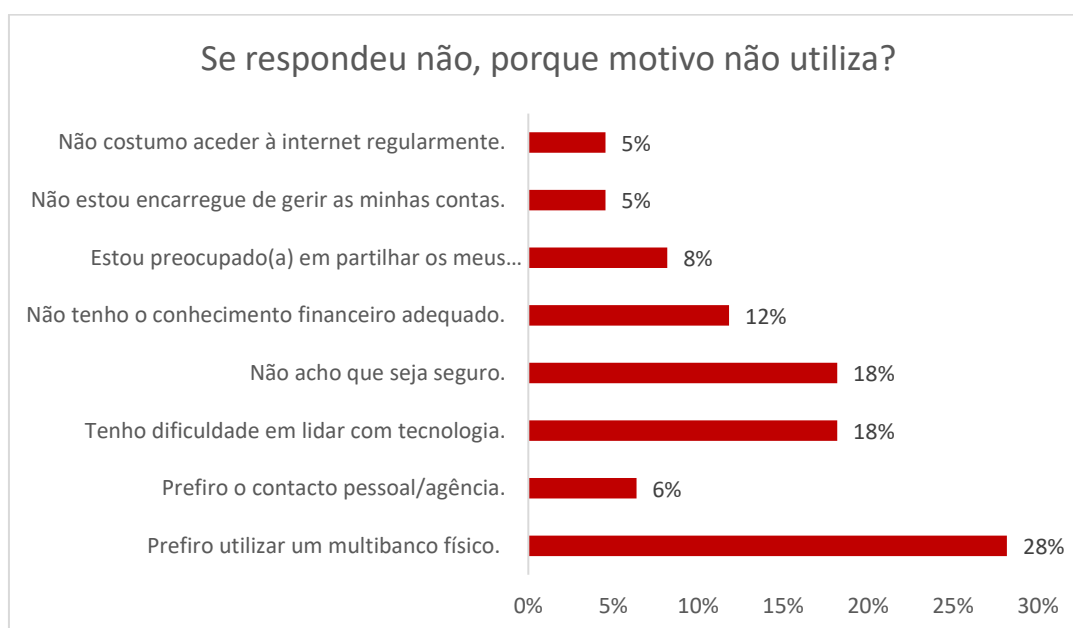


Gráfico 17: Motivos que levam à não utilização de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Referente aos principais motivos que levam os inquiridos a não utilizarem plataformas digitais bancárias, tal como é observável no gráfico 17 (resposta múltipla), o principal motivo deve-se à preferência na utilização de multibancos físicos, com 28%, seguido de dificuldades em lidar com tecnologia e não acho que seja seguro, ambos com 18%. Falta de conhecimento financeiro adequado acarreta 12%, 8% está preocupado com a partilha de dados pessoais e 6% prefere o contacto pessoal/agência. Os restantes 10%, dizem não estarem encarregues da gestão das suas contas bancárias e não costumam aceder à internet regularmente, ambos com 5% cada. Assim, a preferência por locais físicos e a iliteracia digital são fatores que levam à falta de interesse na utilização destas plataformas. Este resultado relaciona-se

com Jünger & Mietzner (2020) que defendem que a literacia e a perceção de confiança são os aspetos fundamentais para a adoção destas plataformas.

7.2.3. Tipo de Dispositivos e métodos de acesso

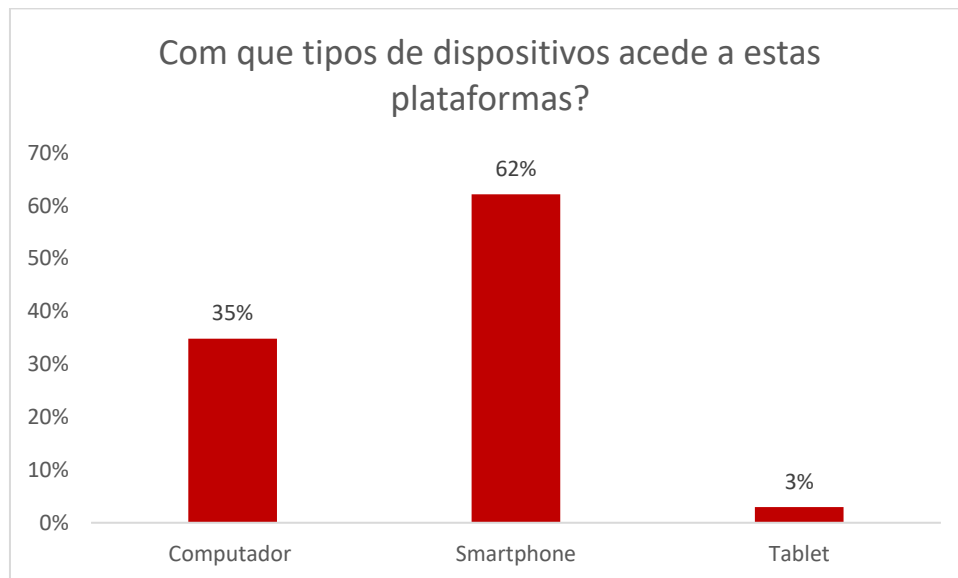


Gráfico 18: Tipo de dispositivos usados para o acesso a plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Relativamente ao tipo de dispositivo usado para aceder às plataformas digitais, tal como é observável no gráfico 18 (resposta múltipla), o dispositivo preferencial trata-se do smartphone, com cerca de 62%, o que denota a preferência significativa dos inquiridos por dispositivos móveis. Segue-se a utilização de computador, com 35% e 3% acede através de tablet. Estes resultados confirmam as conclusões de Shareef et al (2018) e Nur & Panggabean (2021), que concluem que os consumidores apresentam uma preferência significativa pela utilização de dispositivos móveis na realização de operações bancárias.



Gráfico 19: Tipo de acesso a plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

No quesito de como os indivíduos acedem às plataformas digitais bancárias, o gráfico 19 evidencia que 53% dos inquiridos acede apenas através da app do banco, 35% através da web e aplicação disponível, 8% através de qualquer canal disponível e os restantes 5% apenas através do website disponível. Deste modo, grande parte dos inquiridos utiliza aplicações fornecidas pela sua instituição bancária, o que demonstra a preferência por tecnologias móveis, como conclui Shareef et al. (2018), que os utilizadores apresentam preferência na utilização de aplicações de instituições bancárias.



Figura 3: Percentagem do tipo de acesso a plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade

Fonte: Elaboração própria

Relativamente a como os indivíduos acedem a estas plataformas em função do género, idade e nível de escolaridade, tal como podemos observar na figura 3, indivíduos do género feminino (65%) utilizam muito mais apenas aplicações do banco do que o género masculino (30%). Em contrapartida indivíduos do género masculino (49%) preferem mais a utilização tanto da aplicação do banco como através da internet do que o género feminino (27%). Pessoas do género masculino (14%) utilizam estas plataformas através de qualquer canal disponível enquanto apenas 4% do género feminino. Apenas através da internet utilizam 6% do género masculino e 4% feminino.

Em relação à idade, observa-se que a utilização apenas através da aplicação disponível ocorre mais em indivíduos com idade compreendida entre os 45 e 54 anos (67%), seguido de indivíduos com 18 a 24 anos (63%). Indivíduos com idade entre 35 e 44 e 55 a 66 anos apresentam ambos 40% de utilização de apps bancárias e pessoas com idade entre os 25 e 34 anos 32%. A utilização de plataformas digitais bancárias através tanto de aplicações como web, verifica-se mais nos indivíduos com idade entre os 24 e 34 anos (48%), seguido de indivíduos com 55 a 66 anos (40%), 45-54 (33%), 35-44 e 18 e 24, ambos com 30%. A utilização através de qualquer canal disponível verifica-se mais entre indivíduos com idades compreendidas entre os 35 e 44 anos (20%) e 25 a 34 anos (16%). O acesso a estas plataformas apenas através da internet observa-se mais entre os indivíduos com idade entre os 55 e 66 anos (20%) e 35 a

44 anos (10%). De ressaltar ainda que os indivíduos com idade superior a 67 anos não foram considerados pois não são estatisticamente válidos.

Por último, tendo em conta o nível de escolaridade, verifica-se que a utilização apenas através da aplicação das instituições financeiras é a escolha principal dos inquiridos, sendo esta a mais utilizada entre os indivíduos com ensino secundário (63%), seguido de indivíduos com licenciatura (51%), ensino básico (50%), mestrado (48%) e doutoramento (40%). A utilização através da web e aplicação é a segunda escolha preferencial, onde se verifica uma maior utilização entre indivíduos com doutoramento (60%), seguido de mestrado (42%), licenciatura (37%) e ensino secundário (24%). A utilização de plataformas digitais bancárias apenas através da internet verifica-se mais entre pessoas com o ensino básico (50%) e entre alguns indivíduos com ensino secundário, licenciatura e mestrado, todos com 4%. A utilização através de qualquer canal disponível é mais frequente entre indivíduos com ensino secundário (10%), seguido de licenciatura (8%) e mestrado (6%).

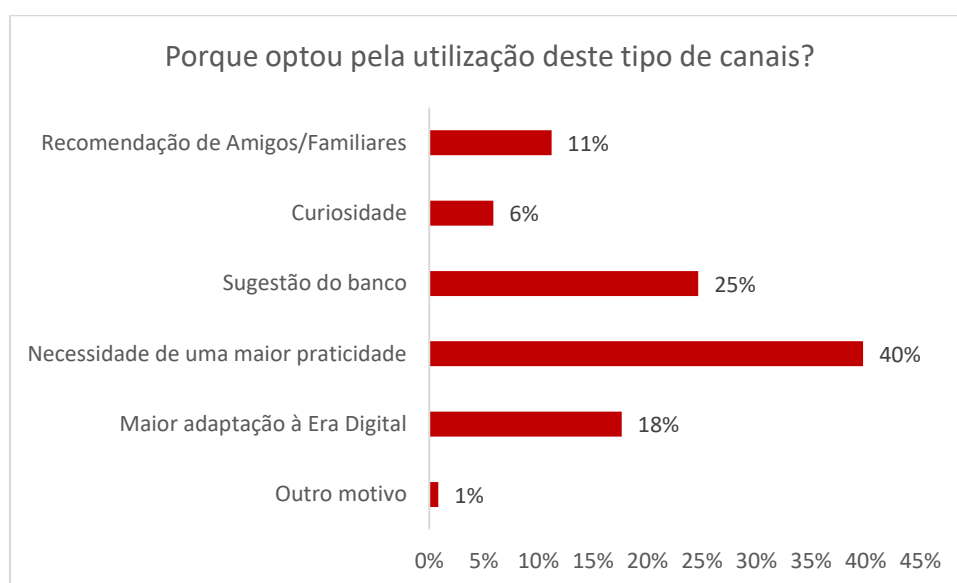


Gráfico 20: Motivo que levam à utilização de canais digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Referente ao motivo que levou à utilização deste tipo de canais, observa-se no gráfico 20 (resposta múltipla), que o principal motivo decorre da necessidade de uma maior praticidade, com cerca de 40% das respostas, 25% adotou estas plataformas digitais devido à recomendação das próprias instituições financeiras e 18% procura uma maior adaptação à era digital. As recomendações de amigos e familiares

é o quarto maior motivo pela adoção destes canais com 11% das respostas e a curiosidade na utilização destas plataformas representa 6% das respostas, verificando-se ainda que 1% refere um outro motivo para a adoção. Sendo assim, a praticidade centra-se como um dos principais motivos da utilização deste tipo de canais, tal como conclui Jünger & Mietzner (2020) e Carranza et al. (2021), quando ambos afirmam que a conveniência na utilização é um dos aspetos mais importantes para os clientes.

7.2.4. Operações realizadas e métodos de pagamento

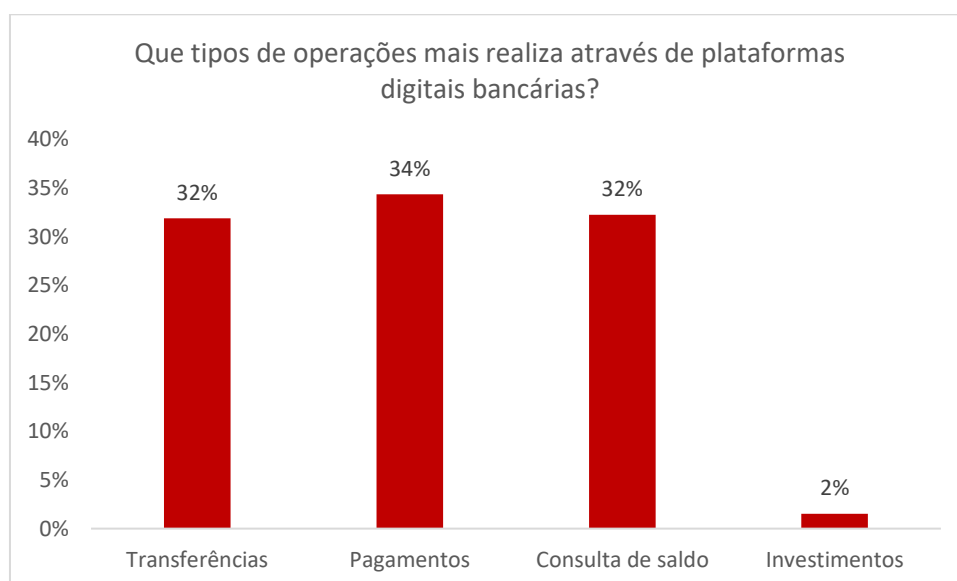


Gráfico 21: Operações realizadas através de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Quando questionados sobre os tipos de operações que mais realizam através das plataformas digitais bancárias, os inquiridos mostraram uma preferência clara por transações simples. No gráfico 21 (resposta múltipla), observa-se que os pagamentos lideram com 34%, seguidos das transferências e da consulta de saldo, ambas com 32%. Apenas 2% dos inquiridos mencionaram a realização de investimentos, indicando uma baixa utilização para operações financeiras mais complexas. Estes dados sugerem que a maioria dos utilizadores prefere operações que possam ser realizadas com facilidade e rapidez, conforme concluíram Zhu & Wang (2022).

A predominância de operações simples, como pagamentos e transferências, pode ser atribuída à busca por conveniência e eficiência. Em contraste, a baixa percentagem de investimentos pode refletir insegurança ou falta de familiaridade com estas operações. Este padrão de utilização sublinha uma oportunidade para os bancos investirem na educação financeira dos seus clientes e melhorarem a usabilidade das suas plataformas para facilitar investimentos.

Melhorar a interface para operações mais complexas e oferecer suporte educativo pode incentivar um uso mais diversificado das plataformas digitais bancárias. Deste modo os bancos poderão não só aumentar a confiança dos seus clientes em realizar investimentos, mas também potencialmente expandir a gama de serviços utilizados através das suas plataformas digitais.

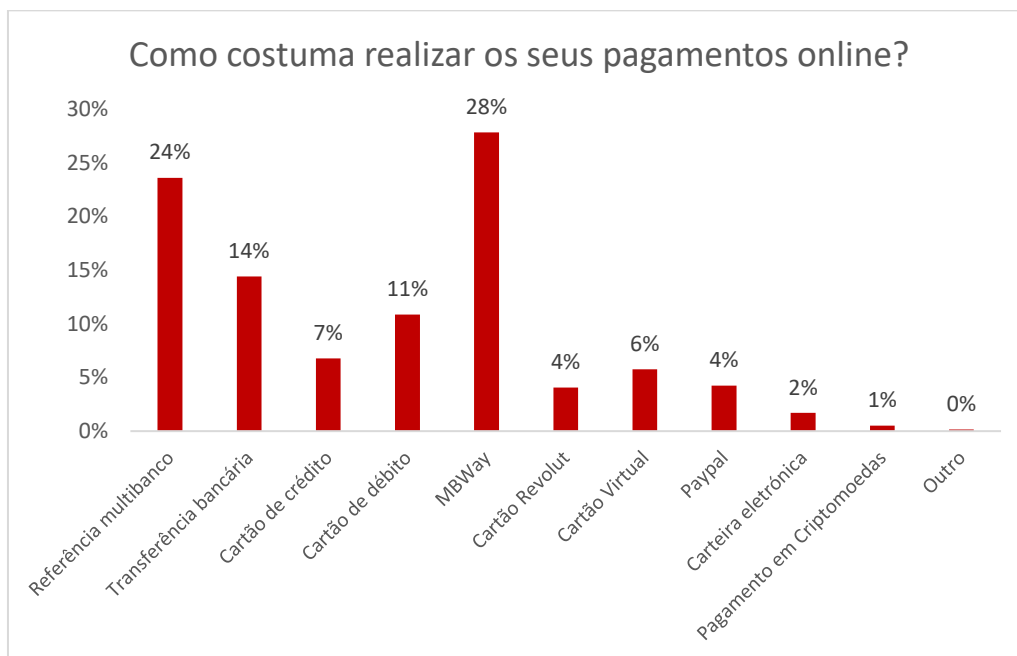


Gráfico 22: Métodos usados para realização de pagamentos online

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito aos métodos usados para a realização de pagamentos, os resultados do questionário revelam que o método mais popular para pagamentos online é o MbWay, com 28% das respostas, seguido da referência de multibanco, com cerca de 24% (gráfico 22, resposta múltipla). As transferências bancárias ocupam o terceiro lugar com 14% das respostas, enquanto o uso de cartões de débito e crédito representa 11% e 7%, respetivamente. Outros métodos incluem cartões virtuais (6%), cartão Revolut (4%),

Paypal (4%), carteiras eletrônicas (2%) e pagamentos em criptomoedas (1%). Outro método de pagamento obteve cerca de 0,17% do total de respostas.

A predominância do MbWay e de outras aplicações móveis reflete uma tendência crescente para a conveniência e rapidez nas transações digitais, alinhada com o aumento do número de utilizadores destas plataformas nos últimos anos. Nur & Panggabean (2021) destacam que este aumento nas transações via aplicações bancárias é um fenómeno global. Entretanto, é notável que a utilização de locais físicos ainda seja uma escolha significativa para muitos inquiridos, indicando que, apesar da digitalização, muitos consumidores ainda valorizam métodos de pagamento tradicionais.

Estas preferências de pagamento sugerem uma oportunidade para os bancos e outras instituições financeiras investirem em tecnologias de pagamento móvel e em educação financeira para facilitar a transição para métodos digitais. Ao mesmo tempo, é essencial continuar a oferecer suporte para métodos tradicionais, garantindo que todos os clientes possam escolher a opção que melhor atende às suas necessidades.

7.2.5. Frequência da utilização

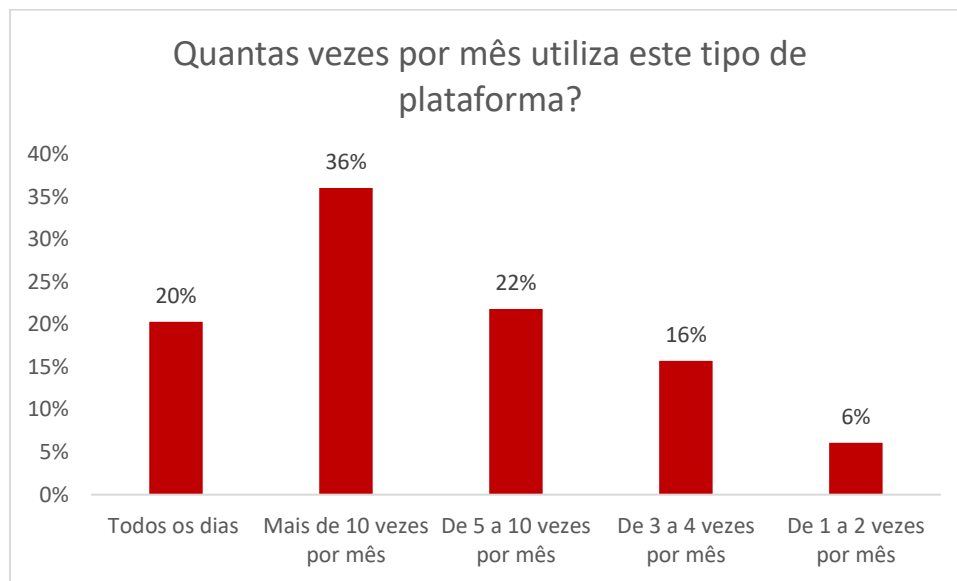


Gráfico 23: Número de utilizações de plataformas digitais bancárias, por mês

Fonte: Elaboração própria

Quando perguntados sobre a frequência mensal de uso destas plataformas (gráfico 23), 36% dos inquiridos indicaram que as utilizam mais de 10 vezes por mês, enquanto 22% relataram um uso entre 5 e 10 vezes por mês. Os inquiridos que utilizam estas plataformas diariamente representam 20% das respostas. Além disso, 16% utilizam as plataformas de 3 a 4 vezes por mês, e 6% recorrem a elas uma ou duas vezes por mês.

Esses dados sugerem que, na amostra em estudo, uma parte significativa dos utilizadores faz uso frequente das plataformas digitais bancárias, com uma grande proporção a usá-las mais de 10 vezes por mês ou diariamente. Este padrão de uso pode refletir a conveniência e a facilidade oferecidas por estas plataformas, que permitem aos utilizadores realizar operações bancárias rapidamente e a qualquer momento.

Ao observar estas tendências, é possível concluir que a digitalização dos serviços bancários está cada vez mais integrada nas rotinas dos consumidores. Este comportamento reforça a necessidade de bancos e instituições financeiras continuarem a inovar e a melhorar a experiência do utilizador, garantindo segurança e facilidade de uso. Além disso, estas instituições devem considerar estratégias para atrair os

utilizadores menos frequentes, talvez através de campanhas de educação financeira ou melhorias nas funcionalidades oferecidas.

7.2.6. Dificuldades na utilização das plataformas

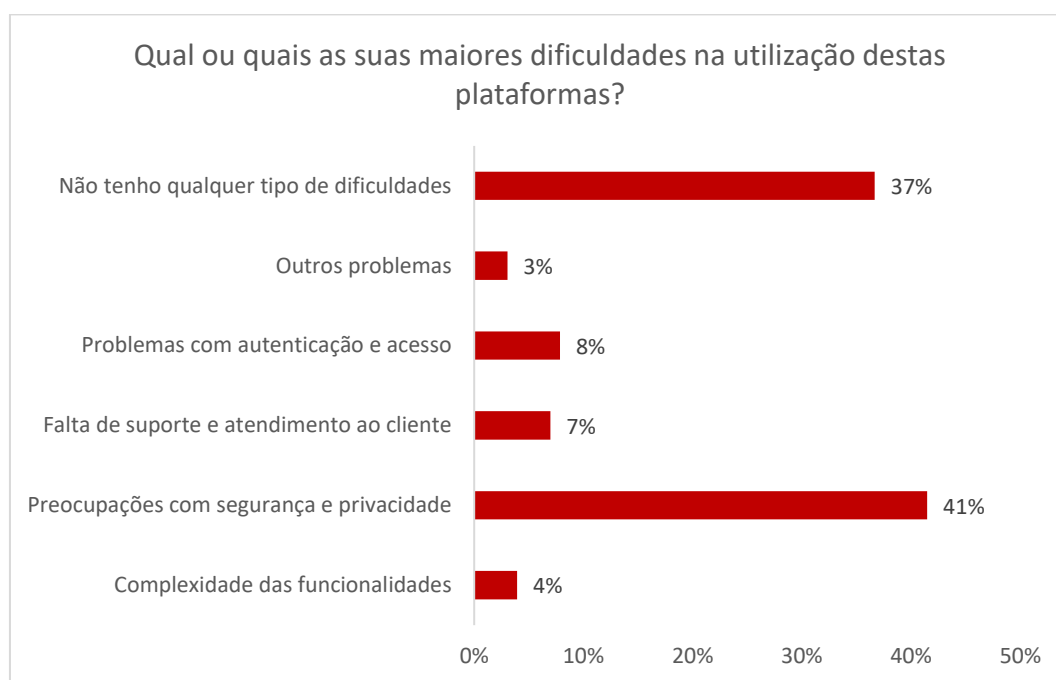


Gráfico 24: Dificuldades na utilização de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Focando agora a discussão nas dificuldades percebidas pelos utilizadores no uso destas plataformas (gráfico 24, múltiplas respostas), constata-se que a preocupação com segurança e privacidade é a mais destacada, mencionada por 41% dos inquiridos. Problemas com autenticação/acesso e a falta de suporte e atendimento ao cliente seguem, com cerca de 8% e 7% das respostas, respetivamente. Além disso, 4% dos utilizadores apontam a complexidade das funcionalidades como uma dificuldade, enquanto 3% referem outros problemas. Notavelmente, 37% dos inquiridos afirmam não enfrentar qualquer problema na utilização destas plataformas.

Estes resultados indicam que, embora uma parte significativa dos utilizadores não encontre dificuldades, a segurança e privacidade continuam a surgir como uma preocupação predominante. Este dado destaca

a necessidade contínua de melhorias na proteção dos dados dos utilizadores e na comunicação dessas medidas de segurança para aumentar a confiança dos clientes.

Além disso, problemas com autenticação e acesso, bem como a falta de suporte ao cliente, indicam áreas específicas onde as instituições financeiras podem concentrar os seus esforços para melhorar a experiência do utilizador.

A complexidade das funcionalidades, embora mencionada por uma minoria, sugere que algumas plataformas podem beneficiar de interfaces mais intuitivas e de uma melhor orientação para os utilizadores.

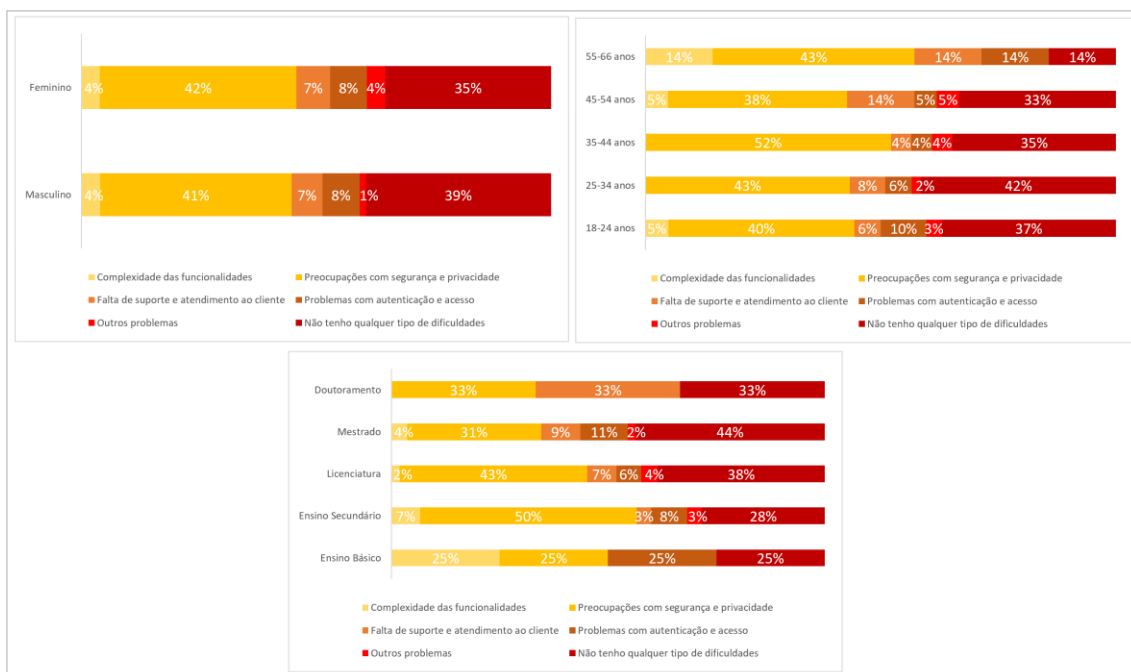


Figura 4: Percentagem de dificuldades na utilização de plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade.

Fonte: Elaboração própria

A Figura 4 apresenta as principais dificuldades na utilização de plataformas digitais bancárias, em função do género, idade e nível de escolaridade. Relativamente ao género dos indivíduos, os resultados são semelhantes: a maior dificuldade é a preocupação com a segurança e privacidade, tanto para o género feminino (42%) como para o género masculino (41%). A segunda maior preocupação é com problemas de autenticação, registando 8% para ambos os géneros, seguida pela falta de suporte e atendimento ao

cliente, com 7% para ambos. Outras dificuldades incluem a complexidade das funcionalidades, com 4% para ambos os géneros, e outros problemas, com 4% para o género feminino e 1% para o masculino. De notar que 35% das mulheres e 39% dos homens afirmam não possuir qualquer tipo de dificuldade.

No que respeita à idade, a preocupação com a segurança e privacidade é a principal dificuldade entre os inquiridos, especialmente entre os indivíduos com 35-44 anos (52%), variando entre os 38% e 43% nas restantes faixas etárias. A segunda maior preocupação é a falta de atendimento e suporte, sendo mais notada por inquiridos entre os 45 e 66 anos (14%) e 25 a 34 anos (8%). Problemas com a autenticação e acesso são mais frequentes entre indivíduos mais velhos (55-66 anos, 14%) e também entre os jovens (18-24 anos, 10%). A população com idade entre 55 e 66 anos também aponta a complexidade das funcionalidades (14%) como um entrave. De notar ainda que os indivíduos mais velhos (55-66 anos) são os que menos afirmam não possuir qualquer dificuldade na utilização destas plataformas, verificando-se variações entre 33% e 42% nas restantes faixas etárias. Indivíduos com mais de 67 anos não foram contabilizados por não serem estatisticamente significativos.

Quanto ao nível de escolaridade, verifica-se que a preocupação com a segurança e privacidade é a maior dificuldade percebida pelos inquiridos, especialmente entre aqueles com ensino secundário (50%) e licenciatura (43%). Seguem-se problemas com autenticação e acesso, mais registados entre inquiridos com ensino básico (25%), e problemas com a falta de suporte e atendimento entre indivíduos com doutoramento (33%). Dificuldades com a complexidade das funcionalidades também foram mais registadas entre indivíduos com ensino básico, cerca de 25%. Nota-se ainda que o número de inquiridos que não possuem qualquer dificuldade na utilização de plataformas digitais aumenta com o nível de escolaridade.

7.2.7. Motivos para a utilização de plataformas digitais bancárias

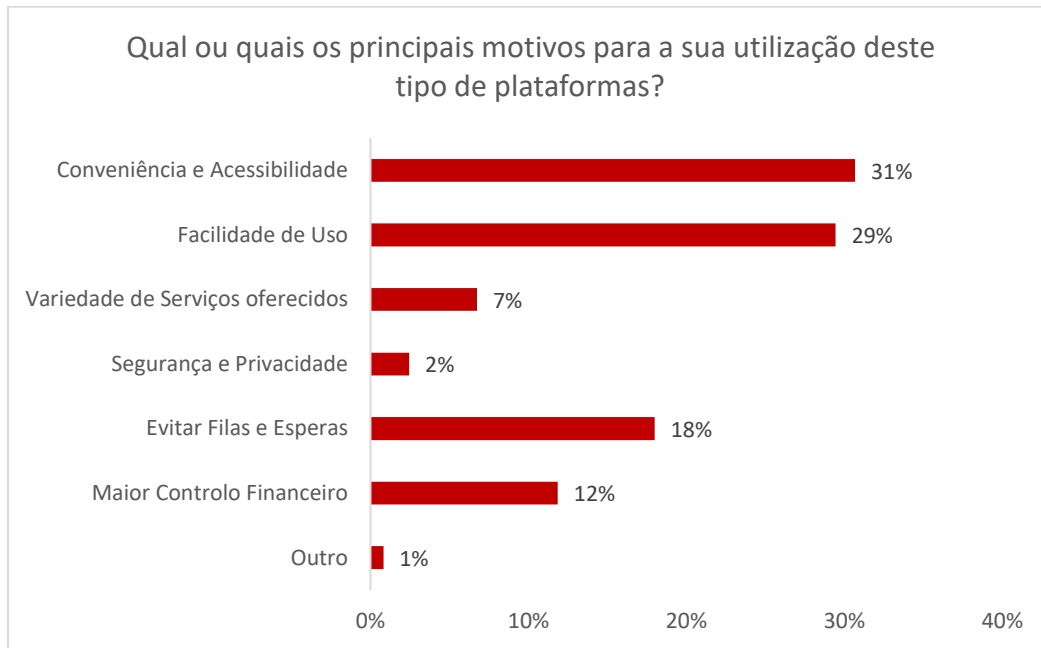


Gráfico 25: Principais motivos da utilização de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Em contrapartida, observa-se no gráfico 25 (resposta múltipla), que a conveniência e a facilidade de uso são os principais motivos para a utilização de plataformas digitais bancárias, com 31 % e 29%, respetivamente. Evitar filas e espera encontra-se em terceiro lugar com 18 % das respostas, seguido de maior controlo financeiro com 12% das respostas. Variedade de serviços oferecidos é um motivo de uso para apenas 7% das respostas e segurança e privacidade obteve apenas 2%. Outro motivo para a utilização destas plataformas obteve 1% das respostas. Assim, a conveniência e a facilidade de utilização, destacam-se como os principais motivos pela utilização deste tipo de plataformas. Martínez-Navalón et al. (2023), Pedro et al. (2013) e Zhu & Wang (2022) são autores que ressaltam a importância da facilidade e conveniência na promoção de adoção das plataformas digitais bancárias.

7.2.8. Complexidade no uso de plataformas digitais bancárias

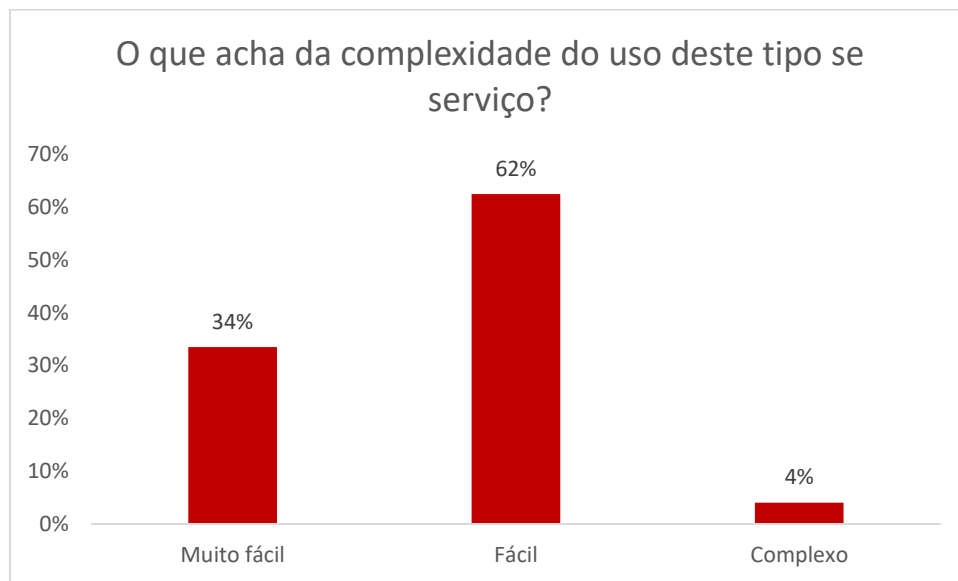


Gráfico 26: Complexidade na utilização de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à complexidade de uso destas plataformas, conforme apresentado no gráfico 26, os resultados obtidos com o questionário revelam que a grande maioria dos indivíduos considera o uso fácil (62%, 123 inquiridos) e 34% (66 inquiridos) considera-o muito fácil. Apenas 4% (8 inquiridos) acham o uso destas plataformas complexo. A facilidade de utilização das plataformas digitais fica evidente quando 96% (189 inquiridos) das respostas indicam esta característica. O facto da maioria dos inquiridos perceber a utilização destas plataformas como fácil traduz-se numa maior aceitação do uso das mesmas. Segundo Martínez-Navalón et al. (2023), o uso de sistemas intuitivos promove uma maior confiança, tanto na plataforma como na empresa.

7.2.9. Inclusão financeira através da utilização de plataformas digitais bancárias



Gráfico 27: Opinião de inquiridos sobre a promoção da inclusão financeira através da digitalização

Fonte: Elaboração própria

Quando questionados sobre se a digitalização promove uma maior inclusão financeira, observa-se no gráfico 27 que 26% (52 inquiridos) dos indivíduos concordam totalmente e 39% (76 inquiridos) concordam parcialmente. Do total de inquiridos, 14% discordam da afirmação, sendo 13% (25 inquiridos) parcialmente e 1% (2 inquiridos) totalmente. Os indivíduos que não possuem opinião representam 21% (41 inquiridos) das respostas.

A maioria dos inquiridos concorda que a digitalização do meio bancário proporciona um maior acesso a serviços e produtos bancários a todos os indivíduos, independentemente do meio ou das condições em que se encontrem. Este consenso sugere que a transformação digital pode ser uma ferramenta poderosa para a inclusão financeira, democratizando o acesso a serviços essenciais e potencialmente melhorando a qualidade de vida de muitos.

Os dados sugerem que a digitalização do setor bancário é amplamente vista como um facilitador da inclusão financeira, promovendo acessibilidade e conveniência. No entanto, a presença de uma minoria que discorda ou não possui opinião destaca a necessidade de continuar a abordar barreiras e hesitações existentes. As instituições financeiras devem considerar investir em campanhas de educação digital e

garantir que suas plataformas sejam intuitivas e seguras para todos os utilizadores, incluindo aqueles menos familiarizados com a tecnologia.

7.2.10. Utilização de agências físicas

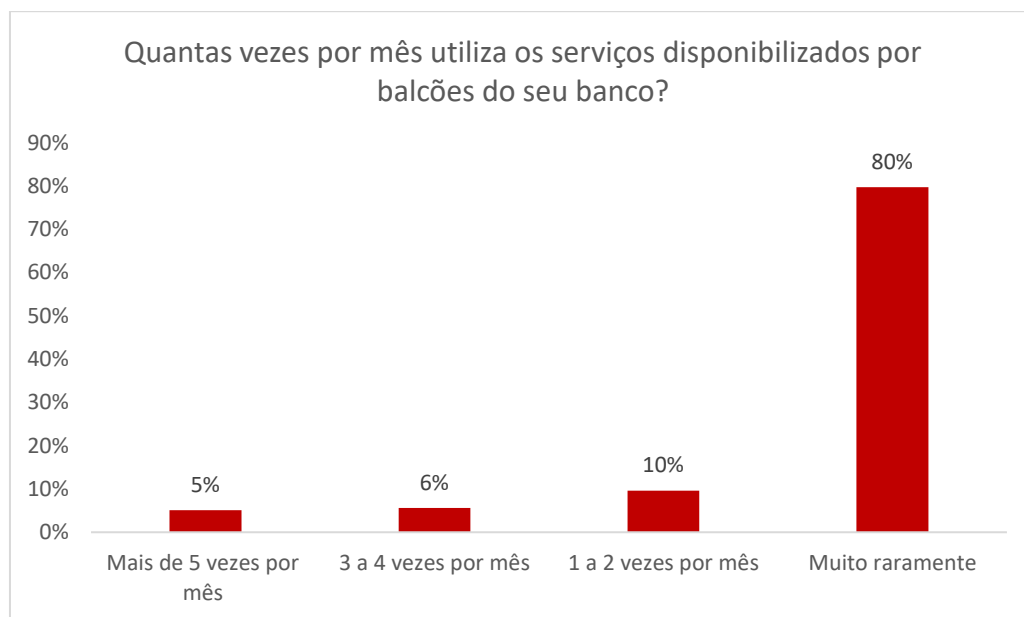


Gráfico 28: Número de utilizações de serviços disponibilizados por balcões bancários, por mês

Fonte: Elaboração própria

No que concerne à frequência de utilização dos serviços disponibilizados por balcões físicos (gráfico 28), 80% (157 inquiridos) dos indivíduos afirmam que muito raramente recorrem a estes serviços. Além disso, 10% (19 inquiridos) utilizam-nos de uma a duas vezes por mês, 6% (11 inquiridos) de 3 a 4 vezes por mês e 5% (10 inquiridos) mais de 5 vezes por mês.

Estes dados apontam para uma tendência clara na utilização esporádica dos serviços de balcão físico, sugerindo uma crescente preferência pelos canais digitais para a realização de operações bancárias. A raridade no uso dos balcões físicos pode ser vista como um indicador da eficácia e conveniência das plataformas digitais, que oferecem uma alternativa mais rápida e acessível para a maioria dos utilizadores.

Esta mudança de comportamento sublinha a importância de as instituições financeiras continuarem a investir em tecnologias digitais, garantindo que os serviços online sejam intuitivos, seguros e capazes de

atender às necessidades dos clientes. No entanto, é igualmente importante manter um suporte adequado para aqueles que ainda dependem dos serviços presenciais, assegurando uma transição suave e inclusiva para todos os utilizadores.

7.2.11. Experiência e padrões de uso de balcões físicos

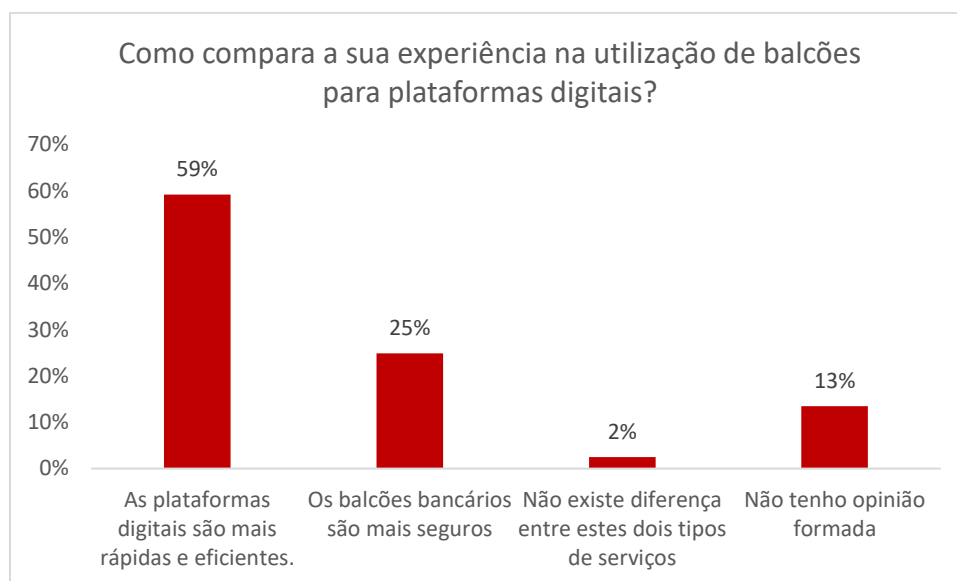


Gráfico 29: Experiência na utilização de balcões físicos em comparação com plataformas digitais

Fonte: Elaboração própria

À pergunta relativa à forma como os indivíduos comparam a sua experiência na utilização de balcões físicos de instituições bancárias com as plataformas digitais (gráfico 29, resposta múltipla), 59% das respostas afirmam que as plataformas digitais são mais rápidas e seguras, enquanto 25% consideram que os balcões bancários são mais seguros. Apenas 2% acha que não existe diferença entre estes dois tipos de serviços e os restantes 13% não têm opinião formada.

Denota-se uma clara preferência pela praticidade e agilidade oferecida pelas plataformas digitais. No entanto, uma parcela significativa dos inquiridos ainda ressalta a segurança oferecida pelos locais físicos. Esta divisão de opiniões destaca a necessidade de as instituições financeiras continuarem a melhorar a segurança e a confiança nas plataformas digitais, enquanto, mantêm um serviço de qualidade nos balcões físicos para atender às necessidades de todos os clientes.

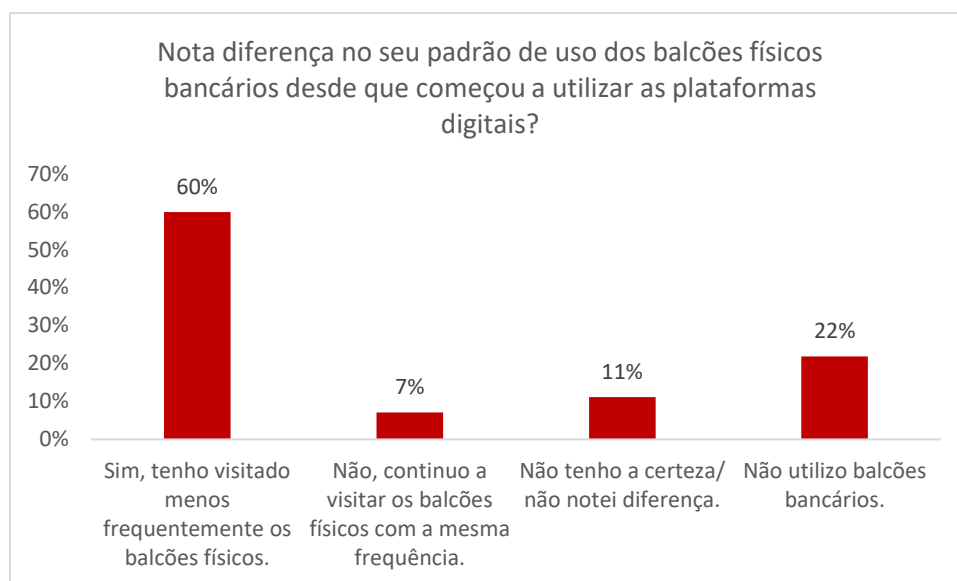


Gráfico 30: Diferença no padrão de uso de balcões físicos

Fonte: Elaboração própria

Relativamente a se os indivíduos notam diferença no uso de balcões físicos, desde que começaram a utilizar plataformas digitais, de acordo com o gráfico 30, 60% (118 inquiridos) afirma que tem utilizado menos frequentemente os serviços oferecidos pelos balcões físicos e 22% (43) dos indivíduos afirma não utilizarem balcões bancários. Catorze indivíduos (7%) continuam a usar os serviços oferecidos por balcões com a mesma frequência e 11% (22) afirma não ter a certeza ou não ter notado qualquer diferença. Deste modo, a introdução do acesso a serviços bancários através do meio digital, alterou a utilização de agências físicas da maioria dos inquiridos, o que demonstra uma substituição do uso de ambientes físicos para o uso de ambientes digitais. Esta alteração também é evidenciada por alguns autores, Omarini (2022), Wewege et al. (2020) e Chen et al. (2017), que afirmam uma alteração no uso de agências físicas face à introdução de ambientes digitais.

7.2.12. Preferências em relação ao uso de plataformas digitais e balcões físicos

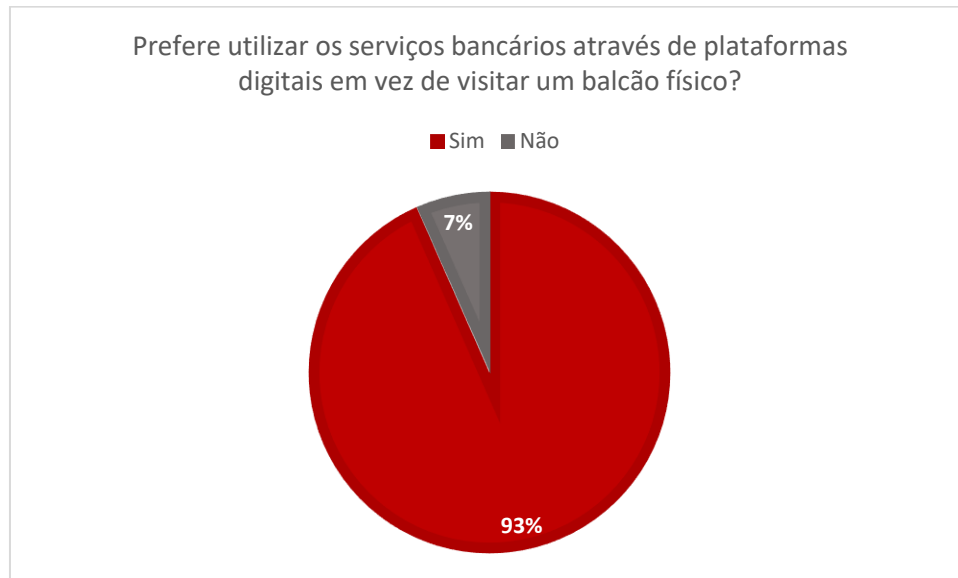


Gráfico 31: Preferência na utilização de plataformas digitais em relação a balcões físicos

Fonte: Elaboração própria

Quando perguntado se os inquiridos preferem a utilização de serviços bancários através de plataformas digitais ao invés da utilização de balcões bancários (gráfico 31), a maioria afirma esta preferência (93% ou 184 dos inquiridos), enquanto apenas 7% (13 inquiridos) afirma preferir o uso de balcões físicos.

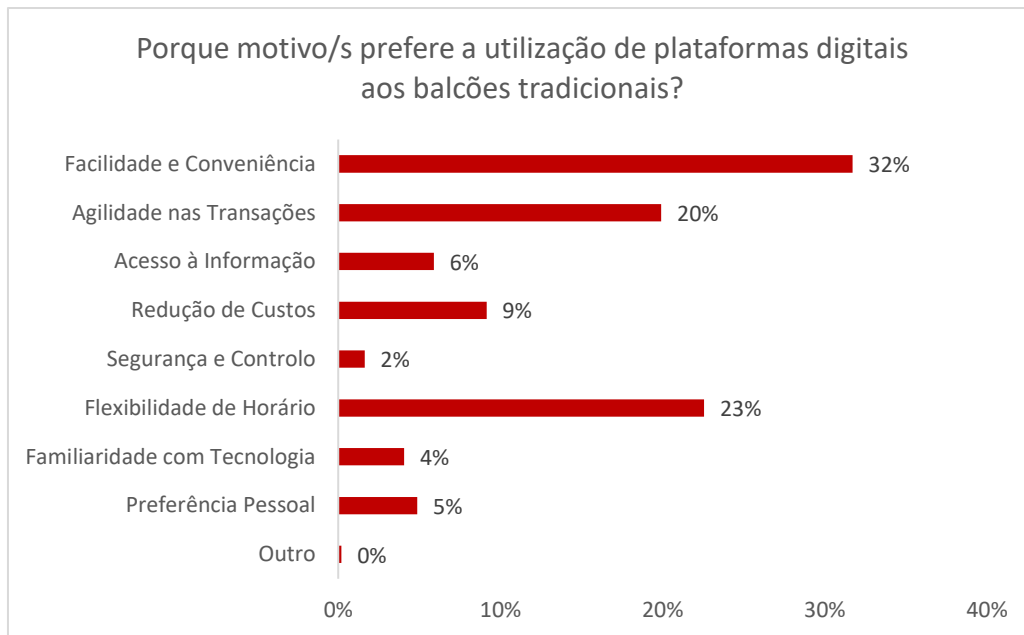


Gráfico 32: Motivos de preferência de utilização de plataformas digitais a balcões físicos

Fonte: Elaboração própria

Referente ao motivo da preferência pela utilização de plataformas digitais em relação aos balcões tradicionais, conforme observado no gráfico 32 (resposta múltipla), o principal motivo é a facilidade e conveniência, com cerca de 32% das respostas. Seguem-se a flexibilidade no horário (23%) e a agilidade nas transações (20%). A redução de custos é o quarto maior motivo, com 9% das respostas. Acesso à informação, preferência pessoal e familiaridade com tecnologia representam 6%, 5% e 4% das respostas, respectivamente. Segurança e controle obtiveram apenas 2% das respostas e outros motivos, 0,2%.

Este resultado sublinha a importância da conveniência e da flexibilidade proporcionadas pelas plataformas digitais, destacando-as como os principais fatores de preferência entre os utilizadores. As instituições financeiras devem continuar a focar-se em aprimorar essas características para manter a satisfação do cliente e incentivar o uso das plataformas digitais.

7.2.13. Motivos da utilização de balcões físicos

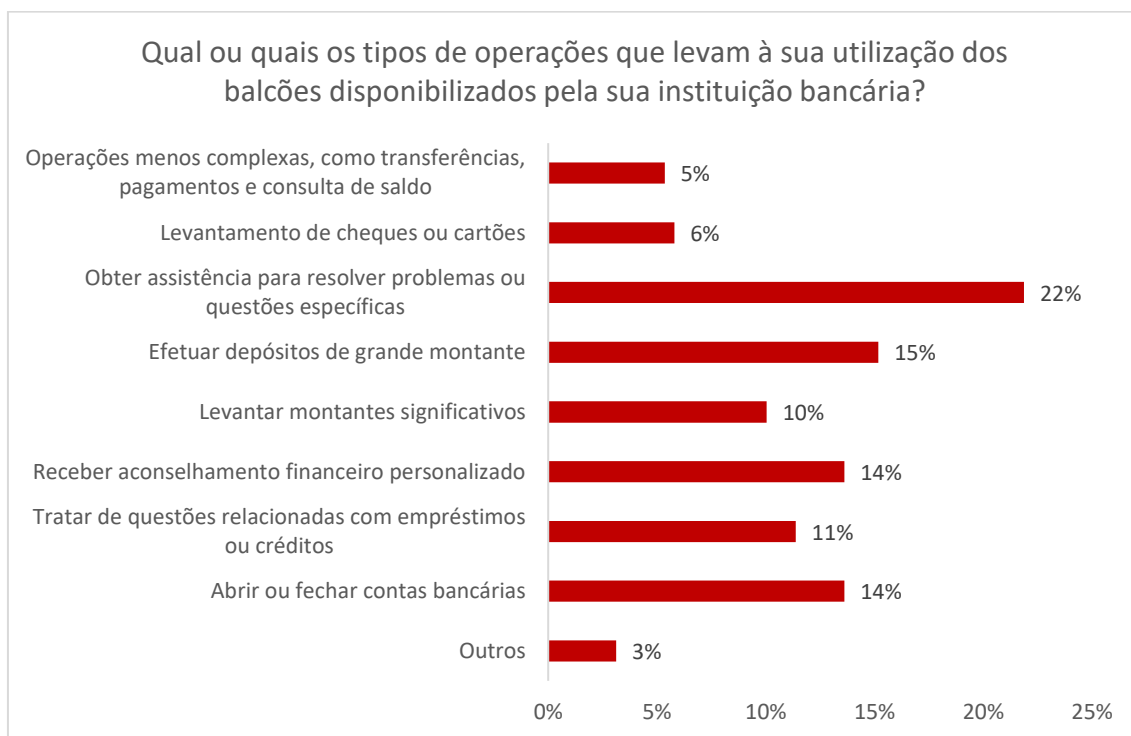


Gráfico 33: Operações que levam ao uso de balcões físicos

Fonte: Elaboração própria

Em relação aos tipos de operações que levam ao uso de balcões bancários, conforme observado no gráfico 33 (resposta múltipla), o principal motivo é a necessidade de obter assistência para a resolução de problemas ou questões específicas, com 22% das respostas. Seguem-se a realização de depósitos de grande montante (15%), a busca por aconselhamento financeiro personalizado e a necessidade de abrir ou fechar contas bancárias, ambos com 14% das respostas. O tratamento de questões relacionadas com empréstimos e créditos obteve 11% das respostas, enquanto levantar montantes significativos recebeu 10%. Os motivos com menor percentagem de respostas foram o levantamento de cheques ou cartões (6%) e a realização de operações menos complexas (transferências, pagamentos e consulta de saldo), com 5% das respostas. Outros motivos representaram 3% das respostas.

Desta forma, verifica-se que a utilização de balcões bancários é predominantemente motivada pela necessidade de resolver problemas ou realizar operações mais complexas.

7.2.14. Segurança e cibercrime na utilização de plataformas digitais bancárias

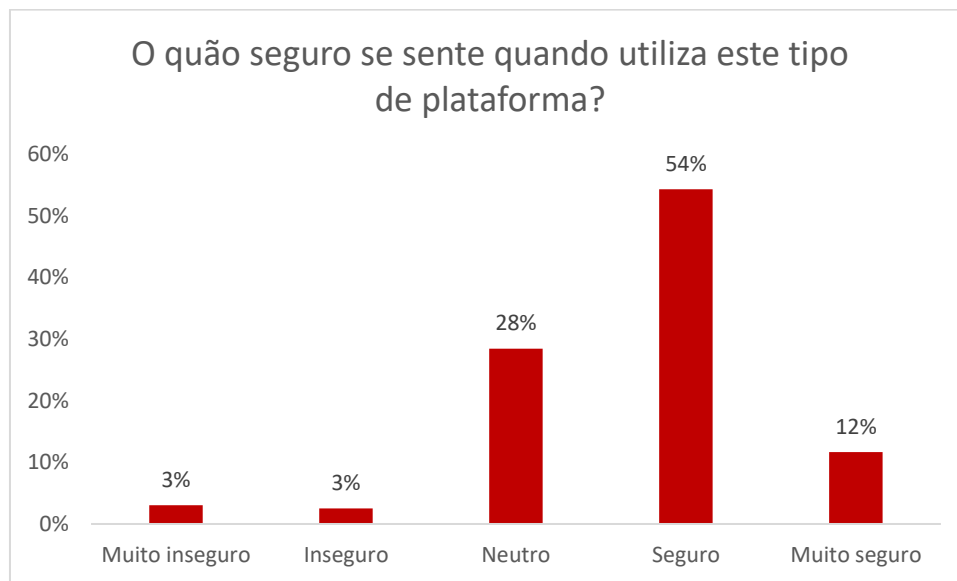


Gráfico 34: Sentimento de segurança face ao uso de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito ao grau de segurança que os inquiridos sentem ao utilizar as plataformas digitais bancárias, de acordo com os resultados do questionário, apresentados no gráfico 34, mais de metade dos inquiridos, ou 54% (107 inquiridos), sente-se seguro e 12% (23 inquiridos) sente-se muito seguro. Apenas 6% afirmam não se sentirem seguros com a utilização destas plataformas, dos quais 3% (5 inquiridos) se sente inseguro e os outros 3% (6 inquiridos) muito inseguros. Registaram-se também 56 respostas neutras, que representam 28% dos indivíduos.

Assim, a maioria dos inquiridos sente-se segura na utilização destas plataformas, o que é um fator de extrema importância para a adoção destas tecnologias. Autores como Martínez-Navalón et al. (2023), Martins et al. (2014) e Pedro et al. (2013) ressaltam a fundamentalidade dos consumidores se sentirem seguros ao utilizarem estas plataformas. A confiança na segurança das operações digitais é crucial para promover o uso contínuo e crescente dos serviços bancários online.

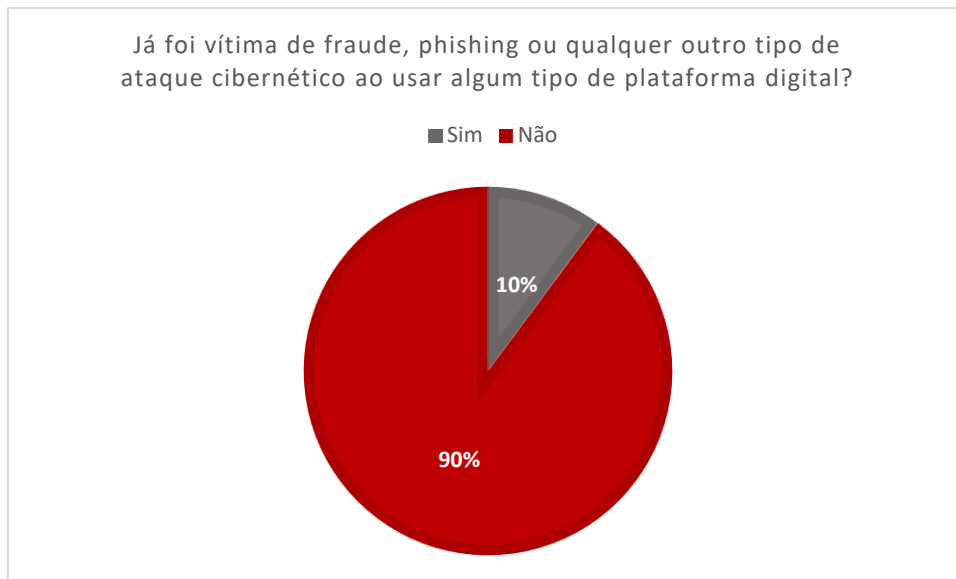


Gráfico 35: Percentagem de inquiridos que já foram vítimas durante o uso de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Quando perguntado se algum dos inquiridos já foi vítima de fraude, phishing ou um outro ataque cibernético ao usar algum tipo de plataforma digital bancária (gráfico 35), 90% (177) dos indivíduos relata não ter sido vítima, enquanto os restantes 10% (20) afirma já ter sido vítima através da internet. Estes resultados, apesar de positivos, demonstram que ainda existe uma pequena percentagem de utilizadores que são vítimas de cibercrimes, assim, é fundamental que as instituições financeiras promovam medidas que diminuam estes crimes e informem os utilizadores a como se protegerem dos mesmos.

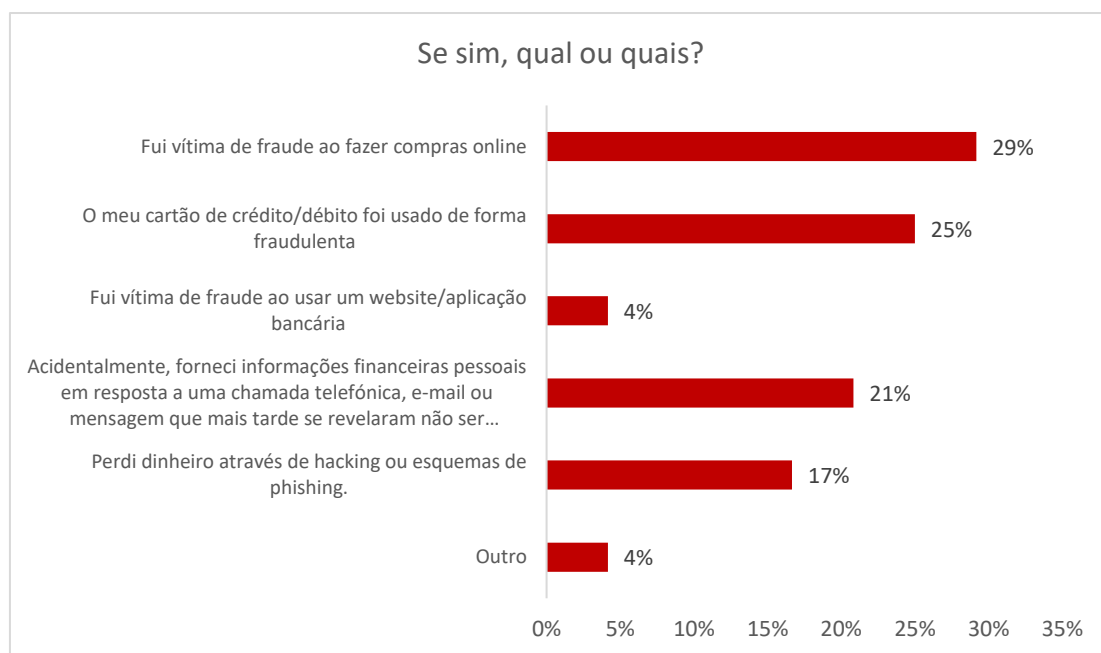


Gráfico 36: Tipos de cibercrimes sofridos pelos inquiridos

Fonte: Elaboração própria

Referente a qual o tipo de fraude que os indivíduos sofreram, tal como é possível observar no gráfico 36 (resposta múltipla), 29% afirma que foi vítima de fraude ao fazer compras online, seguido de o cartão de crédito/débito ter sido usado de forma fraudulenta (25%) e 21% acidentalmente forneceu informações financeiras pessoais através de chamada, e-mail ou mensagem que não eram genuínas. Perca de dinheiro através de hacking ou esquemas de phishing encontra-se em quarto lugar com 17% das respostas e 4% afirma ter sido vítima de fraude ao usar um website/aplicação bancária. Os restantes 4% foram vítimas por outro tipo de esquema de fraude.

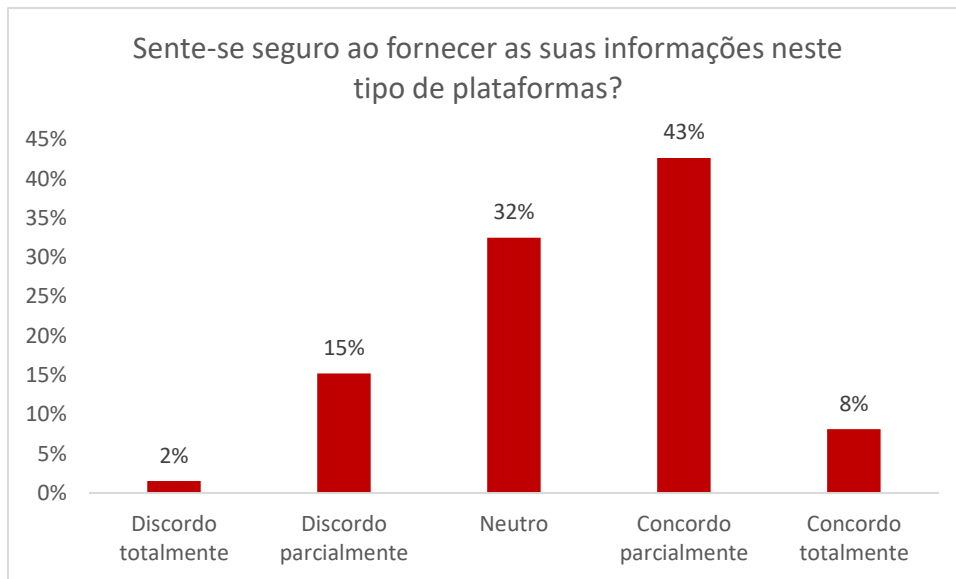


Gráfico 37: Nível de segurança sentido pelos inquiridos ao fornecer informações a plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Quando perguntado aos inquiridos sobre se sentem seguros ao fornecer as suas informações a este tipo de plataformas (gráfico 37), 43% (84 indivíduos) concordam parcialmente e apenas 8% (16 inquiridos) concordam totalmente. Os indivíduos que discordam representam 17% das respostas, das quais 15% (30 inquiridos) discorda parcialmente e 2% (3 indivíduos) discorda totalmente. Os restantes 32% (64 inquiridos) afirmam sentirem-se neutros na disponibilização das suas informações.

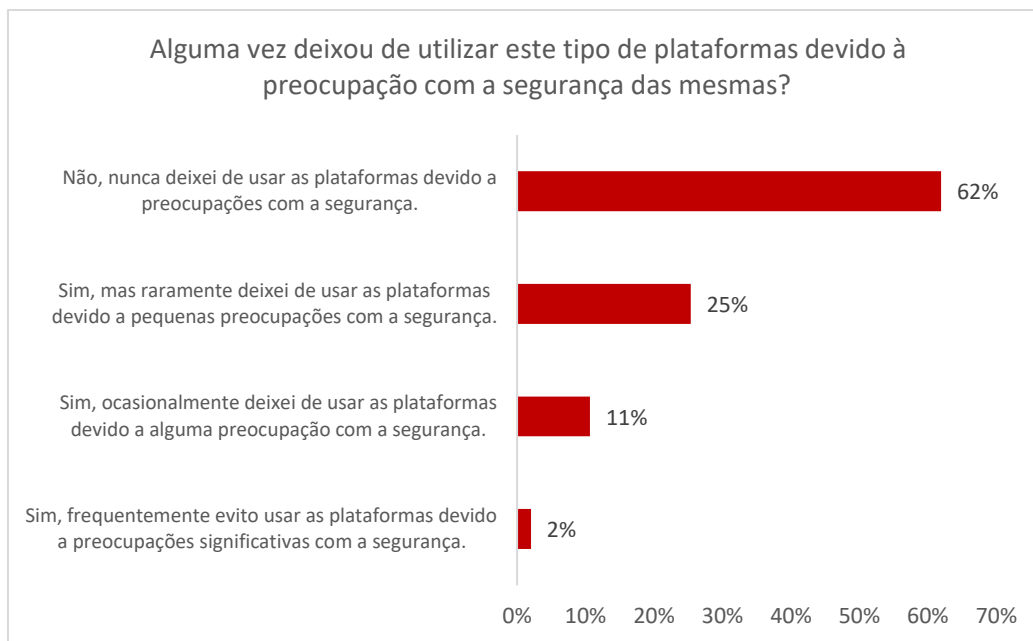


Gráfico 38: Percentagem de inquiridos que deixaram de utilizar plataformas digitais bancárias por motivos de preocupação com a segurança

Fonte: Elaboração própria

Relativamente a se os inquiridos já deixaram de utilizar estas plataformas devido a preocupações com segurança, tal como é observável no gráfico 38, a maioria (62%, 122 inquiridos) afirma que nunca deixou de utilizar estas plataformas devido a preocupações com a segurança. Os restantes 38% afirmam já terem deixado de utilizar devido a preocupações com a segurança, das quais 25% (50 indivíduos) raramente, 11% (21 inquiridos) ocasionalmente e 2% (4 inquiridos) frequentemente. Deste modo, apesar de a maioria dos inquiridos nunca ter deixado de utilizar este tipo de plataformas, ainda se verificam inquiridos (cerca de 37%) que de uma forma ou outra já deixaram de utilizar estas plataformas, devido à preocupação com a segurança das mesmas.

7.2.15. Fatores e tipos de medidas de segurança que influenciam a confiança na utilização

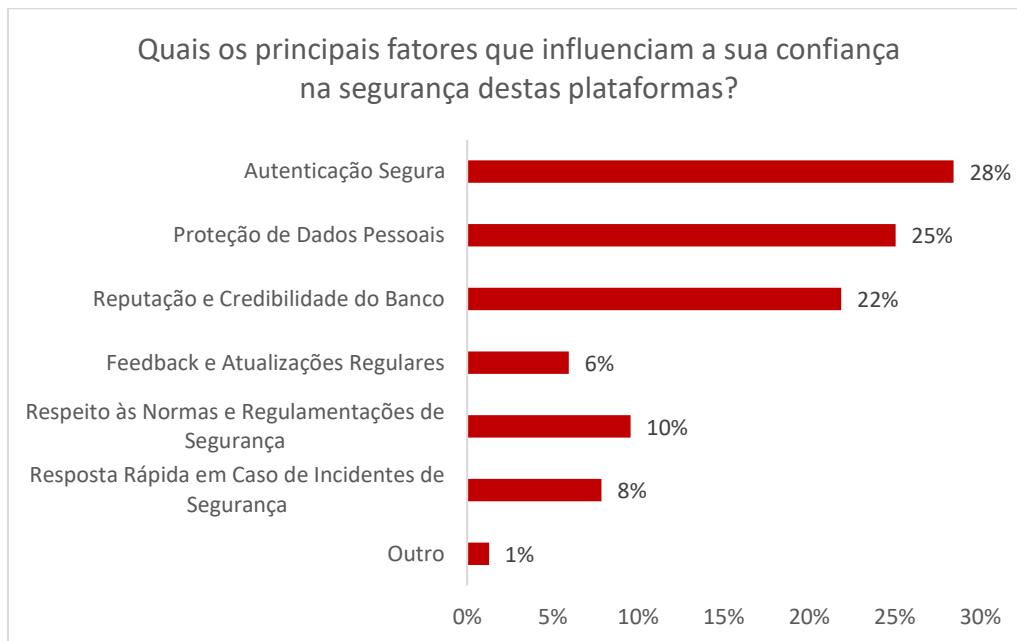


Gráfico 39: Fatores que influenciam a confiança dos inquiridos na utilização de plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Focando a discussão nos fatores que influenciam a confiança dos utilizadores na segurança destas plataformas (gráfico 39, resposta múltipla), o principal fator é a autenticação segura, com 28% das respostas, seguido da proteção de dados pessoais (25%) e da reputação e credibilidade do banco (22%). O respeito pelas normas e regulamentações de segurança obteve 10% das respostas, e 8% afirmam que a resposta rápida a incidentes de segurança é um fator influente. Os restantes 6% mencionam o feedback e as atualizações regulares, e 1% outros fatores.

Assim, observa-se que a segurança, proteção e reputação são os principais fatores que influenciam a confiança dos inquiridos na utilização das plataformas oferecidas pelas instituições bancárias. Segundo Martínez-Navalón et al. (2023), a proteção de dados e dos utilizadores, juntamente com a confiança nas instituições financeiras, são requisitos fundamentais na implementação de plataformas digitais bancárias.

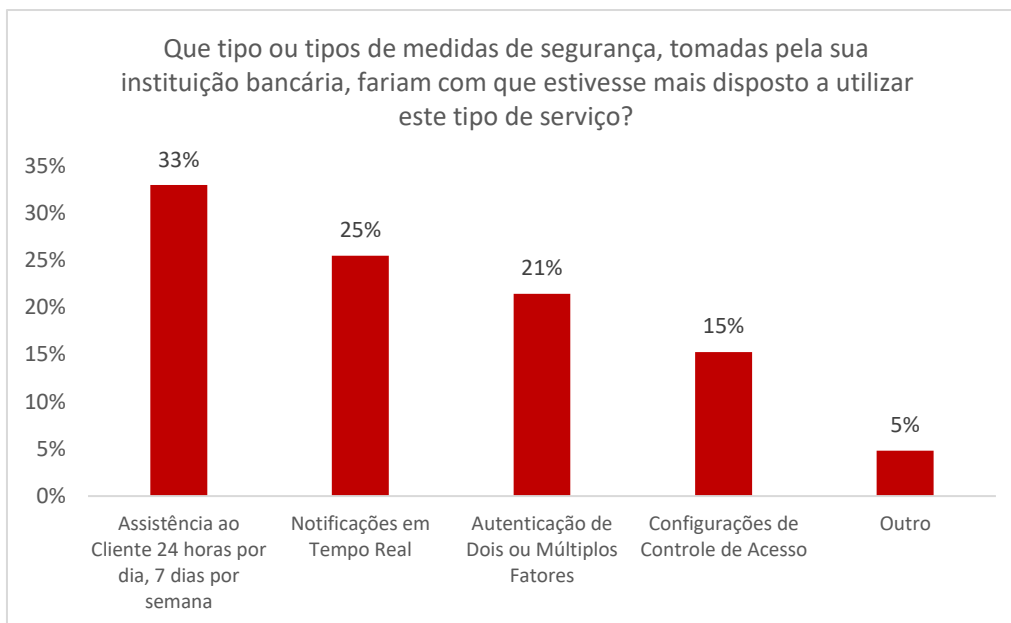


Gráfico 40: Medidas de segurança que incentivariam os inquiridos a utilizarem com mais frequência plataformas digitais bancárias

Fonte: Elaboração própria

Quando perguntado aos inquiridos que tipo de medida de segurança faria com que estivessem mais dispostos a utilizar este tipo de plataformas, tal como é observável no gráfico 40 (resposta múltipla), 33% afirmam que a assistência 24 horas por 7 dias da semana seria um tipo de segurança que melhoraria a utilização dos inquiridos, seguido de notificações em tempo real, com 25% e autenticação de dois ou múltiplos fatores, com cerca de 21% das respostas. Os restantes 15% preferiam uma maior configuração de controle de acesso e 5% apontou outros tipos de medidas de segurança.

7.2.16. Objetivos de desenvolvimento sustentável



Gráfico 41: Opinião dos inquiridos sobre a contribuição da utilização de plataformas digitais para uma maior sustentabilidade e responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

De forma a fazer referência aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, foram elaboradas duas perguntas sobre sustentabilidade e responsabilidade social. Assim, conforme observado no gráfico 41, quando perguntados se a utilização de plataformas digitais contribui para uma maior sustentabilidade e responsabilidade social, a maioria dos inquiridos (69%) afirma concordar com esta afirmação, enquanto apenas 6% discorda. Além disso, 26% considera que a utilização destas plataformas é indiferente para a contribuição dos objetivos de desenvolvimento sustentável.

Estes resultados indicam que a maioria dos inquiridos reconhece um impacto positivo das plataformas digitais bancárias na promoção da sustentabilidade e responsabilidade social. Isto sugere que as instituições financeiras podem continuar a explorar e comunicar os benefícios ambientais e sociais das suas soluções digitais, reforçando o seu compromisso com práticas sustentáveis e responsáveis.



Gráfico 42: Medidas que poderiam ser tomadas de forma a promover uma maior sustentabilidade ambiental e responsabilidade social

Fonte: Elaboração própria

Referente às medidas que podem ser tomadas pelas instituições bancárias de forma a promover uma maior sustentabilidade ambiental e responsabilidade social, de acordo com o gráfico 42 (resposta múltipla), a promoção de uma melhor educação financeira obteve a maior percentagem das respostas, com cerca de 38%, seguido, do apoio de inovações tecnológicas sustentáveis, com 19% das respostas. O apoio a projetos sociais obteve 17% das intenções de resposta e a oferta de produtos financeiros sustentáveis 16% das respostas. Por último, o investimento em energias renováveis obteve 9% das respostas.

8. Notas finais

Este estudo procurou analisar a utilização de plataformas digitais no setor bancário português, com o objetivo de compreender os principais motivos que levam à utilização das plataformas bancárias digitais, as características dos seus utilizadores, a relação entre a utilização de plataformas digitais e agências físicas, e a perceção dos utilizadores face ao nível de segurança ao utilizá-las.

As questões de investigação foram respondidas com base num questionário. Como já referido, importa salientar que, dada a limitação da amostra, os resultados do questionário devem ser lidos com cautela. A amostra não é totalmente representativa da população geral, o que implica que as conclusões podem não refletir completamente as perceções e comportamentos de todos os utilizadores de serviços bancários digitais.

8.1. Conclusões

De forma sucinta, podemos destacar algumas das conclusões do estudo:

- **Aceitação e Frequência de Utilização:** Os consumidores demonstram grande aceitação das plataformas digitais bancárias, principalmente devido à conveniência e acessibilidade que oferecem. A maioria dos utilizadores recorre a estas plataformas mais de dez vezes por mês e muitos fazem uso diário. A facilidade de uso e a poupança de tempo são fatores destacados, conforme apontado por Jünger & Mietzner (2020) e Carranza et al. (2021).
- **Preferência por Dispositivos Móveis:** A maioria dos inquiridos prefere utilizar dispositivos móveis, como smartphones, para aceder às plataformas digitais bancárias. Esta tendência é suportada por estudos de Shareef et al. (2018) e Nur & Panggabean (2021). As operações mais comuns realizadas incluem transferências, pagamentos e consultas de saldo, que são rápidas e simples, conforme observado por Zhu & Wang (2022).
- **Resistência e Preferência por Serviços Físicos:** Os inquiridos que não utilizam plataformas digitais tendem a preferir serviços físicos, como o multibanco, devido à dificuldade na utilização de tecnologia, falta de confiança na segurança e conhecimento financeiro limitado. Jünger & Mietzner (2020) concluem que a literacia digital e a perceção de confiança são essenciais para a adoção destas plataformas.

- **Diminuição do Uso de Agências Físicas:** A maioria dos inquiridos raramente utiliza serviços de balcão físico, preferindo plataformas digitais. Após o primeiro uso de plataformas digitais, há uma redução significativa no uso de agências físicas. Este comportamento é destacado por Omarini (2022), Wewege et al. (2020) e Chen et al. (2017).
- **Percepção de Segurança:** A maioria dos inquiridos sente-se segura ao utilizar plataformas digitais bancárias, confiando na autenticação segura, proteção de dados pessoais e na reputação das instituições financeiras. No entanto, há relatos de cibercrimes que afetam a confiança e levam alguns utilizadores a abandonar estes serviços.
- **Impacto na Sustentabilidade:** A maioria dos inquiridos (69%) acredita que a utilização de plataformas digitais contribui para uma maior sustentabilidade e responsabilidade social. Isto reflete um reconhecimento do impacto positivo das soluções digitais nas práticas sustentáveis.

8.2. Recomendações

Com base nos resultados do estudo, destacam-se algumas conclusões e recomendações. várias recomendações importantes para as instituições financeiras. Estas recomendações visam não apenas aprimorar a experiência do utilizador, mas também garantir a segurança e promover práticas sustentáveis e inclusivas.

Aprimorar a Segurança: É essencial que as instituições financeiras continuem a investir em tecnologias avançadas de autenticação e proteção de dados. A segurança é uma preocupação central para os utilizadores, e medidas robustas de segurança podem aumentar significativamente a confiança dos clientes. A comunicação transparente sobre as práticas de segurança implementadas também é crucial para reforçar esta confiança.

Educação e Suporte ao Cliente: Implementar campanhas de sensibilização sobre a segurança digital e fornecer tutoriais detalhados sobre como utilizar as plataformas digitais pode ajudar a reduzir a insegurança entre os utilizadores menos familiarizados com a tecnologia. Um suporte ao cliente eficiente e acessível é fundamental para resolver problemas rapidamente e aumentar a satisfação do cliente.

Inovação e Usabilidade: As plataformas digitais devem estar em constante evolução para manter a satisfação dos utilizadores. Focar-se na facilidade de uso e na criação de interfaces intuitivas pode

simplificar a experiência do utilizador. Inovações que integrem novas funcionalidades e melhorem a eficiência das operações podem atrair mais utilizadores e aumentar a frequência de uso das plataformas digitais.

Promoção da Sustentabilidade: As instituições financeiras devem promover e comunicar os benefícios ambientais e sociais das suas soluções digitais. Demonstrar um compromisso claro com práticas sustentáveis pode atrair clientes que valorizam a responsabilidade social e ambiental. Além disso, integrar práticas sustentáveis nas operações diárias pode reforçar a reputação da instituição como uma entidade responsável.

Manutenção de Serviços Presenciais: Apesar da preferência crescente pelas plataformas digitais, é importante manter serviços de balcão de alta qualidade para aqueles que ainda necessitam ou preferem o atendimento presencial. Um equilíbrio entre serviços digitais e físicos pode garantir que todas as necessidades dos clientes sejam atendidas, aumentando a satisfação geral.

8.3. Investigação futura

Após a reflexão sobre o desenvolvimento e os resultados deste estudo, é fundamental reconhecer as suas limitações, especialmente no que se refere à metodologia utilizada e ao perfil demográfico dos participantes. Uma das principais limitações desta tese reside na utilização de um questionário online como principal ferramenta de recolha de dados. Embora os questionários online sejam eficazes na obtenção de respostas rápidas e no alcance de um público diversificado, apresentam também algumas desvantagens. Especificamente, a acessibilidade e a familiaridade com a tecnologia podem influenciar significativamente a taxa de resposta de cada grupo etário. Indivíduos menos à vontade com plataformas digitais ou aqueles que não possuem acesso regular à internet podem estar sub-representados ou completamente excluídos da amostra.

Esta limitação é particularmente evidente na baixa participação de indivíduos mais velhos. A população mais idosa, muitas vezes menos familiarizada com tecnologias digitais, pode ter maior dificuldade em responder a questionários online. A falta de representatividade proporcional das diferentes faixas etárias da população portuguesa pode resultar numa amostra que não reflete com precisão a utilização de plataformas digitais bancárias por todas as faixas etárias, comprometendo a generalização dos resultados. A análise e tratamento de dados foram realizados utilizando o software Microsoft Excel.

Embora o Excel seja uma ferramenta acessível e bastante utilizada, apresenta certas limitações em termos de análise estatística avançada. A ausência de ferramentas estatísticas mais robustas pode ter limitado a profundidade das análises realizadas, restringindo as conclusões que poderiam ter sido obtidas com o uso de software estatístico mais avançado.

No entanto, apesar destas limitações, esta dissertação oferece uma primeira tentativa para o estudo da utilização de plataformas digitais no setor bancário português. Os jovens de hoje serão clientes futuros importantes. Compreender o seu comportamento é, pois, crucial para o desenvolvimento de estratégias eficazes no setor bancário nos próximos anos. Ao focar-se nesta faixa etária, o estudo proporciona insights importantes que podem orientar futuras investigações e o desenvolvimento de serviços financeiros mais adaptados às necessidades e preferências dos jovens adultos. Esta abordagem não só contribui para uma melhor compreensão das tendências atuais, mas também para a criação de soluções inovadoras que poderão moldar o futuro do setor bancário em Portugal.

Para investigação futura, recomenda-se a implementação de métodos adicionais de recolha de dados que permitam alcançar um público mais diversificado, especialmente indivíduos mais velhos. A utilização de entrevistas presenciais ou por telefone, por exemplo, pode ajudar a captar uma amostra mais representativa. Além disso, o uso de um software estatístico ou econométrico mais avançado pode aprimorar a análise de dados e permitir uma exploração mais profunda das relações entre os temas estudados.

Referências

- Accenture. (2019). Digital Banking: Enhancing Customer Experience and Ensuring Security.
- Acharya, R. N., Kagan, A., & Lingam, S. R. (2008). Online banking applications and community bank performance. *International Journal of Bank Marketing*, 26(6), 418–439. <https://doi.org/10.1108/02652320810902442>
- Anna, O. (2017). The Digital Transformation in Banking and The Role of FinTechs in the New Financial Intermediation Scenario. *International Journal of Finance, Economics and Trade*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.19070/2643-038x-170001>
- APB. (2023). Overview do Sector Bancário Português. Dezembro. Consultado em maio 21, 2021, em: <https://www.apb.pt/content/files/overview-sector-bancario-portugues-dez2019.pdf>
- Banco de Portugal. (2018a). Comercialização de produtos e serviços bancários nos canais digitais em Portugal.
- Banco de Portugal. (2018b). Séries Longas Setor Bancário Português 1990-2018. https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/series_longas_setor_bancario_portugues.pdf
- Banco de Portugal. (2021). Inclusão Financeira e Digital e Escolha de Produtos Bancários em Portugal.
- Bátiz-Lazo, B., & Reid, R. J. K. (2008). Evidence from the patent record on the development of cash dispensing technology. *IEEE History of Telecommunications Conference, HISTELCON 2008*, September, 110–114. <https://doi.org/10.1109/HISTELCON.2008.4668724>
- Calisir, F., & Gumussoy, C. A. (2008). Internet banking versus other banking channels: Young consumers' view. *International Journal of Information Management*, 28(3), 215–221. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2008.02.009>
- Campanella, F., Della Peruta, M. R., & Del Giudice, M. (2017). The Effects of Technological Innovation on the Banking Sector. *Journal of the Knowledge Economy*, 8(1), 356–368. <https://doi.org/10.1007/s13132-015-0326-8>
- Canhoto, A., & Dermine, J. (2003). A note on banking efficiency in Portugal, New vs. Old banks. *Journal of Banking and Finance*, 27(11), 2087–2098. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(02\)00316-3](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(02)00316-3)

Carranza, R., Díaz, E., Sánchez-Camacho, C., & Martín-Consuegra, D. (2021). e-Banking Adoption: An Opportunity for Customer Value Co-creation. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.621248>

CGD. (2013). A BANCA PORTUGUESA: O desenvolvimento da banca portuguesa e as instituições incorporadas pelo BNU e pela CGD. 1–13.

Chen, Z., Li, Y., Wu, Y., & Luo, J. (2017). The transition from traditional banking to mobile internet finance: an organizational innovation perspective - a comparative study of Citibank and ICBC. *Financial Innovation*, 3(1), 12. <https://doi.org/10.1186/s40854-017-0062-0>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.

Deloitte. (2020). *The Future of Digital Banking: Innovation, Integration, and Personalization*.

De Leeuw, E. D., Hox, J. J., & Dillman, D. A. (2008). *International Handbook of Survey Methodology*. Taylor & Francis.

Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*. John Wiley & Sons.

Ernst & Young. (2017). *Integrating Financial Services: A Holistic Approach to Customer Finance Management*.

Eurostat. (2024a). Households - level of internet access, Percentage of households. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_in_h\\$defaultview/default/table](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_in_h$defaultview/default/table)

Eurostat. (2024b). Individuals' level of digital skills. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_sk_dskl_i21_custom_9292743/default/table

Eurostat. (2024c). Individuals - devices used to access the internet. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_dev_i_custom_9292792/default/table

Eurostat. (2024d). Individuals - internet activities: Internet use - Internet banking. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_ac_i_custom_9292659/default/table

Eurostat. (2024e). Individuals - internet use, last internet use: in the last 12 months. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ci_ifp_iu_custom_9292810/default/table

Eurostat. (2024f). Individuals who used the internet, frequency of use and activities - Internet use: Internet banking.

https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_r_iuse_i_custom_9292830/default/table

Fathima, A. (2022). Influence of Demographic Variables on Determinants of Internet Banking Adoption. *ECS Transactions*, 107(1), 5671–5680. <https://doi.org/10.1149/10701.5671ecst>

Financial Crimes Enforcement Network. (2000). A survey of electronic cash, electronic banking, and internet gaming. Financial Crimes Enforcement Network (FinCEN) U.S. Department of the Treasury, 1–110.

Fowler, F. J. (2013). *Survey Research Methods*. SAGE Publications.

Furst, K., Lang, W. W., & Nolle, D. E. (2002). Internet banking. *Computer Law & Security Review*, 22, 95–117. <https://doi.org/10.1023/A:1016012703620>

Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137–144.

IBM Institute for Business Value. (2018). Accelerating reinvention with digital banking frameworks Becoming a digital bank. <https://www.ibm.com/downloads/cas/YDOWYKYG>

Jarrett, J. (2015). On Internet Banking. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(2). <https://doi.org/10.4172/1204-5357.1000101>

Jünger, M., & Mietzner, M. (2020). Banking goes digital: The adoption of FinTech services by German households. *Finance Research Letters*, 34(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.08.008>

Kaur, S., & Arora, S. (2021). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 1–30. <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252>

Kiyotaka Sasaki. (2022). The Future of Financial Systems in the Digital Age. In *Perspectives in Law, Business, and Innovation*.

Malhotra, N.K. and Birks, D. (2006) *Marketing Research: An Applied Approach*. 3rd Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.

- Martínez-Navalón, J. G., Fernández-Fernández, M., & Alberto, F. P. (2023). Does privacy and ease of use influence user trust in digital banking applications in Spain and Portugal? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2), 781–803. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00839-4>
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.06.002>
- Massachusetts Institute of Technology. (2016). *Digital Banking Manifesto: The End of Banks?*
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 230–255. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>
- McKinsey&Company. (2020). *Europe's digital migration during COVID-19: Getting past the broad trends and averages.*
- McKinsey&Company. (2022). *Reshaping retail banks: Enhancing banking for the next digital age.*
- McKinsey&Company. (2023a). *On the cusp of the next payments era: Future opportunities for banks.*
- McKinsey&Company. (2023b). *The Global Banking Annual Review 2023: The Great Banking Transition.*
- Nur, T., & Panggabean, R. R. (2021). Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Method among Generation Z: the Extended UTAUT Approach. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4(1), 14–28. <https://doi.org/10.24815/jaroe.v4i1.19644>
- OECD. (2020). *Digital Disruption in Banking and its Impact on Competition.* <http://www.oecd.org/daf/competition/digital-disruption-in-financial-markets.htm>
- OECD. (2023). *DIGITAL FINANCIAL LITERACY IN PORTUGAL Relevance, Evidence and Provision.* www.oecd.org/finance/financial-education/austria-financial-literacy-strategy.htm
- Omarini, A. (2022). *The Changing Landscape of Retail Banking and the Future of Digital Banking. In Perspectives in Law, Business, and Innovation.* Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-7830-1_8
- Pedro, J., Tiago, T., & Tiago, F. (2013). An analysis of Internet Banking in Portugal. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 4(11), 117-123. <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2013.041116>

- PORDATA. (2023). População residente em Portugal: total e por sexo | Pordata. <https://www.pordata.pt/portugal/populacao+residente+total+e+por+sexo-6>
- PwC. (2018). AI in Banking: Enhancing Customer Service and Operational Efficiency.
- S&P Global Ratings. (2023). Tech Disruption in Retail Banking: Country-By-Country Analysis 2023 | Leaders and Laggards Emerge.
- Shareef, M. A., Baabdullah, A., Dutta, S., Kumar, V., & Dwivedi, Y. K. (2018). Consumer adoption of mobile banking services: An empirical examination of factors according to adoption stages. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 54–67. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.03.003>
- SIBS. (2022). Relatório e Contas Annual Report.
- Statista. (2021). Online banking users worldwide by region | Statista. <https://www.statista.com/statistics/1228757/online-banking-users-worldwide/>
- Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature review of mobile banking and individual performance. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1044–1067.
- Teresa, A. (2013). Internet banking em Portugal: Evolução e implicações de uma inovação radical.
- Tourangeau, R., & Yan, T. (2007). Sensitive questions in surveys. *Psychological Bulletin*,
- UBS. (2022). The history of digital banking | UBS Switzerland. <https://www.ubs.com/ch/en/wealth-management/womens-wealth/magazine/articles/history-of-digital-banking.html>
- Vives, X. (2019a). Competition and stability in modern banking: A post-crisis perspective. *International Journal of Industrial Organization*, 64, 55–69. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2018.08.011>
- Vives, X. (2019b). Digital Disruption in Banking. *Annual Review of Financial Economics*, 11, 243–272. <https://doi.org/10.1146/annurev-financial-100719-120854>
- Wewege, L., Lee, J., & Thomsett, M. C. (2020). Disruptions and Digital Banking Trends. *Journal of Applied Finance & Banking*, 10(6), 15–56. https://www.researchgate.net/profile/Luigi-Wewege/publication/343050625_Disruptions_and_Digital_Banking_Trends/links/5f136f93a6fdcc3ed7153217/Disruptions-and-Digital-Banking-Trends.pdf

Zhu, J., & Wang, M. (2022). Analyzing the Effect of People Utilizing Mobile Technology to Make Banking Services More Accessible. *Frontiers in Public Health*, 10(1), 1–9.
<https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.879342>

Anexo- Questionário

Um estudo sobre a utilização de plataformas digitais bancárias

Olá a todos!

No âmbito da realização da minha tese de Mestrado em Economia Monetária, Bancária e Financeira na Universidade do Minho, está a ser desenvolvido um estudo sobre a utilização de plataformas digitais bancárias no contexto português. Deste modo, o presente questionário tem como objetivo perceber os principais motivos da utilização destas plataformas, bem como as características dos seus utilizadores e como os mesmos percebem o nível de segurança quando as utilizam.

Este questionário destina-se a maiores de 18 anos, independentemente de o inquirido utilizar ou não qualquer plataforma digital bancária. Todas as informações disponibilizadas são totalmente anónimas e confidenciais, sendo todos os dados obtidos para fins estatísticos.

Agradeço imenso pela colaboração e o tempo dispensado.

Miguel Costa

Caracterização do perfil dos indivíduos

1. Aceita participar no estudo, através do preenchimento deste questionário? *

- Li e aceito participar
- Li, mas não aceito participar

2. Género *

- A) Masculino
- B) Feminino
- C) Outro

3. Classe Etária *

- A) 18-24 anos
- B) 25-34 anos
- C) 35-44 anos
- D) 45-54 anos
- E) 55-66 anos
- F) Mais de 67 anos

4. Nível de escolaridade *

- A) Ensino Básico
- B) Ensino Secundário
- C) Licenciatura
- D) Mestrado
- E) Doutoramento

Utilização de plataformas digitais bancárias

5. Costuma utilizar alguma plataforma digital bancária? *

- A) Sim
- B) Não

6. Se respondeu não, porque motivo não utiliza? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Prefiro utilizar um multibanco físico.
- B) Prefiro o contacto pessoal/agência.
- C) Tenho dificuldade em lidar com tecnologia.
- D) Não acho que seja seguro.
- E) Não tenho o conhecimento financeiro adequado.
- F) Estou preocupado(a) em partilhar os meus dados pessoais.
- G) Não estou encarregue de gerir as minhas contas.
- H) Não costumo aceder à internet regularmente.
- I) Outro

7. Com que tipos de dispositivos acede a estas plataformas? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Computador
- B) Smartphone
- C) Tablet
- D) Outro

8. Como costuma aceder a este tipo de plataforma através do seu dispositivo? *

- A) Através de qualquer canal disponível
- B) Através da web e aplicação disponível
- C) Apenas através do website disponível
- D) Apenas através da app do banco

9. Porque optou pela utilização deste tipo de canais? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Recomendação de Amigos/Familiares
- B) Curiosidade
- C) Sugestão do banco
- D) Necessidade de uma maior praticidade
- E) Maior adaptação à Era Digital
- F) Outro motivo

10. Que tipos de operações mais realiza através de plataformas digitais bancárias? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Transferências
- B) Pagamentos
- C) Consulta de saldo
- D) Investimentos
- E) Empréstimos
- F) Outros

11. Como costuma realizar os seus pagamentos online? *

Selecione, no máximo, 5 opções.

- A) Referência multibanco
- B) Transferência bancária
- C) Cartão de crédito
- D) Cartão de débito
- E) MBWay
- F) Cartão Revolut
- G) Cartão Virtual
- H) Paypal
- I) Carteira eletrónica
- J) Pagamento em Criptomoedas
- K) Outro

12. Quantas vezes por mês utiliza este tipo de plataforma? *

- A) Todos os dias
- B) Mais de 10 vezes por mês
- C) De 5 a 10 vezes por mês
- D) De 3 a 4 vezes por mês
- E) De 1 a 2 vezes por mês
- F) Não utilizo

13. Qual ou quais as suas maiores dificuldades na utilização destas plataformas? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Complexidade das funcionalidades
- B) Preocupações com segurança e privacidade
- C) Falta de suporte e atendimento ao cliente
- D) Problemas com autenticação e acesso
- E) Outros problemas
- F) Não tenho qualquer tipo de dificuldades

14. Qual ou quais os principais motivos para a sua utilização deste tipo de plataformas? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Conveniência e Acessibilidade
- B) Facilidade de Uso
- C) Variedade de Serviços oferecidos
- D) Segurança e Privacidade
- E) Evitar Filas e Esperas
- F) Maior Controlo Financeiro
- G) Outro

15. O que acha da complexidade do uso deste tipo de serviço? *

- A) Muito fácil
- B) Fácil
- C) Complexo
- D) Muito complexo

16. Na sua opinião, acha que este tipo de digitalização promove uma maior inclusão financeira? (Nota: Neste contexto, inclusão financeira refere-se à igualdade de oportunidades de acesso a serviços financeiros bancários.) *

- A) Concordo totalmente
- B) Concordo parcialmente
- C) Sem opinião
- D) Discordo parcialmente
- E) Discordo totalmente

Secção 3

Relação entre os utilizadores das plataformas e as agências bancárias físicas

17. Quantas vezes por mês utiliza os serviços disponibilizados por balcões do seu banco? *

- A) Mais de 5 vezes por mês
- B) 3 a 4 vezes por mês
- C) 1 a 2 vezes por mês
- D) Muito raramente

18. Como compara a sua experiência na utilização de balcões para plataformas digitais? *

Selecione, no máximo, 2 opções.

- A) As plataformas digitais são mais rápidas e eficientes.
- B) Os balcões bancários são mais seguros
- C) Não existe diferença entre estes dois tipos de serviços
- D) Não tenho opinião formada

19. Nota diferença no seu padrão de uso dos balcões físicos bancários desde que começou a utilizar as plataformas digitais? *

- A) Sim, tenho visitado menos frequentemente os balcões físicos.
- B) Não, continuo a visitar os balcões físicos com a mesma frequência.
- C) Não tenho a certeza/ não notei diferença.
- D) Não utilizo balcões bancários.

20. Prefere utilizar os serviços bancários através de plataformas digitais em vez de visitar um balcão físico? *

- A) Sim
- B) Não

21. Porque motivo/s prefere a utilização de plataformas digitais aos balcões tradicionais? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Facilidade e Conveniência
- B) Agilidade nas Transações
- C) Acesso à Informação
- D) Redução de Custos
- E) Segurança e Controlo
- F) Flexibilidade de Horário
- G) Familiaridade com Tecnologia
- H) Preferência Pessoal
- I) Outro

22. Qual ou quais os tipos de operações que levam à sua utilização dos balcões disponibilizados pela sua instituição bancária? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Operações menos complexas, como transferências, pagamentos e consulta de saldo
- B) Levantamento de cheques ou cartões
- C) Obter assistência para resolver problemas ou questões específicas
- D) Efetuar depósitos de grande montante
- E) Levantar montantes significativos
- F) Receber aconselhamento financeiro personalizado
- G) Tratar de questões relacionadas com empréstimos ou créditos
- H) Abrir ou fechar contas bancárias
- I) Outros

Questões relacionadas com a segurança na utilização destas plataformas

23. O quão seguro se sente quando utiliza este tipo de plataforma? *

- A) Muito inseguro
- B) Inseguro
- C) Neutro
- D) Seguro
- E) Muito seguro

24. Já foi vítima de fraude, phishing ou qualquer outro tipo de ataque cibernético ao usar algum tipo de plataforma digital? *

- A) Sim
- B) Não

25. Se sim, qual ou quais? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Fui vítima de fraude ao fazer compras online
- B) O meu cartão de crédito/débito foi usado de forma fraudulenta
- C) Fui vítima de fraude ao usar um website/aplicação bancária
- D) Acidentalmente, forneci informações financeiras pessoais em resposta a uma chamada telefónica, e-mail ou mensagem que mais tarde se revelaram não ser genuínos.
- E) Perdi dinheiro através de hacking ou esquemas de phishing.
- F) Aceitei conselhos para investir num produto financeiro online que mais tarde se descobriu ser uma fraude.
- G) Outro

26. Sente-se seguro ao fornecer as suas informações neste tipo de plataformas? *

- A) Discordo totalmente
- B) Discordo parcialmente
- C) Neutro
- D) Concordo parcialmente
- E) Concordo totalmente

27. Alguma vez deixou de utilizar este tipo de plataformas devido à preocupação com a segurança das mesmas? *

- A) Sim, frequentemente evito usar as plataformas devido a preocupações significativas com a segurança.
- B) Sim, ocasionalmente deixei de usar as plataformas devido a alguma preocupação com a segurança.
- C) Sim, mas raramente deixei de usar as plataformas devido a pequenas preocupações com a segurança.
- D) Não, nunca deixei de usar as plataformas devido a preocupações com a segurança.

28. Quais os principais fatores que influenciam a sua confiança na segurança destas plataformas? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Autenticação Segura
- B) Proteção de Dados Pessoais
- C) Reputação e Credibilidade do Banco
- D) Feedback e Atualizações Regulares
- E) Respeito às Normas e Regulamentações de Segurança
- F) Resposta Rápida em Caso de Incidentes de Segurança
- G) Outro

29. Que tipo ou tipos de medidas de segurança, tomadas pela sua instituição bancária, fariam com que estivesse mais disposto a utilizar este tipo de serviço? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Assistência ao Cliente 24 horas por dia, 7 dias por semana
- B) Notificações em Tempo Real
- C) Autenticação de Dois ou Múltiplos Fatores
- D) Configurações de Controle de Acesso
- E) Outro

30. Na sua opinião, acha que a utilização deste tipo de plataformas bancárias, contribui para uma maior sustentabilidade e responsabilidade social? *

- A) Concordo
- B) Indiferente
- C) Discordo

31. Na sua opinião qual ou quais as medidas que poderiam ser tomadas por estas instituições bancárias, de forma a promover uma maior sustentabilidade ambiental e responsabilidade social? *

Selecione, no máximo, 3 opções.

- A) Apoiar Projetos Sociais
- B) Promover a Educação Financeira
- C) Oferecer Produtos Financeiros Sustentáveis
- D) Apoiar Inovações Tecnológicas Sustentáveis
- E) Investir em Energias Renováveis