INSTITUTO SUPERIOR DE ANGOLA

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO DE EMPRESAS

A INFLUÊNCIA DAS FINTECHS COMO INSTRUMENTO DE INCLUSÃO FINANCEIRA. ESTUDO DE CASO NA LOJA DA UNITEL, SITA NO SEQUELE. Iº SEMESTRE DE 2024

Autor: Tiago Cristóvão Luyoko

Orientador: Sílvio Kassangi, Lic.

Luanda, 2025

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO DE EMPRESAS

A INFLUÊNCIA DAS FINTECHS COMO INSTRUMENTO DE INCLUSÃO FINANCEIRA. ESTUDO DE CASO NA LOJA DA UNITEL, SITA NO SEQUELE. Iº SEMESTRE DE 2024

Pré-projecto apresentado ao Instituto Superior de Angola, como requisito para elaboração do Trabalho de Fim de Curso, sob orientação do professor: **Sílvio Kassangi, Lic.**

Autor: Tiago Cristóvão Luyoko

Orientador: Sílvio Kassangi, Lic.

Luanda, 2025

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

FOLHA DE APROVAÇÃO

A INFLUÊNCIA DAS FINTECHS COMO INSTRUMENTO DE INCLUSÃO FINANCEIRA. ESTUDO DE CASO NA LOJA DA UNITEL, SITA NO SEQUELE. Iº SEMESTRE DE 2024

Este trabalho de fim de curso, foi julgado e aprovado para obtenção do grau de Licenciatura em Gestão de Empresas pelo Instituto Superior de Angola no dia.....de.....de, 2025.

Foi apresentado e defendido perante o júri composto pelos professores:

Presidente da Mesa:_____

Primeiro Vogal: _____

Segundo Vogal:_____

Secretário: _____

Classificação: .....

Data da entregue da Monografia:..... de ..... de .....

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai **Jacky Bankubuela** e a minha mãe **Francisca**, cada um deles teve um contributo direto e impactante no meu percurso académico.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus primeiro, aos meus irmãos, companheiros de obra, aos meus colegas e claro está ao meu orientador Professor **Sílvio Kassangi**, que soube com paciência e sapiência, orientar esta monografia.

EPÍGRAFE

Um homem é rico, não pelo que possui
mas pelo que pode dispensar.

Emanuel Kant (1986)

RESUMO

Este trabalho visou discorrer em torno da inclusão financeira e das ferramentas que tornam possível este processo, sendo que uma das ferramentas que mais se destaca nos últimos tempos para este fim são as Fintechs, uma vez que as novas tecnologias têm dominado fortemente o sector Financeiro. Desta feita, a monografia tem como tema, A Influência das Fintechs como Instrumento de Inclusão Financeira. Estudo de caso na Loja da Unitel Sita no Sequele. Iº Semestre de 2024. O trabalho visa questionar, “De que forma as Fintechs influenciam a inclusão financeira”, para tal levantou 3 hipóteses, sendo a H1: As Fintechs tornam viável o uso dos produtos bancário aos agentes económicos; H2: As Fintechs geram resultados de expansão mais rápidos e com maior alcance e H3: As Fintechs podem não ser acessíveis e viáveis para todos os utentes de serviços/produtos bancários. Teve como objectivo geral: Compreender a influência das Fintechs na inclusão financeira. Os específicos são: Apresentar as Fintechs como meio de viabilidade económica e financeira no fluxo ou circulação da moeda; Promover a literacia financeira tecnológica; Quanto ao tipo de pesquisa utilizou-se a descritiva e uma abordagem mista (Quali-Quantitativa). Recorreu-se ao questionário para recolha de dados. O universo populacional é de 14 elementos, dos quais 11 como amostra, o que representa 79% da população. Sugerimos a Loja da Unitel sita no Sequele, que promove-se mais a Literacia Financeira e tecnológica aos seus clientes, para desta maneira poder garantir que os mesmos possam aderir aos produtos oferecidos por meio das Fintechs.

Palavras-Chaves: Fintech; Inclusão; Financeira.

ABSTRACT

This work aims to discuss financial inclusion and the tools that make this process possible, and one of the tools that has stood out most recently for this purpose are Fintechs, since new technologies have strongly dominated the financial sector. The theme of this monograph is The Influence of Fintechs as an Instrument of Financial Inclusion. Case study at the Unitel Store in Sequele. 1st Semester 2024. The work aims to ask, “How do Fintechs influence financial inclusion” To this end, it raised 3 hypotheses: H1: Fintechs make it viable for economic agents to use banking products; H2: Fintechs generate faster and more far-reaching expansion results and H3: Fintechs may not be accessible and viable for all users of banking services/products. Its general objective was: To understand the influence of Fintechs on financial inclusion. The specific objectives are: Present Fintechs as a means of economic and financial viability in the flow or circulation of currency; Promote technological financial literacy; As for the type of research, descriptive and a mixed approach (Quali-Quantitative) were used. A questionnaire was used to collect data. The population universe is 14 elements, of which 11 are the sample, which represents 79% of the population. We suggest that the Unitel shop in Sequele should promote financial and technological literacy to its customers, in order to ensure that they can take up the products offered by fintechs.

Keywords: Fintech; Inclusion; Financial.

LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação.

SPA – Sistema de pagamento angolano

BNA – Banco Nacional de Angola

SCC - Subsistema de compensação de cheques,

MCX - Subsistema Multicaixa,

STC - Subsistema de transferência de crédito,

SPTR - Sistema de débito directo e o sistema de pagamento em tempo real.

FMI – Fundo Monetário Internacional

ONU – Organização das Nações Unidas

AML – Anti Money Laundering

PDN – Plano de Desenvolvimento Nacional

PIB – Produto Interno Bruto

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 - Alguns conceitos importantes 13

Tabela 1 - Número e quantidade de operações processadas nos subsistemas do SPA..... 18

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As quatro revoluções Industriais.....8
Figura 2 - Ecosistema Digital.....11
Figura 5 - Estágios da cadeia de pagamentos.....13
Figura 6 - Operadores Front-end.....14
Figura 7 - Operadores Back-and.....14
Figura 8 - Operadores de infra-estrutura de pagamentos de retalho.....15
Figura 9 - Operadores End-to-End.....15
Figura 3 - Evolução de cartões "Multicaixa" activos (em milhões).....17
Figura 4 - Volume de transações por instrumentos de pagamentos (em milhões).....17

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Estratégia das Fintechs.....37
Gráfico 2 - Frequência de uso das Fintechs.....38
Gráfico 3 - Afetação do uso das Fintechs na vida dos usuários.....39
Gráfico 4 - Influência das Fintechs nas vendas da empresa.....40
Gráfico 5 - Percepção geral dos clientes sobre o uso das Funtechs.....41
Gráfico 6 - Nível de familiarizazão entre os clientes e a Fintech.....42
Gráfico 7 - Desafios comuns na introdução da Fintech no mercado.....43
Gráfico 8 - Feedbacks dos clientes e parceiros.....44
Gráfico 9 - Influência da Fintech no sucesso da empresa.....45
Gráfico 10 - A colaboração com os clientes.....46
Gráfico 11 - Comunicação sobre a forma de uso.....47

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....1

CAPITULO I. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....4

1.1. Definição de termos e conceitos.....4

1.1.2 Fintechs.....4

1.1.3 Inclusão Financeira.....5

1.2 As Revoluções Industriais.....6

1.2.1 A revolução digital do sistema financeiro.....10

1.3 Moeda Digital.....11

1.4 Panorama Do Sector Financeiro Angolano.....16

1.5 O Sistema De Pagamento Angolano (Spa).....17

1.6 As Fintechs.....22

1.6.1 Estratégia de inovação do modelo de negócio das Fintechs.....24

1.6.2 Importância e diferença em relação aos bancos tradicionais.....26

1.6.3 Tipos de Fintechs.....29

CAPÍTULO II. METODOLOGIA DE PESQUISA.....34

2.1. Tipo de pesquisa.....34

2.2 Modelo de abordagem/paradigma.....34

2.3. Níveis de estruturação de métodos.....34

2.4. Técnica de recolha de dados.....34

2.5. Instrumentos e procedimentos de recolha de dados.....35

2.6. População e amostra.....35

CAPÍTULO III. APRESENTAÇAO E INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS…36

3.1 Caracterizaçao Da Unidade De Estudo.....36

3.2 Apresentação e discussão dos resultados.....37

CONCLUSÃO.....48

SUGESTÕES.....49

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....50

INTRODUÇÃO

A inclusão financeira e a capacidade financeira, sem dúvida, influenciam uma à outra. Embora a falta de conhecimento sobre os produtos financeiros possa dificultar o seu uso, também pode acontecer que, à medida que as pessoas começam a usar os serviços financeiros, tornam-se mais familiarizadas e informadas a respeito dos mesmos, segundo um processo de “aprendizagem através da prática“.

Na presente investigação, que tem como tema “as Fintechs como instrumento de Inclusão Financeira”, aborda-se o tema da influência das novas tecnologias financeiras enquanto instrumento de evolução nos países em vias de desenvolvimento.

Pretende-se com este estudo demonstrar as vantagens que as novas tecnologias financeiras representam, como instrumento complementar ao sistema bancário tradicional existente, bem como o aproveitamento da rede móvel de telecomunicações para melhorar e potenciar a inclusão financeira.

Na verdade, desde o período da independência até à presente data, o país não soube acompanhar a modernização e o empenho do mercado internacional, com impacto na vida das populações, sobretudo quando estes vivem excluídos do sistema bancário, não tendo a ele qualquer ligação, aumentando a crescente dificuldade em acompanhar as profundas alterações de compliance (procedimentos) globais.

Este desperdício tem um custo elevado para o nosso sistema financeiro, porque o potencial das operações financeiras em novas plataformas digitais não está a ser aproveitado para fazer crescer o sector financeiro, e, consequentemente, a economia, melhorando as condições da sociedade. Esta falha constitui o principal motivo para a realização deste trabalho.

Problema da Pesquisa

Sabendo que o bom funcionamento que ocasiona crescimento de uma economia está directamente ligado a inclusão de todos os agentes económicos dentro de um circuito económico participativo, controlado e mensurável. Atendendo a contribuição altamente valorizada das TIC´s no crescimento económico das sociedades e a facilidade tanto quanto a acessibilidade que as mesmas proporcionam para os serviços financeiros, principalmente na inclusão financeira de agentes económicos que funcionam de forma informal.

Diante do exposto, consideramos existirem soluções disponíveis diante das novas tecnologias, especificamente as Fintechs que possam colmatar essa lacuna sobre a ausência de alguns agentes económicos no circuito inclusivo financeiro. Face a isso levantamos a seguinte pergunta de partida:

De que forma as Fintechs influenciam a inclusão financeira?

Hipóteses

"Hipótese é uma proposição que se faz na tentativa de verificar a validade da resposta existente para um problema, ou seja, é uma suposição que antecede a constatação dos factos e tem como característica uma formulação provisória que deve ser testada para determinar a sua validade, correcta ou errada" (Quissua 2019, p. 30).

H1: As Fintechs tornam viável o uso dos produtos bancário aos agentes económicos.

H2: As Fintechs geram resultados de expansão mais rápidos e com maior alcance.

H3: As Fintechs podem não ser acessíveis e viáveis para todos os utentes de serviços/produtos bancários.

Objectivos

Geral

Compreender a influência das Fintechs na inclusão financeira.

Específicos

1º Apresentar as Fintechs como meio de viabilidade económica e financeira no fluxo ou circulação da moeda.

2º Promover a literacia financeira tecnológica.

Delimitação do tema

O presente estudo é limitado na abordagem de aspectos relacionados à implementação de instrumentos de inclusão financeira no âmbito da circulação da moeda na província de Luanda, município de Cacuaco, como alternativa o uso da Fintechs Unitel Money da empresa Unitel, Loja do Sequele no Iº Semestre de 2024.

Justificativa

A escolha do presente tema, cinge-se ao facto de que as Fintechs têm vindo a se tornar no instrumento de inclusão Financeira adoptado em muitas economias e actualmente com grande afluência em países do continente africano e aderido pelos agentes económicos, não apenas empresas, porém com maior predominância à agente família, os ditos consumidores.

Estrutura do trabalho

O presente trabalho parte de uma introdução que esclarece o desenho teórico da pesquisa, e apresenta três capítulos:

No primeiro capítulo, falar-se-á das questões teóricas e conceptuais sobre as Fintechs como Instrumento de Inclusão Financeira; no segundo capítulo, abordaremos os materiais e métodos de investigação; no terceiro capítulo, far-se-á a apresentação, análise e interpretação dos resultados obtidos; em função dos resultados obtidos na pesquisa, apresentar-se-á as conclusões e sugestões e, por fim seguirão as referências bibliográficas, anexos e apêndices.

CAPITULO I. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1. Definição de termos e conceitos

A partir deste ponto, nossa preocupação prende-se em definir os termos e conceitos que irão nortear a nossa pesquisa, ou seja, os termos que abaixo se seguem.

1.1.2 Fintechs

De acordo com Breternitz (2009), fintech é um acrónimo que significa tecnologia e finança, uma nova tecnologia de informação que dá suporte ao sistema bancário e que alia a experiência bancária às modernas técnicas das ciências de gestão e aos computadores. Segundo Schueffel (2017), fintech é uma nova indústria financeira que aplica tecnologia para melhorar as atividades financeiras. Nesta sequência, o termo fintech, é a forma abreviada da frase tecnologia financeira, que revela a existência de empresas ou representantes das mesmas que combinam serviços financeiros com tecnologias modernas e inovadoras (Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, & Weber, 2017).

Fintech representa a área da inovação tecnológica com potenciais implicações para o sistema financeiro e para os seus intermediários e utilizadores (Cordeiro, Oliveira & Duarte, 2019 a).

Podemos também referir que Fintech é uma empresa que convive com o sector financeiro e com o sector tecnológico, que concebe modelos de negócios de elevado potencial e que inclui inovação em serviços e produtos com o objectivo de responder a necessidade dos clientes (Pwc, 2018).

Da revisão literária, os autores desafiaram-nos com as definições acima enunciadas. Neste âmbito, todos eles revelaram a importância das Fintechs no mundo global, dadas as necessidades de modernização dos serviços e mobilidade de pessoas, em todos os sectores de actividade, seja no comércio, nas atividades gestoras, nas indústrias, nas instituições e organizações nacionais e internacionais, devido ao carácter tecnológico que incorporam e cujo objetivo imediato é servir os clientes cada vez mais exigentes, de acordo com os seus interesses.

1.1.3 Inclusão Financeira

Alguns bancos centrais utilizaram as definições de inclusão financeira formuladas pelas organizações internacionais como base para elaborar as suas. Para o Banco Central do Brasil (Bacen), a Inclusão Financeira é “o processo de efetivo acesso e uso pela população de serviços financeiros adequados às suas necessidades, contribuindo para a sua qualidade de vida” (Banco Central do Brasil, 2011: 15).

O Banco Nacional de Angola, por sua vez, define a inclusão financeira como “o acesso da população a serviços financeiros básicos, incluindo instrumentos de pagamentos seguros e eficientes, independentemente do seu rendimento e da sua localização geográfica no território nacional” (Banco Nacional de Angola, 2011: 1).

Para Sarma (2012: 1), um sistema financeiro inclusivo é desejável por razões tais como facilitar a alocação eficiente dos recursos produtivos, o que permite a expansão de investimentos, crescimento econômico e formação de capital. Isso acaba por configurar um ciclo virtuoso, pois a inclusão financeira, ao promover o desenvolvimento e o crescimento econômico, possibilita uma maior disponibilidade de fundos, o que contribui para uma melhor gestão dos recursos e pode ser aplicada em financiamento de investimentos, estimulando o crescimento. Além disso, o sistema financeiro inclusivo é responsável por melhorar a gestão das finanças pessoais e por contribuir com a redução dos canais de créditos informais. Assim, ampliar o acesso ao sistema financeiro formal para aqueles até então excluídos representa um aumento do bem-estar para essas pessoas, além de promover serviços financeiros mais eficientes, uma vez que não adianta a existência de uma gama de serviços que não são usados. A inclusão financeira pode ser considerada um fenômeno multidimensional por lidar com diferentes formas de exclusão financeira que devem ser combatidas em simultâneo. Segundo Whyley e Kempson (2000: 9) há cinco principais formas de exclusão, a primeira é a **exclusão de acesso** tanto pela distância a um canal de acesso quanto pelo processo de gestão de risco do sistema financeiro. Em seguida, há a exclusão por condição, ou seja, quando ocorre pelas condições inadequadas em que o crédito é oferecido. Ademais, tem-se a **exclusão por preços acima do esperado de produtos financeiros** e a **exclusão por marketing**, isto quer dizer, pelo direcionamento das vendas de produtos financeiros. Por fim, existe a **autoexclusão**, que se reflete na decisão de determinadas pessoas a se excluir do

sistema financeiro formal, por falta de conhecimento financeiro apropriado, entre outras razões.

A maioria das definições sobre exclusão financeira está associada à incapacidade de acessar os serviços financeiros necessários de uma forma adequada. Dessa forma, pode-se tentar definir Inclusão Financeira como um processo que assegure a facilidade e a disponibilidade de acesso, assim como o uso do sistema financeiro formal para toda a população de um determinado lugar. Isso engloba a atuação tanto pelo lado de promover o acesso a serviços financeiros, expandindo os canais de acesso como os correspondentes bancários, quanto pelo lado do uso. Esse último consiste, fundamentalmente, na promoção da educação financeira a todas as pessoas para que se sintam confortáveis e seguras para adquirir um produto financeiro. Isso é necessário, pois os baixos níveis de rendimento e escolaridade levam às pessoas a acreditarem que não possuem vantagem em se inserir no sistema financeiro, além de dificultar o entendimento dos produtos e serviços financeiros.

1.2 As Revoluções Industriais

Nos últimos 250 anos, quatro revoluções industriais transformaram a forma como os seres humanos criaram valores, gerando impactos que mudaram o mundo. Em cada uma delas, as tecnologias, os sistemas políticos e as instituições sociais evoluíram em conjunto, modificando não apenas as indústrias, mas a forma como as pessoas se identificavam, relacionavam umas com as outras e interagiam com a natureza (Schuwab, 2018).

A primeira revolução industrial começou na indústria têxtil britânica em meados do século XVIII e foi desencadeada pela mecanização da fiação e da tecelagem. Nos 100 anos subsequentes, esta revolução transformou todas as indústrias existentes e deu origem as novas máquinas, incluindo as ferramentas produzidas com aço e à locomotiva a vapor que iniciou a era dos transportes por caminhos-de-ferro (Schuwab, 2018).

A 1ª revolução industrial teve os seus pontos negativos, um dos quais foi a sua contribuição para o alastramento do colonialismo e o desgaste ambiental. De outra forma, ela ofereceu muitas vantagens para a humanidade, sendo que foi nesta revolução que assentaram todas as outras (2ª,3ª e a 4ª que está a chegar). As

revoluções industriais não foram meras acelerações do crescimento económico, mas uma aceleração do crescimento entre comunidades e sociedades em geral que, até então, desconheciam a sua existência simultânea (Hobsbawm 1969).

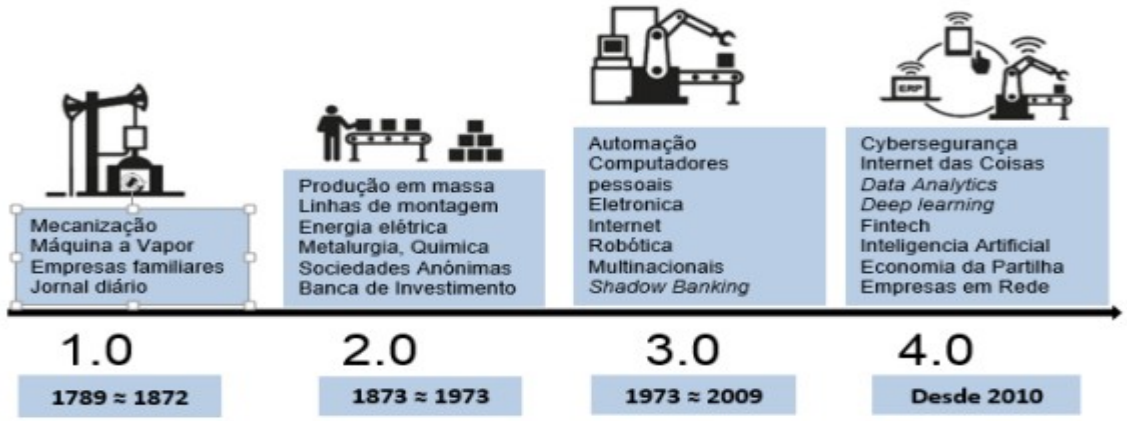
A segunda revolução decorreu entre 1870 e 1930, gerando uma nova onda de tecnologia interrelacionada. Nesta, acentuou-se o crescimento e as oportunidades que surgiram com a primeira revolução industrial. O rádio, o telefone, a televisão, os eletrodomésticos e a iluminação elétrica, revelaram o poder transformador da eletricidade. Por outro lado, o motor de combustão interna deu origem ao automóvel, ao avião e, em última análise, aos seus ecossistemas incluindo os empregos industriais e as infraestruturas rodoviárias, do saneamento às viagens aéreas internacionais, a segunda revolução industrial inaugurou o mundo moderno (Hobsbawm, 1969).

A terceira revolução surgiu por volta de 1930, onde ocorreram avanços revolucionários na teoria da informação e na computação digital, assim como as tecnologias que estão no cerne da terceira revolução industrial. Como nos períodos anteriores, a terceira revolução industrial não se deveu à existência de tecnologias digitais, mas à forma como elas mudaram a estrutura dos nossos sistemas económicos e sociais. Pois a capacidade de armazenar, processar e transmitir informações em formato digital reconverteu quase todos os sectores e mudou drasticamente a vida profissional e social de milhões de pessoas. O impacto cumulativo dessas três revoluções industriais foi um aumento incrível de riqueza e oportunidades pelo menos nos países desenvolvidos (Schuwab, 2018).

A quarta revolução industrial é uma forma de descrever um conjunto de transformações em curso ou iminentes no meio económico e financeiro que a maioria dos cidadãos toma por certas todos os dias (Schuwab, 2018). A Figura abaixo espelha todas as revoluções industriais.

Em suma, a primeira revolução industrial usou máquina a vapor para produzir a energia e assim mecanizou a produção. A segunda revolução usou a energia elétrica para produção em massa. A terceira revolução utilizou a eletricidade e a tecnologia para otimizar a produção. A quarta revolução está a ser construída sobre a terceira.

Figura 1 - As quatro revoluções Industriais



Fonte: Carvalho (2019), Dilema das Alianças, 170

A quarta revolução industrial sustenta-se na terceira e decorre desde meados de seculo XXI, é caracterizada por uma fusão de tecnologias entre a esfera física, digital e biológica.

Para Carvalho (2019), a sociedade que se segue vai ser caraterizada por (i) ausência de fronteiras, porque o conhecimento se desloca mais facilmente do que o dinheiro, (ii) mobilidade ascendente, disponível a todos mediante educação formal facilmente adquirida, e (iii) vencedores e vencidos. Qualquer pessoa pode adquirir os “meios de produção”, isto é, o conhecimento exigido pelo emprego. Mas nem todos podem vencer. Conclui Carvalho (2019), observando que estas caraterísticas promoverão sociedades muito competitivas, voláteis, disruptivas e complexas, tanto para as pessoas como para as organizações.

Schuwab (2018), afirma ainda que há três razões pelas quais as transformações de hoje representam não apenas um prolongamento da terceira revolução industrial, mas a chegada de uma quarta e distinta revolução: (i) a velocidade, (ii) a amplitude e (iii) o impacto dos sistemas. A velocidade das descobertas atuais não tem precedentes históricos quando comparada com as revoluções industriais anteriores e está evoluindo a um ritmo exponencial e não linear. Amplitude é fruto da combinação de várias tecnologias e tem como base a revolução digital, a profundidade desta revolução não está mudando apenas o que fazemos e como fazemos as coisas, mas sim, “quem somos”. O mesmo autor descreveu ainda 12 grupos de tecnologias que sustentam esta revolução (novas tecnologias de computação, blockchain e tecnologias de registos distribuídos, a internet das coisas, inteligência artificial e

robótica, materiais avançados, fabrico aditivo e impressão multidimensional, biotecnologias, neuro-tecnologias, realidade virtual e aumentada, captação e transmissão de energia, geoengenharia e por último, tecnologias espaciais). O impacto dos sistemas: esta revolução transforma inteiramente todos os sistemas, dos países, das empresas e da sociedade em geral.

Quadro 1. Alguns conceitos importantes

Tecnologias	**Conceitos**
Inteligência artificial	Faz com que os sistemas aprendam sem necessidade de programação. Ajuda na identificação facial e de voz, torna os serviços e produtos mais autónomos.
Robótica	Fabrica Robôs para automação e melhoria de serviços a custos reduzidos.
Biotecnologia	Usa organismos vivos na fabricação de medicamentos, combustíveis, nutrientes químicos e materiais diversos.
Blockchain	Regista movimentos financeiros num arquivo digital de forma distribuída, segura, transparente e não permite duplicação dos dados. Também pode servir para certificação em diversas áreas.
Internet das coisas	Conecta as máquinas, os eletrodomésticos, os veículos e as pessoas à internet.
Impressão em 3D	Permite a fabricação de muitas coisas, com o uso de qualquer material num sistema de escala reduzida.
Criptomoedas	É um ativo digital projetado para funcionar como um meio de troca usando criptografia como elemento fundamental para proteger as transações e controlar a criação de unidades adicionais do sistema.

Fonte: Magalhães e Vendramini (2018)

Estas tecnologias têm o potencial de melhorar a qualidade de vida das pessoas e aumentar nível de rendimento dos indivíduos a nível global.

1.2.1 A revolução digital do sistema financeiro

O início da revolução digital deu-se quando a internet passou a ser usada de forma mais ampla pelo mundo, em meados dos anos 1990. Certamente, como tudo, foi um "ponto de partida" (Delloite, 2018).

A questão é que, desde sempre, os Bancos e outras organizações do universo corporativo das finanças, suportadas em modelos de ganhos de escala e de sinergias, têm absorvido a evolução de novas tecnologias, processos e produtos. Porém, o surgimento de novas aplicações digitais voltadas para a prestação de serviço personalizados, abertas, e com menor custo de investimento e de serviços (assentes em plataformas) intensificou-se nesta década de 2010 (Delloite, 2018).

O sector financeiro encontra-se em profunda mudança, impulsionada pela tecnologia disruptiva que oferece uma base para toda estrutura de negócio com intuito de beneficiar de uma maneira geral as necessidades dos clientes, o que induziu Tapscott (1996) a descrever quatro caraterísticas da nova economia: **(i) conhecimento** é considerado ã maior riqueza na organização, elemento condutor para o sucesso e o desenvolvimento organizacional; **(ii) inovação**, quando se trata das novas tecnologias, a inovação passa a ser fundamental para as organizações, sendo que a criação de novos produtos é uma arma fundamental para a concorrência; **(iii) digitalização**, permite armazenar todas as informações ou conhecimentos, num curto período de tempo e é uma maneira mais simples de ter acesso as informações guardadas; **(iv) virtualização** é uma técnica onde pode ser executada e configurada muitos serviços e programas, torna possível a conversão de bens ou ativos físicos em virtual, podemos ver alguns exemplos: filmes e musicas (discos), fotografias, revistas, livros, moedas etc. (Cordeiro, Oliveira, Duarte, 2019).

Assim sendo, a área de negócio da "velha economia" mais diretamente afetada pela tecnologia de informação é o sistema bancário e financeiro em geral (Alcarva, 2018).

A construção de um sistema abrangente de informações de crédito promoverá a partilha de informações entre reguladores, instituições financeiras e empresas (Wyman, 2016) na busca de um equilíbrio, ajustável, ao tempo e à evolução tecnológica e social.

A inovação financeira traz um milagre para os utilizadores do sector financeiro, reduz drasticamente os custos no sector e dá maior facilidade de acesso aos serviços (World Economic Forum, 2016) democratizando e oferecendo maior transparência e oportunidades ao sistema.

Quando a possibilidade de utilizar o Banco pela internet surgiu, muitos encararam a novidade com desconfiança, por medo de fraudes e roubo de dados. A preocupação é, de facto, bastante relevante. Porém, a indústria financeira conhece os riscos e, por isso, investe mais na segurança de dados (Alcarva, 2018).

Por essa razão, serviços como internet banking e mobile banking popularizaram-se.

No que respeita aos custos de transações no sistema financeiro, que estão a ser otimizados graças as novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), muitos autores afirmaram que a digitalização do sistema financeiro promove benefícios como transparência, segurança e privacidade CB Insights (2019). De acordo com a Delloite (2018) a tecnologia de informação e comunicação (TIC) é um elemento importante para a viabilização da economia digital.

Figura 2 - Ecosistema Digital



Fonte: Delloite (2018)

1.3 Moeda Digital

Atualmente tem-se falado muito da moeda digital como uma força que desafia Estados e Bancos Centrais. A moeda digital, através da tecnologia blokchain, proporciona um novo mundo de sistemas descentralizados de verificação de operações financeiras sem balcões, sem espera, sem comissões, sem fronteiras, onde as barreiras impostas

pelo sistema tradicional serão retiradas. O poder da nova tecnologia poderá criar um dos ativos mais importante no mercado financeiro atual (Schwab, 2019).

A moeda digital pode ser definida como um ativo digital, projetado para funcionar como um meio de troca que utiliza criptografia como elemento fundamental para proteger as transações e controlar a criação de unidades adicionais do sistema (Ulrich, 2014).

Uma moeda digital é uma representação digital de valor não diretamente correspondente a uma moeda com curso legal a qual pertence a um sistema descentralizado (Cordeiro, Oliveira & Duarte, 2019 a).

Uma moeda digital representa um sistema de caixa digital descentralizado onde todos os participantes são ao mesmo tempo supervisores do processo. Em contraste com as taxas de câmbio tradicionais, o sistema opera através de uma rede de computadores online conectando todos os envolvidos, para processar e verificar transações individuais (Santos, 2016).

Uma moeda digital é um ativo digital que funciona como um meio de pagamento ou de troca, utilizando a criptografia para tornar as transações mais seguras e para a emissão das moedas e tem como base a tecnologia blockchain (Lorenz, Osterrieder & Strika, 2016).

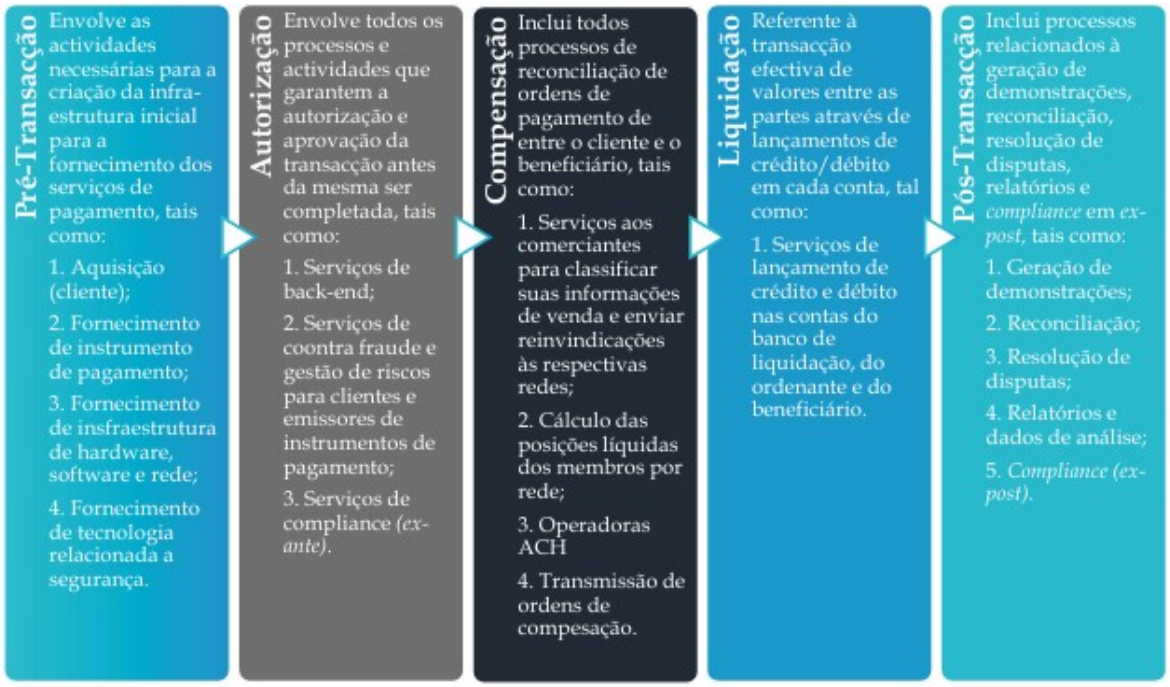
1.3.1 Sistema de pagamento eletrónico e suas características

O sistema de pagamento electrónico está muito associado a transacções de baixo valor, realizadas diariamente por agentes económicos. O sistema, em si, torna possível, a realização de transacções entre consumidores e empresas de forma rápida e segura, quer para a aquisição de bens e serviços, pagamentos, processamento de salários, e outras.

As fintechs podem trazer diversas inovações importantes ao nível dos serviços de pagamento, dentre estas, destaca-se a possibilidade de realização de pagamentos em tempo real, a utilização de porta-moedas electrónicos, bem como aplicações móveis, com as quais sucede uma maior facilidade para efectuar pagamentos de baixo valor, com a maior celeridade, conforto e segurança, podendo ser feito quer com o recurso a utilização de dispositivos móveis quer por serviços de pagamento virados para o e-commerce.

Ademais, operadores fintechs podem actuar em várias actividades na cadeia de pagamentos, mesmo que sejam apenas segmentos particulares do sistema de pagamento. De acordo com o Bank for International Settlements (BIS), os estágios da cadeia de pagamento podem ser estruturados em 5 fases, conforme ilustra a Figura 4.

Figura 3 - Estágios da cadeia de pagamentos



Fonte: Bank for International Settlements (2014). Adaptação ARC, (2020).

Ademais, o BIS categoriza os operadores “não-bancos” no sistema de pagamentos em quatro categorias, de acordo com o estágio da cadeia de pagamento em que actuam, com o tipo de serviço que fornecem e com o seu relacionamento com os bancos:

i) **Operadores front-end** – geralmente, têm as actividades focadas nas fases (1) pré-transacção, (2) autorização e (5) pós-transacção. Actuam como

Figura 4 - Operadores Front-end

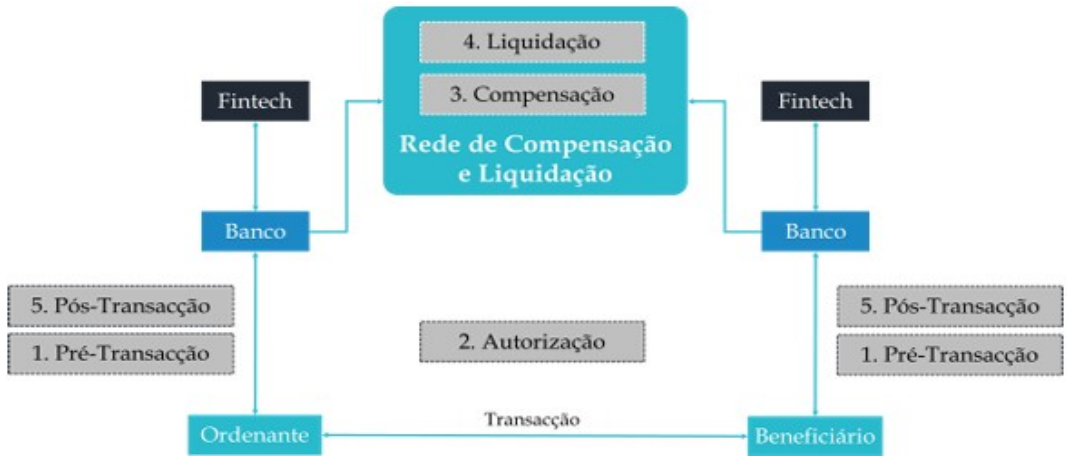
os-ordenante e beneficiário, e fornecedores tradicionais de serviços de compensação e liquidação. Estes operadores podem estabelecer um acesso directo às redes de compensação e liquidação ou eles podem obter acesso por meio de um banco intermediário. Provedores de front-end podem competir com os bancos em certas dimensões, mas, normalmente, cooperam/dependem dos bancos para a compensação e liquidação de transações.



Fonte: Bank for International Settlements (2014). Adaptação ARC, (2020).

ii) **Operadores back-end** - fornecem serviços de back-end para bancos (serviços de TI, segurança, operações de back-office, auditoria, compliance, etc.) sem relação directa com os clientes finais, neste caso, ordenantes e beneficiários. Normalmente colaboram com os bancos por meio de acordos de terceirização e geralmente focam-se em um estágio concreto da cadeia de pagamentos;

Figura 5 - Operadores Back-and



Fonte: Bank for International Settlements (2014). Adaptação ARC, (2020).

iii) **Operadores de infra-estruturas de pagamentos de retalho** - são especializados em serviços de (3) compensação e (4) liquidação, em back end, oferecendo seus serviços, em relação a diferentes instrumentos de pagamento, aos bancos e outros provedores de serviços de pagamento;

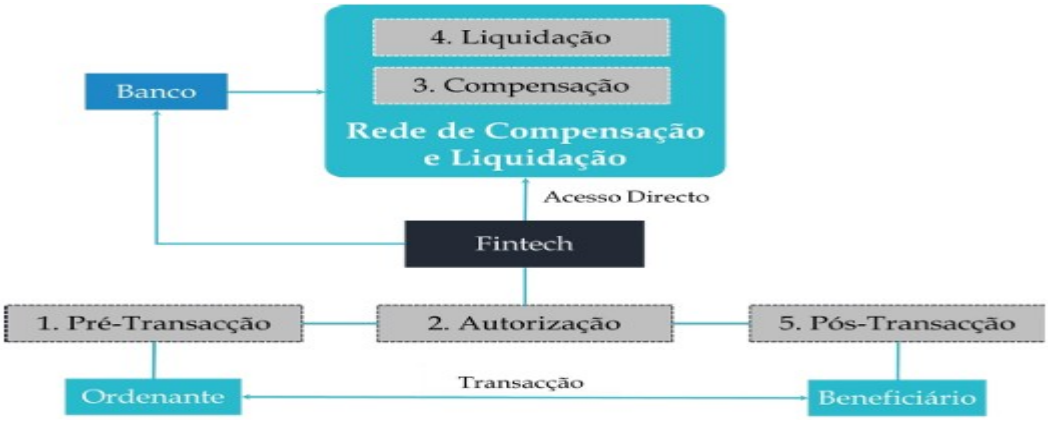
Figura 6 - Operadores de infra-estrutura de pagamentos de retalho



Fonte: Bank for International Settlements (2014). Adaptação ARC, (2020).

iv) **Operadores end-to-end -** esta é essencialmente uma combinação das categorias anteriores, onde ordenantes e os beneficiários têm um relacionamento directo com os provedores end-to-end, geralmente, mediante a detenção de uma conta com estes. São considerados sistemas de ciclo fechado, visto que o movimento de fundos, da conta do ordenante para a conta do beneficiário, não requer necessariamente conexões com bancos, embora os bancos possam ser usados para financiar ou resgatar contas de usuário com provedores end-to-end. Provedores end-to-end podem, também, colaborar com outras companhias de fintechs e bancos, como agentes para a prestação de alguns serviços. Portanto, estes operadores podem realizar toda a cadeia de pagamento, embora também possam contar com os bancos para ter acesso infra-estrutura de pagamentos de retalho (processos de compensação e liquidação).

Figura 7 - Operadores End-to-End



Fonte: Bank for International Settlements (2014). Adaptação ARC, (2020).

1.4 Panorama Do Sector Financeiro Angolano

Os bancos comerciais dominam o sector financeiro em Angola. No final de 2019, 26 instituições financeiras bancárias estavam autorizadas a operar no sistema financeiro Angolano. Estas incluem três bancos públicos, 17 bancos privados nacionais, cinco subsidiárias de bancos estrangeiros e uma agência estrangeira. Em relação às instituições financeiras não bancárias, foram autorizadas 113, sendo 66 casas de câmbio, 27 sociedades de microcrédito, 15 sociedades de remessas, duas cooperativas de crédito, uma sociedade de leasing financeiro e duas prestadoras de serviços de pagamento — mobile banking.

A concentração de agências e balcões bancários é elevada nas províncias de Luanda, Benguela e Huíla em comparação com o resto do país. O sistema bancário angolano global era composto por um total de 1.579 agências e balcões bancários, 119 agências e balcões de câmbio, 45 agências e balcões de sociedades de microcrédito, 24 agências e sucursais de sociedades de remessas e uma agência cooperativa de crédito. 55 por cento de todas as agências e balcões bancários encontram-se em Luanda, 8 por cento em Benguela e 5 por cento nas províncias da Huíla.

1.4.1 Evolução tecnológica no sector financeiro

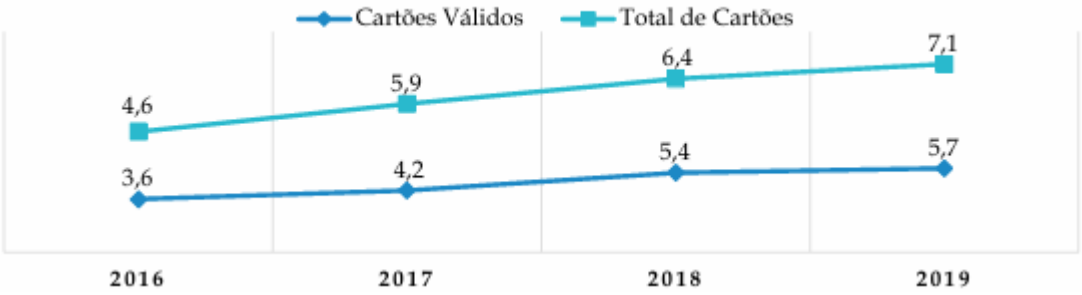
No âmbito do sistema de pagamentos, o mercado bancário de retalho é representado pela EMIS. Criada em 2002, a empresa integra na sua estrutura accionista 22 bancos, sendo o BNA o maior accionista. O desempenho das suas atribuições tem sido particularmente centrado na prestação de serviços de pagamentos por intermédio de Caixas Automáticas (ATM's) e Terminais de Pagamento Automático (TPA's). Porém, o principal meio de pagamento, ao nível do comércio electrónico nacional, tem ocorrido por via da utilização de referências – através de plataformas de Internet Banking, Multicaixa Express, TPA e ATM.

Apesar da lenta expansão da bancarização nacional, o surgimento dos meios de pagamento electrónico é evidente no mercado e, de acordo com a consultora Deloitte, no seu relatório "Banca em Análise 2020", a utilização destes meios de pagamento continuou a demonstrar em 2019, no mercado nacional, a tendência de crescimento verificada nos últimos anos.

No mesmo relatório, afirma-se que o número de cartões "Multicaixa" válidos ou activados aumentou de cerca de 5,4 milhões, em 2018, para 5,7 milhões, em 2019,

enquanto o total de cartões aumentou de 6,4 milhões para cerca de 7,1 milhões, no referido período. Relativamente à Rede de Terminais, os números de ATM's e TPA's registaram um crescimento de 4% e 14%, respectivamente.

Figura 8 - Evolução de cartões "Multicaixa" activos (em milhões)

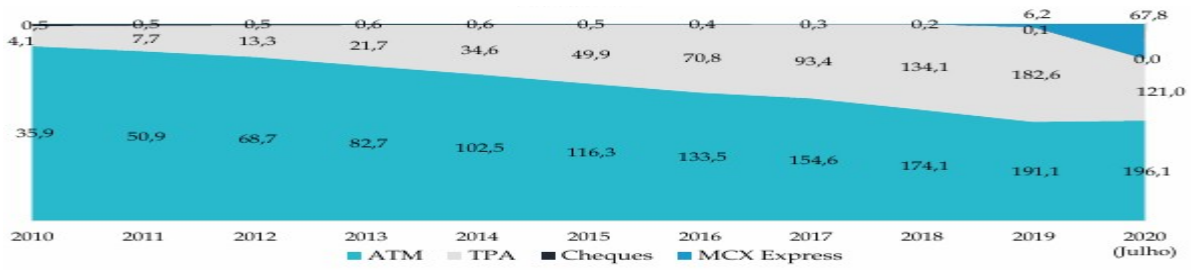


Fonte: Delloite, 2020

O número de ATM's aumentou de 3 098 em 2018 para 3 120 em 2019 e o número de TPA's cresceu de 96 754 em 2018 para 115 206 terminais em 2019. Relativamente ao número de transacções em ATM's e TPA's, registou-se, em 2019, um crescimento médio de 23% face a 2018, sendo que as transacções realizadas em ATM's cresceram 10% e as transacções efectuadas em TPA's cresceram aproximadamente 36%.

A tendência de crescimento de transacções de natureza mais prática tem sido notável, na medida em que, no período compreendido entre 2010 a 2019, conforme mostra o Gráfico 3, o volume de transacções realizadas em TPA's registou um aumento em cerca de 4 300% e um aumento de 432% nas transacções em ATM's, tendo registado uma redução de 72% nas transacções por cheque. Quanto ao serviço Multicaixa Express, lançado em 2019, assistiu se a um crescimento no volume de transacções, em apenas um ano, acima de 1 000%.

Figura 9 - Volume de transações por instrumentos de pagamentos (em milhões)



Fonte: BNA, EMIS, 2020

O crescimento acelerado das transacções, através do aplicativo Multicaixa Express, mostra claramente a necessidade de soluções de pagamento cada vez mais fáceis e

cómodas. Nesta senda, a projecção de uma redução na utilização de outros métodos de pagamentos, tem atraído investidores e desenvolvedores de sistemas, precisamente startups de fintechs, que têm agregado inovação tecnológica nesse mercado.

No estudo designado “Medidas para a Redução de Assimetrias Regionais”, publicado em 2018, pela EMIS, dá-se nota que a capital de Angola, Luanda, dispõe de apenas 24 ATMs para cada cem mil habitantes. Este levantamento evidencia o facto de a rede de caixas electrónicas apresentar uma distribuição geográfica assimétrica, na qual as mais desfavorecidas são as populações que residem nas zonas periféricas das cidades, bem como as do interior do País.

A assimetria existente na distribuição geográfica da rede de ATM é uma consequência do facto de a mesma se ter desenvolvido por via da implantação da rede de agências bancárias, que tem limitações no âmbito da penetração em todos os segmentos do mercado.

Contudo, os dados da EMIS referem que a percentagem de ATM off premises (fora das agências) tem vindo a crescer, representando, actualmente, uma quota de 15%. Em conformidade com o referido estudo, acredita-se que a solução para o alargamento da rede de ATM e o devido acesso envolve a quebra da relação entre o desenvolvimento da rede bancária tradicional e o desenvolvimento da rede de ATM, fazendo surgir mais ATM off premises.

Deste modo, é possível concluir que a situação assimétrica deverá permanecer, caso o desenvolvimento da rede de ATM suceda por dependência do alargamento da rede de balcões, cuja expansão, por sua vez, depende da atractividade regional do negócio bancário.

Ao longo dos últimos anos tem surgido uma tendência mundial para a redução de agências bancárias, substituindo a prestação de serviços resultantes da implantação física de agências bancárias pela utilização de dispositivos que permitam aos clientes aceder aos mesmos serviços bancários com mesmo nível de celeridade, segurança e transparência.

1.4.2 Transformação digital no sector financeiro

A transformação digital da banca em Angola tem alargado os serviços neste segmento, dos quais se destacam o surgimento de sistemas que permitem proceder ao levantamento de quantias monetárias, sem cartão bancário, desde que determinado utilizador aceda a um ATM, assim como o Gateway de Pagamentos Online (GPO).

Ademais, os investimentos e a consequente transformação digital da banca elevaram os níveis de rendimento do comércio electrónico no País e fizeram o sector movimentar 51 Mil Milhões de Kwanzas entre 2017 e Outubro de 2019, segundo o mais recente levantamento da EMIS.

Com o objectivo de criar condições para o desenvolvimento do ecossistema de pagamentos online em Angola, em 2019 a EMIS colocou em funcionamento uma carteira móvel interbancária de pagamentos electrónicos, denominada Multicaixa Express, que tem como instrumento de pagamento o cartão bancário, oferecendo aos titulares de contas bancárias que sejam usuários de smartphone a possibilidade de acederem a um conjunto de produtos e serviços financeiros, desde que tenham acesso à Internet.

Este tipo de instrumento de pagamento é referido como o canal de pagamento com maior expressão e, desta forma, constitui o mecanismo mais eficaz para impulsionar a massificação do pagamento electrónico, bem como promover a bancarização e incentivar a inclusão financeira.

Recentemente, foi anunciada pela EMIS a implementação de um aplicativo para assegurar o pagamento de compras em lojas virtuais, potenciando o comercio electrónico. Trata-se de um Gateway de Pagamentos Online (GPO) que vai operar através do Multicaixa Express, dos dados do cartão Multicaixa e por referência.

Uma das questões que se coloca, na análise da bancarização é se a inclusão financeira em países em desenvolvimento deve ser feita, unicamente, por via da bancarização tradicional (abertura de contas em bancos), como aconteceu em mercados mais desenvolvidos ou se, pelo contrário, pode, igualmente, ser feita por via da introdução de formas inovadoras de prestação de serviços financeiros – a resposta é certamente a segunda opção.

O maior desafio da inclusão financeira tem a ver com a necessidade de conceber soluções rápidas e sustentáveis que assegurem a prestação de serviços financeiros básicos aos 65% da população adulta que não se encontra, actualmente, integrada no sistema bancário, enquanto utilizadores.

Se, por um lado, a inclusão financeira contribui para a melhoria da qualidade de vida, ao facilitar as operações de pagamento entre pessoas, por outro lado, as autoridades monetárias a consideram como um recurso para redução do dinheiro físico em circulação, que é do seu interesse.

A modernização do sistema financeiro tem sido notável, uma das inovações que mereceu particular destaque foi a possibilidade de efectuar depósitos em dinheiro utilizando uma caixa automática, bastando, para o efeito, ser cliente de um banco que tenha disponível esse serviço.

A tecnologia chega ao País pelas mãos da Sepritel, uma holding angolana, gestora de multisserviços de atendimento e tecnologia, e vem, deste modo, potencialmente, concorrer com a EMIS, entidade que, de resto, detém a prerrogativa para homologar todas iniciativas inerentes a estes serviços.

Ainda assim, em algumas regiões do País, as comunicações interbancárias são feitas, ainda, por via de um link satélite de Internet, uma vez que aquelas regiões não se encontram cobertas por uma rede avançada de telecomunicações.

Ademais, tem sido indicado como um dos principais entraves para a dinamização do mercado de pagamentos electrónicos o facto de significativo número de cidadãos não ter acesso à internet e, concomitantemente, a uma rede telefónica, o que faz com que se desloquem às agências bancárias para acederem aos serviços de pagamento.

Focando-se na transformação digital da banca em Angola, a EMIS tem alargado os serviços neste seguimento, dos quais se destaca o levantamento de quantias monetárias sem cartão num ATM e o GPO.

1.5 O Sistema De Pagamento Angolano (Spa)

O Sistema de Pagamentos de Angola (SPA) é regulado pelo Banco Nacional de Angola, com vista a cumprir o interesse público com os seguintes objectivos: segurança, fiabilidade operacional, eficiência e transparência. Neste contexto, as

partes interessadas do SPA são, entre outros, o BNA e o Conselho Técnico do Sistema de Pagamentos de Angola. O SPA é composto por quatro subsistemas de retalho: o subsistema de compensação de cheques (SCC), o subsistema Multicaixa (MCX), o subsistema de transferência de crédito (STC), o sistema de débito directo e o sistema de pagamento em tempo real (SPTR).

Actualmente, as acções apropriadas estão a ser tomadas por forma a implementar o sistema de pagamentos móveis e instantâneos. Em termos de inovação, foi implementada a referência de pagamento de estado único nos subsistemas de retalho da Câmara de Compensação Automatizada de Angola para facilitar a cobrança de receitas. Por último, foi criado o Laboratório de Inovação do Sistema de Pagamentos de Angola, que irá proporcionar um ecossistema favorável ao desenvolvimento de tecnologias financeiras. Grupo Banco Mundial, (2019).

No SCC, o uso de cheques é significativamente reduzido, o que é um factor positivo — ou seja, o uso de instrumentos electrónicos, como cartões e transferências, em detrimento dos cheques. Ao nível do retalho, o ambiente 24/7/365 foi implementado no subsistema Multicaixa, através do Aviso nº. 17/06 de 10 de Julho de 2017, Banco Nacional de Angola. Este aviso estabelece os níveis de serviço da rede Multicaixa e garante a plena disponibilidade em tempo real dos sistemas de informação internos dos participantes da rede Multicaixa, necessária para a implementação de operações em tempo real, como é o caso das transferências. Um novo canal de pagamento, denominado Multicaixa Express, também foi adicionado à rede Multicaixa. Esse canal possibilita operações por celulares semelhantes às de caixas electrónicas, ou uma funcionalidade de levantamento sem cartão, que permite ao titular do cartão gerar um código que permite levantar dinheiro sem o uso de cartão.

O governo de Angola executou todas as despesas públicas através do STC, inicialmente através da aprovação de ordens de levantamento. Este tem sido um grande sucesso, devido à facilidade de crédito em conta corrente, devolução de fundos e redução significativa de reclamações de créditos indevidos. para o STC também permite que os clientes de poupança comprem títulos do governo usando caixas electrónicos. No que se refere ao SPTR, o processo contínuo de implantação do ambiente 24/7/365 merece atenção especial. Isto permite alta funcionalidade do aplicativo, possibilitando a liquidação ininterrupta das operações do sistema de

pagamentos de retalho, incluindo transferências móveis e instantâneas, a depender da programação das operadoras da câmara, entre outras possibilidades. Ao longo do período de referência, o sistema de pagamentos sofreu alterações significativas, com impacto positivo na infraestrutura e na substituição gradual dos instrumentos físicos por electrónicos.

Tabela 1. Número e quantidade de operações processadas nos subsistemas do SPA

	2016	2017	2018	Variação Anual (%)
Número	95,284,828	131,873,792	169,437,071	28.48%
SPTR	248,364	219,081	239,170	9.17%
SCC	447,000	319,181	228,617	-28.37%
STC	6,681,641	9,979,572	10,612,200	6.34%
MCX	87,907,823	121,355,954	158,357,084	30.49%
Valor	**53,103,845**	**61,291,508**	**68,989,296**	**12.56%**
SPTR	48,477,409	54,461,352	60,447,009	10.99%
SCC	1,199,968	927,934	800,107	-13.78%
STC	1,671,636	3,246,298	3,996,765	23.12%
MCX	1,754,831	2,655,925	3,745,416	41.02%

Fonte: BNA, Banco Nacional de Angola

1.6 As Fintechs

Contemporaneamente, é possível contemplar o surgimento de tecnologias disruptivas no setor de serviços financeiros, principalmente, com a chegada e o contínuo desenvolvimento das fintechs (Leong et al., 2017). O presente estudo adota a definição de fintech como organizações do tipo startups que fornecem serviços financeiros inovadores habilitados pelas tecnologias da informação (Zavolokina; Dolata; Schwabe, 2016). O termo fintech descreve, em geral, a ligação de tecnologias avançadas relativas à internet, juntamente com ações comerciais do setor de serviço financeiro tradicional (Gomber, Koch; Siering, 2017). Corroborando, o termo fintech pode ser entendido como "um campo ou setor decorrente da simbiose entre plataformas digitais e inteligência artificial em serviços financeiros, geralmente em desacordo com os serviços financeiros tradicionais" (Lacasse, et al, 2016, p. 01).

As fintechs fornecem, aos mercados financeiros, produtos e serviços financeiros, caracterizado pela inovação tecnológica (Knewtson; Rosenbaum, 2019). O uso das tecnologias possibilitou a inovação em serviços financeiros o que pode resultar em "novos modelos de negócios, aplicativos, processos ou produtos, com um efeito

material associado a prestação de serviços financeiros", ou seja, fintech é um subconjunto adequado de tecnologia financeira (Knewtson; Rosenbaum, 2019, p. 04).

Fintech é um fenômeno empresarial, que não é desencadeado por um único fator de inovação financeira, mas sim é motivado pela ligação de aspectos econômicos, tecnológicos e regulatórios, e essa nova visão afeta instituições financeiras, reguladores, clientes e comerciantes em uma ampla gama de indústrias (Zavolokina; Dolata; Schwabe, 2016).

Para Knewtson e Rosenbaum (2019), as inovações proporcionadas pelas fintechs englobam as áreas de segurança cibernética, transações móveis, análise de dados, blockchain, ponto a ponto (P2P), aconselhamento robótico e Internet das Coisas (IoT). Ainda, as fintechs oferecem uma diversidade de serviços, podendo ser complementares as instituições financeiras tradicionais, ou podendo até substituir os serviços oferecidos pelos bancos tradicionais. Devido a pluralidade de serviços ofertados pelas startups de fintechs, Lee e Shin (2017) elencam algumas possibilidades de produtos/serviços para estas organizações, como por exemplo, pagamentos, gestão de ativos, crowdfounding, P2P (peer-to-peer), mercado de capitais e seguros.

Independentemente do foco de atuação, há uma característica comum entre as fintechs, que representa, em muitos casos, a razão motivadora por trás de seus modelos de negócios inovadores que é o elemento de customização, adaptado aos objetivos e pretensões individuais dos consumidores, com o objetivo de institucionalizar a customização da experiência de investimento (Winnefeld; Permantier, 2017). Os autores também citam que os modelos de negócios precisam ser remodelados e ajustados às plataformas digitais inteligentes, pois a tecnologia pode ser um impulsionador fundamental para a inovação, possibilitando entregar novos elementos de valor (Lacasse et al., 2016; Schüritz; Satzger, 2016).

Portanto, destaca-se a importância do mercado compreender e analisar as práticas dessas empresas, visto que envolvem modelos de negócio diferenciados que acarretam em novos paradigmas financeiros (Knewtson; Rosenbaum, 2020). Para isso, a análise do modelo de negócio serve como uma ferramenta para melhor identificar e visualizar as inovações desse contexto de mudanças no setor financeiro.

1.6.1 Estratégia de inovação do modelo de negócio das Fintechs

O modelo de negócio é a elaboração da estratégia na prática e tem como finalidade à criação, configuração e apropriação do valor que abrange os agentes como a organização, os clientes e os parceiros (Meirelles, 2015). "Um modelo de negócio descreve o raciocínio de como uma organização cria, entrega e captura valor" (Osterwalder; Pigneur, 2010, p. 14).

Neste ponto adotamos os componentes cunhados por Osterwalder e Pigneur (2010), os quais são amplamente reconhecidos e difundidos, tanto no contexto acadêmico quanto empresarial. Os nove elementos que configuram o modelo de negócio são: segmento de clientes; proposição de valor; canais; relacionamento com o cliente; fontes de receita; recursos chave; atividades chave; parceria chave e estrutura de custos, formando uma ferramenta gerencial (Osterwalder; Pigneur, 2010).

Os nove elementos podem ser replicados e alterados, fornecendo uma ferramenta dinâmica para a análise da inovação do modelo de negócio (Verhoeven; Johnson, 2017; Foss; Saebi, 2017). Entretanto, segundo os autores, esses elementos ainda carecem de estudos e orientações estratégicas sobre como usar essa ferramenta em diferentes contextos e configurações de mercado do produto, como é o caso dos serviços financeiros, mais especificamente, das fintechs, visto que envolvem a inovação de um mercado tradicional.

A inovação no modelo de negócio está ligada à atividade ou transformação do modelo de negócios, assim como relacionada aos termos "aprendizagem", "evolução", "modificação", "reconfiguração", "inovação" ou "renovação" (Foss; Saebi, 2017). Os conceitos, desse tipo de inovação, aparentam indicar tanto para mudanças incrementais que acontece nos modelos comerciais existentes (ou seja, evolução, adaptação), assim como as demais definições apontam para inovações mais radicais, nas quais, os modelos de negócios sofrem mudanças profundas (Foss; Saebi, 2017).

As inovações do modelo ocorrem "quando a empresa modifica ou melhora pelo menos uma das dimensões do valor" (Abdelkafi; Makhotin; Posselt, 2013, p. 13). Alternativamente, a inovação do modelo de negócios pode ser estabelecida como um processo que modifica deliberadamente os princípios centrais de uma organização e seu formato de fazer negócios (Ritter; Lettl, 2017). Teece (2010) cita que os modelos

de negócios são decorrentes da inovação tecnológica que ocorre dentro da organização. Dessa forma, a contínua inovação no modelo de negócio, segundo Teece (2010), pode ser o caminho de perpetuação, vantagem competitiva e sucesso para a organização. A inovação no modelo de negócio, pode ser feita de duas maneiras: a primeira maneira é partir do desenho de novos modelos de negócios para organizações; a segunda forma é quando acontece uma reconfiguração no modelo existente (Massa; Tucci, 2013). Os autores destacam que, quando acontece o desenho de um novo modelo, esse se refere à atividade empreendedora de criar, implementar e validar um modelo de negócio para uma organização recém-formada. No entanto, quando acontece uma reconfiguração do modelo de negócios os "gestores reconfiguram os recursos organizacionais (e adquirem novos) para alterar um modelo de negócio existente" (Massa; Tucci, 2013, p. 8).

As fintechs estão profundamente associadas a modelos de negócios inovadores, Caria (2017) identificou três correntes de estratégias de inovação do modelo de negócio que podem ser características das fintechs: monetização de dados, foco centrado no cliente e ecossistema. A **monetização de dados** compreende ao uso de dados para aprimorar a proposição de valor do modelo de negócios, além de influenciar os demais componentes do modelo (Caria, 2017). Para os autores, os dados também podem ser utilizados para implementar melhorias nos produtos oferecidos, ou para a criação de novas ofertas (Caria, 2017). Schüritz e Satzger (2016) destacam que o aumento na disponibilidade de dados e a crescente capacidade de explorá-los com análises, geraram a possibilidade de haver negócios totalmente "baseados em dados". Portanto, os dados têm o potencial de ser a próxima fonte de vantagem competitiva sustentada pela crescente sofisticação dos métodos disponíveis, impactando no modelo de negócio, na proposta de valor, nos fluxos de receita, no recurso chave e na atividade principal das Fintechs (Schüritz; Satzger, 2016, Caria 2017).

O **foco centrado no cliente** indica que as fintechs concentram o modelo de negócio em torno de um segmento específico de consumidor (Caria 2017). Esta estratégia ocorre quando uma organização inova seu modelo de negócios alinhando seus processos internos, ou seja, os bastidores (back-office) e seus processos externos front-office (ambiente físico, funcionários de serviços, processo de entrega de serviços) às necessidades do cliente (Sorescu et al., 2011). Caria (2017) cita que os

processos de front-office e back-office são, por exemplo, a jornada do cliente (desde o cliente que está sendo prospectado até o consumidor que já é cliente) e contribuem para a forma como o produto é percebido pelos clientes. “Quando se tem um foco centrado no cliente, mudar os valores do cliente estimula a empresa a manter o foco nas necessidades mais atuais dos clientes, o que também é chamado de perspectiva “fora de dentro” (Caria 2017, p. 20). Portanto, o foco no consumidor contribui com a proposta de valor e os componentes de negócios, pois os clientes percebem que a empresa e sua proposta de valor melhoram e se adaptam às necessidades dos mesmos (Zomerdijk; Voss, 2010; Caria, 2017).

A estratégia de inovação do modelo de negócio através de **ecossistemas** envolve a formação de parcerias estratégicas em rede com a finalidade de gerar valor (Adner; Kapoor, 2010; Caria 2017). As empresas podem inovar o modelo de negócio por meio de opções de escalonamento baseadas em parcerias, através do compartilhamento de ativos digitais de empresa que estão no mesmo ecossistema, ou do valor econômico criado, a partir de uma nova mentalidade atrelada a uma mudança cultural com foco na abertura do mercado (Bharadwaj et al., 2013; Zalan; Toufaily, 2017). As fintechs estão inseridas em um contexto complexo, e o seu ecossistema integra diferentes agentes, tais como, desenvolvedores de tecnologia, governo, clientes financeiros e instituições financeiras tradicionais (Lee; Shin, 2017). Portanto, é fundamental compreender como os atores se relacionam e como essa colaboração criará nova proposta de valor para os parceiros do ecossistema e estimulará a inovação (Lee; Shin, 2017; Zalan; Toufaily, 2017).

1.6.2 Importância e diferença em relação aos bancos tradicionais

Antes de apresentar as diferenças entre os modelos de negócios das FinTechs em comparação aos bancos tradicionais é necessário salientar que a quantidade de tecnologias financeiras que surgiram em todo o mundo na última década foi exponencial e consequentemente, houve um aumento considerável na literatura acadêmica sobre FinTech nos últimos cinco anos. (Kavuri & Milne, 2018). Entretanto, permaneceram lacunas significativas de pesquisa e questões importantes. É significativamente pouca a pesquisa acadêmica sobre fraude, crime financeiro, identidade e infraestrutura de dados em relação às mudanças nos mecanismos de pagamento. (Kavuri & Milne, 2018).

Relevando as lacunas de pesquisa no âmbito das inovações digitais, conforme apresentado anteriormente, sabe-se que novas tecnologias digitais estão remodelando a proposta de valor dos produtos e serviços financeiros oferecidos pelos bancos tradicionais. Enquanto muitos bancos têm subestimado a capacidade de novos entrantes inovarem na oferta de produtos e serviços financeiros, a ruptura de um modelo tradicional para um novo modelo de negócios está claramente em andamento. (Faria, 2018).

Acentua- se novamente o fato de que um novo segmento de empresas de tecnologia financeira (FinTechs) estão desconstruindo o modelo bancário tradicional, trazendo uma nova proposta de valor para todas as áreas de atuação dos bancos tradicionais: conta corrente, gestão de portifólio, empréstimos, financiamento de veículos, transferência de recursos entre pessoas físicas e jurídicas. (Faria, 2018 apud Kendall, 2017)

Segundo a PwC (2016), os bancos estão migrando para canais não físicos, implementando soluções operacionais e desenvolvendo novos métodos para alcançar, engajar e reter clientes. À medida que buscam uma experiência digital renovada do cliente, muitos estão se engajando na FinTech para fornecer experiências ao cliente no mesmo nível de grandes empresas de tecnologia e startups inovadoras. Em resposta a esse ambiente em rápida mudança, as instituições financeiras incumbentes abordaram a FinTech de várias maneiras, como por meio de parcerias conjuntas ou programas de startup. Mas qualquer que seja a estratégia que uma organização persiga, ela não pode se dar ao luxo de ignorar a FinTech.

Dentro do novo modelo de negócio apresentado pelas FinTechs, também destaca a capacidade de criação de produtos flexíveis adaptados às vidas das pessoas, especialmente em países em desenvolvimento (Faria, 2018 apud Kendall, 2017).

Segundo (Ioannis, A, 2018) bancos terão, portanto, que retreinar, desenvolver soluções estreitamente definidas, mas eficazes e recapturar os segmentos anteriormente negligenciados; que é o foco em clientes de varejo. Por exemplo, eles serão obrigados a investir em tecnologia de ponta (os bancos já começaram a incorporar computação em nuvem e Blockchain) para fornecer: Soluções B2B, mercados peer-to-peer (P2P) para clientes incapazes de garantir empréstimos de outras fontes tradicionais, ferramentas de gestão de finanças pessoais, carteiras

móveis, soluções para clientes incapazes de obter empréstimos com pontuação de crédito baixa ou nula, análise de Big Data, moeda digital e outras tecnologias Blockchain, seguros (InsurTech), investimentos (Robô-assessores) dentre outros.

As FinTechs possuem determinadas características que conquistaram os consumidores e que fez com que os bancos tradicionais repensassem algumas de suas práticas. De acordo com os levantamentos feitos pela Pwc (2016) algumas dessas características são **(1) Padrão de Comunicação:** A fim de melhorar a experiência dos usuários, as FinTechs introduziram acesso e facilidade para realização de transações, consulta imediata, abertura e encerramento remoto de contas o que torna a comunicação com seus clientes mais eficiente. **(2) Personalização:** buscando personalizar o serviço de acordo com a demanda individual de cada cliente, o padrão de serviços oferecidos se torna mais ideal para o perfil e necessidade do cliente. **(3) Maior cobertura:** através da tecnologia e eliminação quase completo de serviços de maneira presencial, as FinTechs chegam em lugares que outros serviços financeiros não eram capazes de alcançar. **(4) Funcionamento ágil:** Nesse ponto, existe uma diferença fundamental entre o funcionamento das FinTechs e dos bancos tradicionais. Os bancos são mais orientados pelo processo, ou seja, o sistema e a estrutura reguladora que eles carregam restringem a capacidade de inserção de novas tecnologia e novos produtos e serviços de solução para seus clientes. Enquanto isso, as FinTechs são mais focadas no cliente, contando com sistemas operacionais simples que permitem maiores mudanças dentro de uma estrutura disruptiva que incentiva a inovação e capacidade de derrubar barreiras que não apresentam desempenho. **(5) Perspectiva de tecnologia:** As FinTechs utilizam ferramentas tecnológicas como automação, inteligência artificial e Machine Learning, razões para o ritmo de funcionamento mais rápido.

Mesmo que os bancos tradicionais se apoiem nas questões de confiança e estabilidade para garantir presença no mercado financeiro, estes estão adotando novas tecnologias para acompanhar a inovação implacável trazida pelas FinTechs. Entretanto, há uma diferença substancial entre os modelos de negócio proposta por cada instituição do mercado financeiro, mesmo que com propósitos paralelos.

1.6.3 Tipos de Fintechs

Enquanto as FinTechs oferecem produtos que foram desenvolvidos para preencher uma lacuna de mercado através de um modelo enxuto de negócio baseado na tecnologia, os bancos tradicionais procuram atender um público mais amplo com maior variedade de produtos, sempre apoiada nos índices de confiabilidade e fatia de mercado que possuem perante os consumidores. Dentro desse setor, existe uma classificação de 31 acordo com os serviços prestados. De acordo com a classificação proposta pelo Banco Central do Brasil (BCB) e (Faria, 2018) as mais comuns são:

- FinTechs de Seguro: Oferecem seguros (de vida, imobiliário, de veículo, para viagem, etc.) com condições muito mais acessíveis e personalizados de acordo com a necessidade do cliente e além disso, com maior transparência e menor burocracia.
- FinTechs de Blockchain e Bitcoin: São, em geral, plataformas para a compra, venda e armazenamento de bitcoins, que visa aumentar o uso da moeda digital em detrimentos aos meios de pagamento tradicionais.
- FinTechs de Crowdfunding: São aquelas que intermediam múltiplas fontes de financiamento às iniciativas de interesse coletivo, para obtenção de capital auxiliando o financiamento de projetos sem a necessidade de recorrer a um empréstimo bancário.
- FinTechs de Gestão Financeira: Essas empresas auxiliam os usuários na condução da gestão das finanças pessoas através de uma plataforma, sendo esta voltado para pessoas físicas ou jurídicas.
- FinTechs de Pagamentos: Tem como objetivo descomplicar o processo de compra e venda entre clientes e para empresas, facilitando a comercialização de seus produtos através da internet. As empresas de meio de pagamentos e transferências também se encaixam nessa categoria.
- FinTechs de Crédito: Estas conectam a pessoa ou empresa que precisa de dinheiro às instituições bancárias e financeiras ou à outras pessoas que podem emprestar (também chamado de P2PL – Peer-to-peer Lending, traduzido para o português como empréstimo entre pessoas).

1.7 As Fintechs Em Angola

A evolução dos ecossistemas digitais pressionou a reformulação do modelo de negócio da Banca tradicional e promoveu a entrada no mercado de entidades nativamente digitais (*fintechs e insurtechs*). Este movimento teve como *driver* principal o utilizador final (particular ou empresa), que exige interagir com os serviços financeiros com a mesma experiência que interage com outros serviços no seu dia-a-dia (experiências líquidas).

Esta revolução teve como marco importante o lançamento de operações *mobile money,* suportadas em *telco* com tecnologia USSD, que permitiu aos utilizadores realizarem transacções financeiras através do seu telemóvel sem limitações e a custo reduzido. Entre as empresas pioneiras destacam-se a M-Pesa, Airtel Money, Orange Money e MoMo, com elevados índices de adopção em vários países africanos, sobretudo, em áreas rurais ou de difícil acesso a serviços bancários. Este sucesso foi alcançado pelo aproveitamento das infra-estruturas de telecomunicação e do investimento em redes de agentes com elevada capilaridade no território. De acordo com dados do FMI estima-se que a população com conta móvel activa no Quénia ultrapasse os 118%, na Zâmbia atinga os 98%, no Gana os 97% e no Zimbabwe os 81%. (fonte : FMI)

Desde então, novos serviços digitais têm emergido nas modalidades de pagamentos (e.g. NFC, *QR Code* e *digital wallet)* e em novos segmentos como os *neobanks,* que funcionam via digital como agregadores e distribuidores de serviços financeiros (e.g. microcréditos, microseguros) e prestadores de serviços de pagamento. Para acompanhar esta transição, a Banca tradicional viu-se obrigada a investir na digitalização dos seus processos e num modelo de gestão mais eficiente com a redução de agências bancárias, disponibilizando ao Cliente capacidades omnicanal (“ *do it yourself”*) para utilização no momento e local de maior conveniência.

No entanto, com a adopção digital emergiram também desafios, como o processo de KYC do Cliente e do agente. Atendendo à digitalização da relação entre instituição financeira, Cliente e agentes é necessária uma política de controlo e gestão sobre as actividades bancárias para assegurar a mitigação de crimes financeiros e salvaguarda

de danos reputacionais. Além disso, é crucial promover a segurança de informação para mitigar potenciais ataques cibernéticos. Neste sentido, as prioridades deverão incidir num serviço fiável e com boa usabilidade (mínimo de esforço exigido ao Cliente e linguagem simples), permitindo a realização de transacções de forma segura, prática e intuitiva, respeitando o estipulado na regulação bancária e nas boas práticas de *Compliance* e *AML*.

No mercado nacional, a adopção digital nos serviços financeiros tem dado passos consistentes com a introdução de serviços de *mobile money*, destaque para os serviços da E-Kwanza, *Unitel Money* e *Afrimoney* pela dimensão da sua carteira móvel. Do lado da Banca incumbente é notório a crescente digitalização dos serviços disponibilizados, como exemplo os pagamentos de serviços, transferências interbancárias e internacionais. Porém, existe o potencial de construir novos ecossistemas de produtos e serviços não financeiros (e.g. viagens, mobilidade, entretenimento, tecnologia) com a entidade financeira no centro das decisões do Cliente.

Em resultado, Angola apresenta um contexto favorável para modernizar o sector financeiro. Os mercados informais assumem-se como uma oportunidade para introduzir soluções de pagamentos capazes de alavancar os negócios locais, a inclusão financeira e a formalização da economia. Os indicadores de inclusão social e financeira deverão ser monitorizados pelos reguladores, assegurando as metas sustentadas no Plano de Desenvolvimento Nacional (PDN 2023-2027). Numa sociedade que conta actualmente com cerca de 50% da população bancarizada (fonte: BNA) e estima atingir perto de 73 milhões de habitantes em 2050 (fonte: ONU), é evidente o potencial de se aproximar dos valores de penetração de contas móveis ao nível dos países mais maduros da região, contribuindo decisivamente para o crescimento efectivo do PIB, aumento da receita fiscal e para um ambiente de negócios amigo do investimento directo estrangeiro e interno.

1.7.1 Panorama da concorrência

A Autoridade reguladora da Concorrência – ARC, na sua recomendação nº 1/2020, sobre a concorrência e inovação tecnológica nos serviços de pagamento eletrónico, descreve o seguinte;

Os diferentes tipos de tecnologias que podem ser colocados ao serviço dos consumidores, além das actualmente existentes, agregam valor em termos de diversificação, tanto no modo de prestação dos serviços como no tipo de produtos postos à disposição dos diferentes perfis de consumidores, promovendo, por isso, maior concorrência. 66. Os efeitos sobre a concorrência, actualmente, existentes no mercado, podem ser analisados em três dimensões principais, tais como i) abuso de dependência económica, ii) abuso de posição dominante e iii) limitação das escolhas aos consumidores. Cada uma destas dimensões tem efeitos sobre o mercado, apesar de o tipo de ilícito concorrencial ter a mesma qualificação, ou seja, constituem práticas restritivas da concorrência.

Em primeiro lugar, deve-se tomar em consideração que o acesso aos diferentes sistemas de pagamento, por outros prestadores de serviço, está dependente da abertura de uma conta junto de uma instituição financeira bancária. Actualmente, por ser esta a única via de acesso ao mercado de fintech, colocam se os potencias prestadores de serviço numa posição de subordinação, em relação aos seus concorrentes directos, no caso os bancos, que também desenvolvem tecnologias de pagamento.

Esta condição ou situação do mercado pode reduzir o desempenho económico e, consequentemente, reduzir os benefícios substanciais e, a vista disso, permitir que se verifiquem práticas anti-concorrenciais como abusos de dependência económica e outros comportamentos colusivos.

A segunda dimensão verifica-se pelo facto de os potencias prestadores de serviço concorrerem com a maior prestadora dos serviços de pagamento – a EMIS, que sendo titular da rede Multicaixa, tem domínio total das operações de pagamento realizadas em Angola, por ser o operador do subsistema de compensação das operações com cartões de crédito e debito, cheques, transferências a crédito e debito directo. Trata-

se, portanto, de uma situação que pode promover limitações ao acesso de outros operadores.

Com o lançamento do aplicativo Multicaixa Express, em 2019, e o recente anúncio do desenvolvimento e implementação da nova infra-estrutura de pagamentos, designada Gateway de Pagamentos Online (GPO), visando o alargamento da oferta de serviços e métodos de pagamento que impulsionam o comércio electrónico a nível nacional, a EMIS reforça, deste modo, a sua posição dominante neste mercado.

Neste quesito, importa referir que, em mercados onde exista um número reduzido de concorrentes, resultando numa taxa elevada de concentração, agregam-se maiores riscos no que diz respeito aos comportamentos anti concorrenciais, sobretudo o de abuso de posição dominante, quer por exploração (quando a empresa utiliza a posição que detém para obter vantagens que não alcançaria numa situação de concorrência) ou por exclusão (quando a empresa utiliza a posição que detém no mercado para excluir ou impedir a entrada de concorrentes no mercado), causando prejuízos latentes à concorrência.

Este quadro operacional vigente no mercado é suscetível de configurar abuso de posição dominante, nos termos da alínea f) do artigo 9.º da Lei n.º 5/18, de 10 de Maio, Lei da Concorrência.

Por último, a terceira dimensão tem incidência sobre a significativa influência exercida pelos bancos comerciais sobre as escolhas dos consumidores em termos de produtos e serviços financeiros, sobretudo em relação ao tipo de serviço de pagamento a ser utilizado, não havendo outras alternativas senão a realização de transferências conta-conta ou a utilização de cartão de débito emitidos por instituições financeiras bancárias associados a rede Multicaixa.

CAPÍTULO II. METODOLOGIA DE PESQUISA

2.1. Tipo de pesquisa

No estudo empregaremos a pesquisa descritiva. A pesquisa descritiva segundo Carlinho Zassala (2013, p. 86) “estuda situações nas quais as relações entre as variáveis já ocorreram**.**

2.2 Modelo de abordagem/paradigma

O trabalho tem como modelo de abordagem o paradigma Quali-Quanti, ou seja misto. Paradigma misto serve para mostrar a qualidade dos fenómenos sem intervenção do pesquisador, onde se utiliza o estudo de campo e o estudo de caso, com a intenção de explorar os dados observados e obtidos através da entrevistas e inquéritos.

Segundo a Alvarenga (2012, p.39), a utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa, isto é, mista, permite fazer a recolha de mais informações qualitativas e quantitativas (misto) do que se poderá conseguir isoladamente.

2.3. Níveis de estruturação de métodos

Segundo Marconi e Lakatos (2005, p.107) o método é um conjunto de actividades sistemáticas e racionais que com maior segurança e económica permite alcançar os objectivos – conhecimentos validos e verdadeiros traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista. São utilizados os seguintes métodos:

2.3.1 Níveis teóricos

Analítico - sintético: permitirá fazer uso racional da bibliografia consultada, permitindo descrever de que modo as Fintechs influenciam a Inclusão Financeira.

b). Nível estatístico / matemático

Estatístico-descritiva: é para mostrar os resultados da tabulação dos dados obtidos, determinar as distribuições de percentagem e suas respectivas apresentações.

2.4. Técnica de recolha de dados

Para Lakatos e Marconi (2001, p.56), “as técnicas são conjuntos de preceitos ou processos de que se utiliza a ciência para obtenção de seus propósitos”. Referem-se mais precisamente à parte prática de coleta de dados. Assim para o nosso trabalho, recorrer-se-á ao questionário para a recolha de dados.

Questionário é definido como: “um instrumento de colecta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador’’, Marconi & Lakatos, (2003, p. 201).

2.5. Instrumentos e procedimentos de recolha de dados

Para a realização deste relatório recorreu-se ao questionário como ferramenta para coleta dos dados e estes dados foram tratados de forma quantitativa e processados com recurso ao Microsoft Word e Excel.

2.6. População e amostra

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 223), “a população ou universo da pesquisa, é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”; sendo que para a nossa pesquisa, serão definidas pelo número de funcionários afecto ao levantamento dos dados de utentes dos serviços financeiros e sobretudo usuários da Fintech Unitel Money da Empresa Unitel.

A população alvo da pesquisa está representada por 14 funcionários, distribuídos em cargos específicos, a saber: 1 Gestor, 2 Supervisores e 9 Assistentes de Loja.

Segundo Mugrai e Doxsey (2003, p.98) “a amostra constitui um subconjunto dos elementos de uma população (universo) a partir do qual os dados são recolhidos”.

Destes 14 funcionários que constituem a população, extraiu-se uma amostra de 11 funcionários, que corresponde à 79% da população.

3. Apresentaçao E Interpretação De Resultados

3.1 Caracterizaçao Da Unidade De Estudo

A Organização escolhida para se efectuar o estudo, ou seja, para a colecta de dados de pesquisa é a Loja da Unitel, sita no Sequele.

A Loja da Unitel, foi fundada em Dezembro de 2014 como uma sucursal da empresa Unitel, aprovada pelo Decreto Presidencial nº 256/22 de 28 de Outubro, publicação no Diário da República Iª Serie nº 206 de 28 de Outubro de 2022 (P. 6903), a mesma opera na comercialização de produtos electrónicos e prestação de Serviços de Telecomunicação, situada na província do Icolo e Bengo, no Município do Sequele.

Actualmente a Loja da Unitel do Sequele, conta com uma unidade orgânica de 1 Gestor, 2 Supervisores e 9 Assistentes de Loja. A loja funciona em 2 turnos, o primeiro das 07H30 às 15H30 e o segundo das 14H00 às 22H00. Comercializa produtos nomeadamente: Recargas telefónicas, pacotes de internet, telefones, placas de internet, routers e outros produtos sazonais.

3.2 Apresentação e discussão dos resultados.

Tabela nº 1 – Estratégias e meios para apresentar a Fintech (Unitel Money) como solução aos clientes.

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Marketing de conteúdo	0	0,00	0%
Influenciadores e afiliados	0	0,00	0%
E-mail marketing	0	0,00	0%
Promoções e sorteios	4	0,36	36%
Marketplaces	0	0,00	0%
Televisão	6	0,55	55%
Rádio	1	0,09	9%
Eventos presenciais.	0	0,00	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

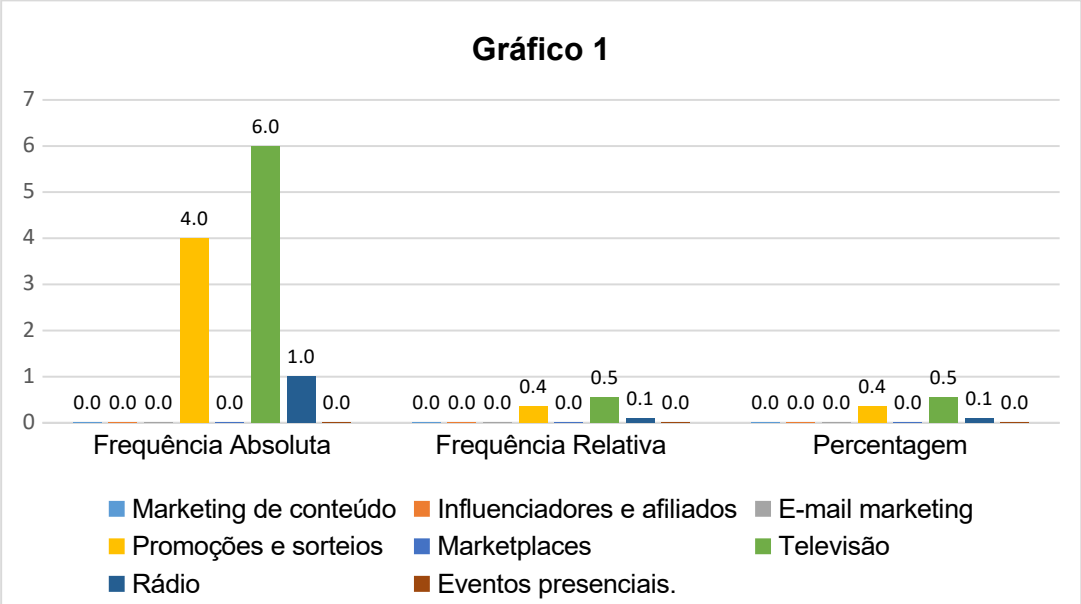


Gráfico 1 - Estratégia das Fintechs

Relativamente as estratégias utilizadas para tornar conhecida a Fintech Unitel Money, foi possível apurar que, a empresa usa com maior frequência a televisão com 55%, seguindo-se as promoções e sorteios com 36% e por último a rádio com 9%, conforme apontam a tabela e o gráfico acima.

As fintechs usam algumas estratégias no âmbito de suas actividades, Caria (2017), aponta algumas estratégias adoptada pelas fintechs e dentre as mesmas temos a estratégia de foco centrado no cliente, que ocorre quando uma organização inova seu

modelo de negócios alinhando seus processos internos e externos às necessidades do cliente (Sorescu et al., 2011). Caria (2017) destaca que o foco centrado no cliente é uma das estratégias de inovação do modelo de negócio das fintechs.

Desta maneira, as fintechs alinhando seus processos às necessidades do cliente, tem por sua vez a necessidade de apresentar-se ao público (cliente) de modos a que os mesmos adquiram as soluções oferecidas, assim a Unitel usa dos meios apresentados acima no gráfico e tabela para que tal aconteça e desta maneira podemos afirmar que há concordância entre a ciência e o resultado encontrado.

Tabela nº 2 - Frequência do uso da Fintech (Unitel Money) para transações ou movimentações.

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Sempre	8	0,73	73%
Em nenhum momento	3	0,27	27%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

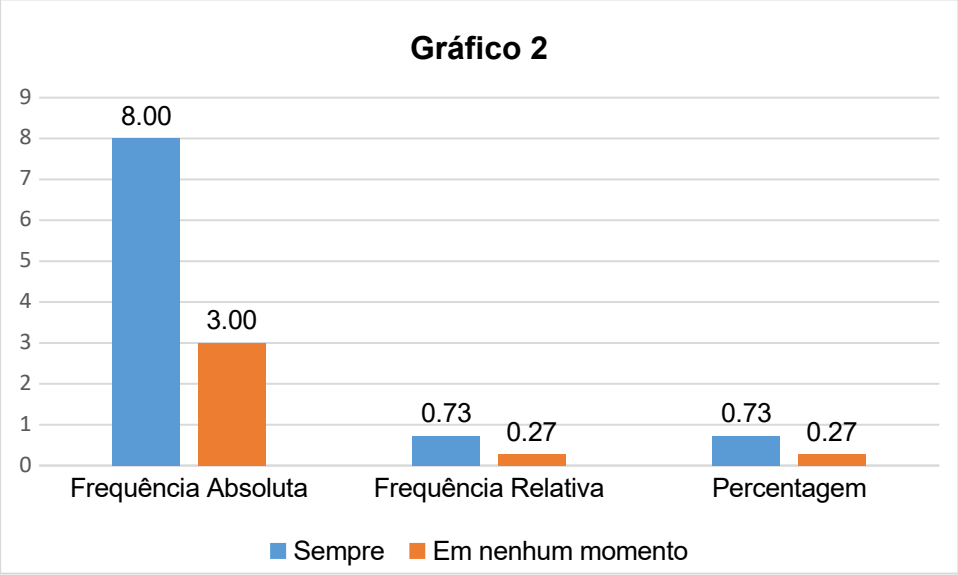


Gráfico 2 - Frequência de uso das Fintechs

Apura-se que a Fintech Unitel Money é sempre usada para as transações numa ordem percentual de 73% afirmando contra 27% infirmando.

No mercado nacional, a adopção digital nos serviços financeiros tem dado passos consistentes com a introdução de serviços de *mobile money*, destaque para os serviços da é-Kwanza, *Unitel Money* e *Afrimoney* pela dimensão da sua carteira

móvel, disse Rueff Tavares (2019), provando assim que a Unitel Money está entre as Fintechs que promovem as grandes mudanças no cenário financeiro tecnológico nacional, pois a mesma preocupa-se em manter-se a vista dos clientes para oferecer seus serviços e promover soluções inovadoras, verificamos que há cientificidade no resultado encontrado, o que nos leva a crer que o serviço das Fintechs vai conquistando espaço em torno das transações financeiras no território nacional.

Tabela nº 3 - Como o uso da Fintech (Unitel Money) afeta a vida dos usuários da aplicação.

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Positivamente	11	1	100%
Negativamente	0	0	0%
Não Afeta	0	0	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

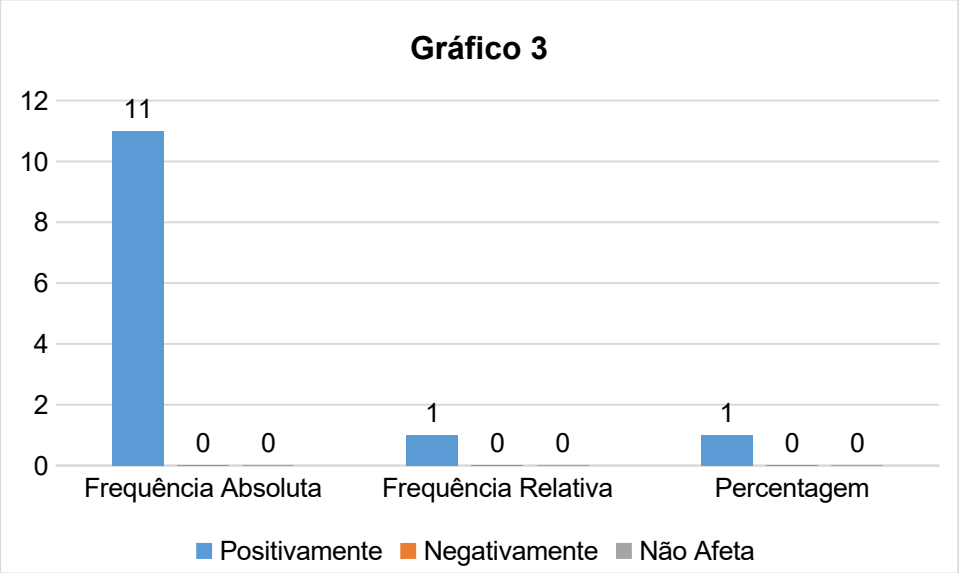


Gráfico 3 - Afetação do uso das Fintechs na vida dos usuários

O gráfico e tabela acima nos confirmam o índice de afetação do uso da Fintech Unitel Money na vida dos usuários que é apurado como positivo, onde 100% dos elementos inquiridos afirmam este aspecto.

Segundo o World Economic Forum, (2016), a inovação financeira traz um milagre para os utilizadores do sector financeiro, reduz drasticamente os custos no sector e dá maior facilidade de acesso aos serviços, democratizando e oferecendo maior transparência e oportunidades ao sistema.

Fosso Wamba et al (2020) afirmam que as fintechs beneficiam os consumidores com suas operações simplificadas, serviços financeiros mais acessíveis, inclusivos, confiáveis e ainda através de experiências do cliente aprimorada.

Ainda, segundo Sanninno, Di Carlo e Lucchese (2019), as fintechs têm sido menos motivadas por recompensas financeiras no sentido tradicional e mais motivadas por uma visão de maior inclusão social.

Na verdade as Fintechs têm uma contribuição extremamente positiva na vida do consumidor, com maior foco no benefício do usuário, assim como afirmou 100% da nossa amostra sobre a Unitel Money, vemos também os autores descrevendo as vantagens oferecidas pelas fintechs aos clientes, provamos assim que o resultado encontrado faz jus a ciência, aquilo que os autores dizem sobre os benefícios das Fintechs correlaciona-se com o resultado da pesquisa.

Tabela nº 4 - Como o uso da Fintech (Unitel Money) afeta as vendas da empresa.

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Aumenta as vendas	11	1	100%
Reduz as vendas	0	0	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

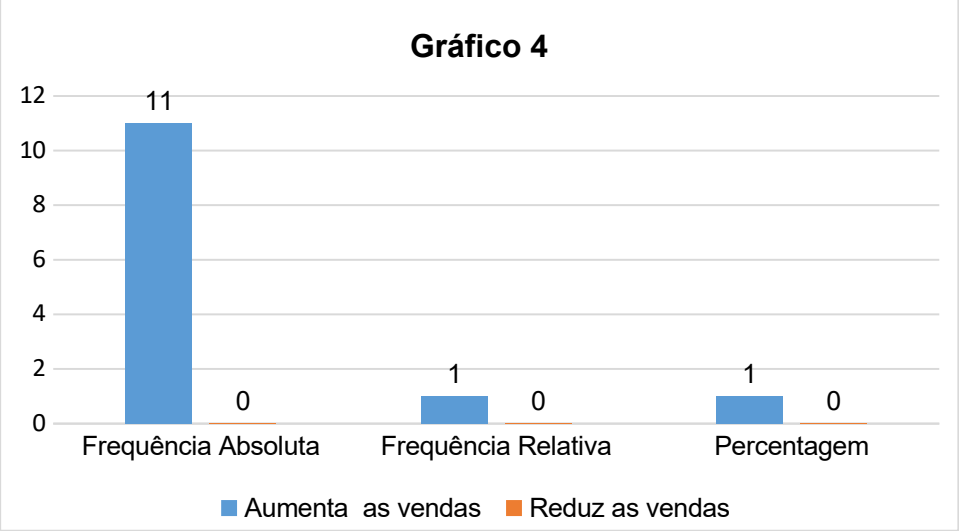


Gráfico 4 - Influência das Fintechs nas vendas da empresa

Neste ponto, apura-se que o uso da Fintech aumenta as vendas da empresa, de acordo com 100% dos inquiridos, conforme indica a tabela e gráfico acima.

As afirmações nesta questão revelam que as Fintechs impulsionam de facto as vendas e consequentemente influenciam nas receitas das empresas, uma vez que, Caria (2017) indicou que as fintechs têm a sua disposição uma quantidade ampla de dados, e que fazem uso desses dados para melhorar ou desenvolver novos produtos e serviços. Desta feita estes produtos e serviços atendem a uma demanda significativa que beneficia a empresa Unitel em termos de números, uma vez que determinados produtos da empresa são disponibilizados a partir da fintech, permitindo assim uma maior facilidade no acesso dos mesmos, ocasionando vendas rápidas e avultadas, e é neste ponto que a ciência confirma o resultado do estudo.

Tabela nº 5 - Percepção geral dos clientes no que concerne o uso da Fintech (Unitel Money) ou as soluções que oferece.

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Positiva	8	0,73	73%
Negativa	3	0,27	27%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

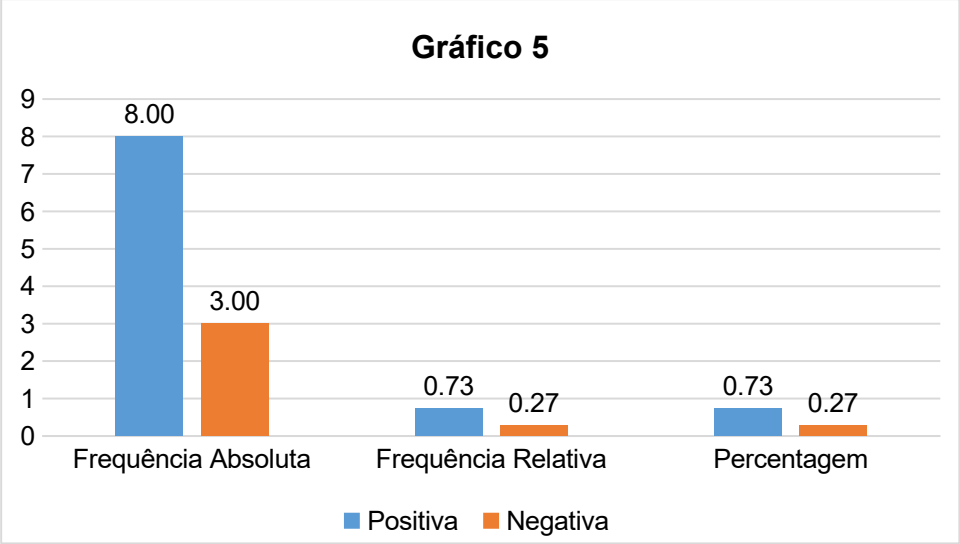


Gráfico 5 - Percepção geral dos clientes sobre o uso das Funtechs

O resultado do inquérito é que a percepção geral dos clientes sobre o uso da Fintech Unitel Money é maioritariamente positivo, num universo de 11 inquiridos, 8 elementos, que correspondem a 73% da população afirma a percepção positiva, enquanto que, por outro lado, 3 elementos, que correspondem a 27%, infirmam.

As fintechs se sobressaem, através de modelos de negócios específicos e com estratégias de inovação diferenciadas. Pois, essas organizações têm fornecido soluções disruptivas que atendem as exigências dos consumidores que buscam produtos e serviços simples de utilizar, independentemente do local ou do tempo (Gomber; Koch; Siering, 2017).

Aqui compreendemos que o estudo concorda com o autor, junto do gráfico e tabela, que pelo facto das Fintechs proporem produtos e serviços simples de se utilizar, o nível de percepção concernente ao uso do Unitel Money e as suas soluções é positivo.

Tabela nº 6 – O uso de Software para avaliar o nível de familiarização entre os clientes e a Fintech (Unitel Money)

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Sim	11	1	100%
Não	0	0	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

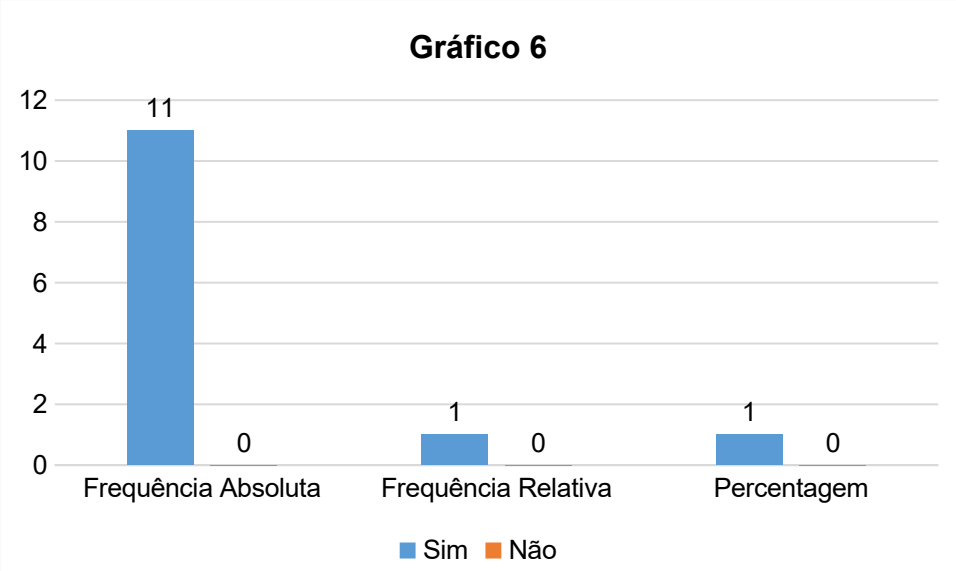


Gráfico 6 - Nível de familiarizazão entre os clientes e a Fintech

Apura-se que a empresa usa Software para avaliar o nível de familiarização dos clientes com a Fintech Unitel Money, o inquérito mostra que 100% dos elementos afirmaram, enquanto 0% infirmaram, conforme o gráfico.

Tabela nº 7 - Desafios que são mais comuns na introdução da Fintech (Unitel Money) no mercado

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Otimização Técnica	0	0,0	0%
O Modo de uso	5	0,5	45%
Divulgação do serviço	0	0,0	0%
Desacreditação do Público	6	0,5	55%
Manutenção da aplicação	0	0,0	0%
Aplicação de taxas	0	0,0	0%
Cobranças de tarifas	0	0,0	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria

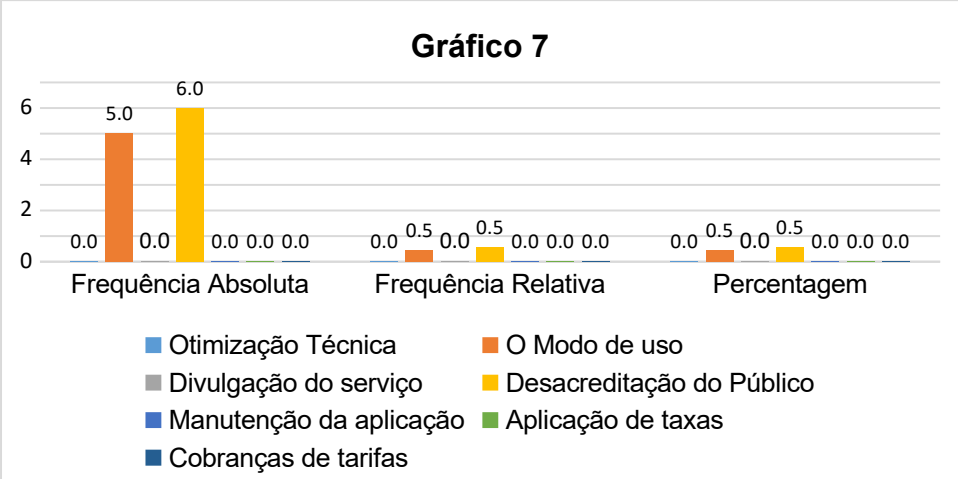


Gráfico 7 - Desafios comuns na introdução da Fintech no mercado

O inquérito aponta para a desacreditação do público como o maior desafio na introdução da fintech Unitel Money no mercado, representa 55% da amostra, de seguida vem o modo de uso representando 45%.

Quando a possibilidade de utilizar o Banco pela internet surgiu, muitos encararam a novidade com desconfiança, por medo de fraudes e roubo de dados. A preocupação é, de facto, bastante relevante. Porém, a indústria financeira conhece os riscos e, por isso, investe mais na segurança de dados (Alcarva, 2018).

A não confiança no futuro pelas novas tecnologias e o medo que as pessoas têm de perder dinheiro como outros bens, leva a desacreditação por parte das pessoas nos produtos e serviços oferecidos pela Fintechs, independentemente do nível de instrução académica, a desconfiança tem sido um denominador comum entre as pessoas, o autor acima mencionado confirma o resultado do estudo.

Tabela nº 8 - Feedbacks específicos de cliente, ou parceiros comerciais que impactou o uso da Fintech (Unitel Money)

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Sim	7	0,64	64%
Não	4	0,36	36%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

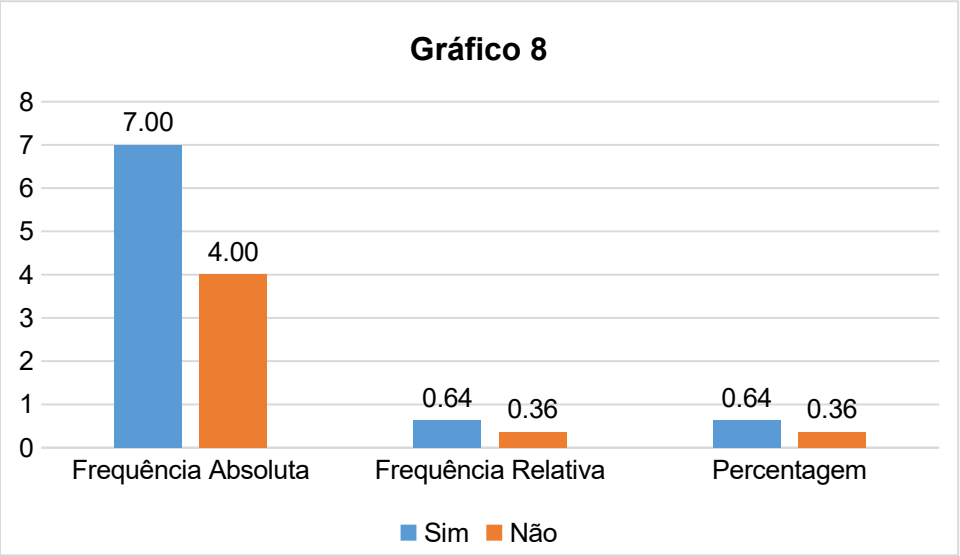


Gráfico 8 - Feedbacks dos clientes e parceiros

Relativamente aos feedbacks com impacto das partes interessadas com relação ao uso da Fintech Unitel Money, 64% da nossa amostra afirma, enquanto que 36% infirma, o que nos remete ao pensamento de que a Fintech gera impacto de facto.

Aproveitamos nesta ocasião como prova de exemplo daquilo que revela o estudo realizado e como sendo um feedback especifico de facto, discorrer o pensamento do Director da Empresa de EY, Consulting Financial Services, Rueff Tavares, em seu artigo escrito em 2019, dizia o mesmo que, no mercado nacional, a adopção digital nos serviços financeiros tem dado passos consistentes com a introdução de serviços de *mobile money*, destaque para os serviços da é-Kwanza, *Unitel Money* e *Afrimoney* pela dimensão da sua carteira móvel. Do lado da Banca incumbente é notório a crescente digitalização dos serviços disponibilizados, como exemplo os pagamentos de serviços, transferências interbancárias e internacionais.

Porém, existe o potencial de construir novos ecossistemas de produtos e serviços não financeiros (e.g. viagens, mobilidade, entretenimento, tecnologia) com a entidade financeira no centro das decisões do Cliente.

Tabela nº 9 - A Fintech (Unitel Money) melhora o sucesso da empresa

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Sim	11	1	100%
Não	0	0	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

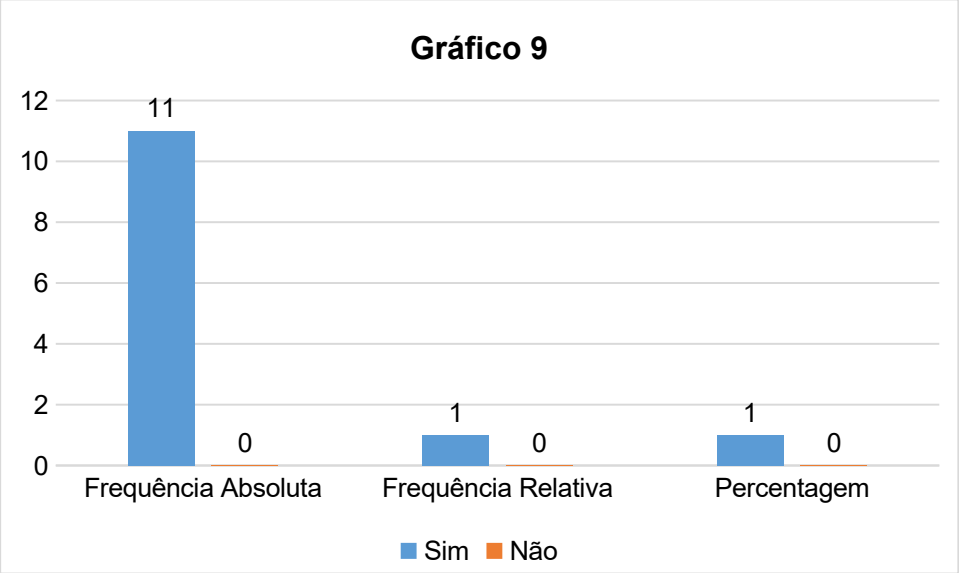


Gráfico 9 - Influência da Fintech no sucesso da empresa

Comprova-se aqui que o uso da Fintech Unitel Money melhora o sucesso da empresa, 100% dos elementos da nossa amostra responde sim a essa questão.

Atualmente tem-se falado muito da moeda digital como uma força que desafia Estados e Bancos Centrais. A moeda digital, através da tecnologia blokchain (Tecnologia que permite o compartilhamento de informações de forma segura, transparente e imutável), proporciona um novo mundo de sistemas descentralizados de verificação de operações financeiras sem balcões, sem espera, sem comissões, sem fronteiras, onde as barreiras impostas pelo sistema tradicional serão retiradas. O poder da nova tecnologia poderá criar um dos ativos mais importante no mercado financeiro atual (Schwab, 2019). No último paragrafo o autor deixa uma declaração que confirma sem

deixar duvida nenhuma que o estudo revela a realidade científica relacionada ao caso, uma vez o inquérito realizado na empresa afirma a 100% a colocação. A evolução tecnológica do sector financeiro proporciona uma grande vantagem competitiva para as empresas, o que se verifica na empresa Unitel, adoptando essa realidade na sua estratégia de negócios.

Tabela nº 10 - A colaboração entre a equipe de gestão da Fintech (Unitel Money) e os clientes

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Muito eficaz	10	0,91	91%
Eficaz	1	0,09	9%
Ineficaz	0	0,00	0%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

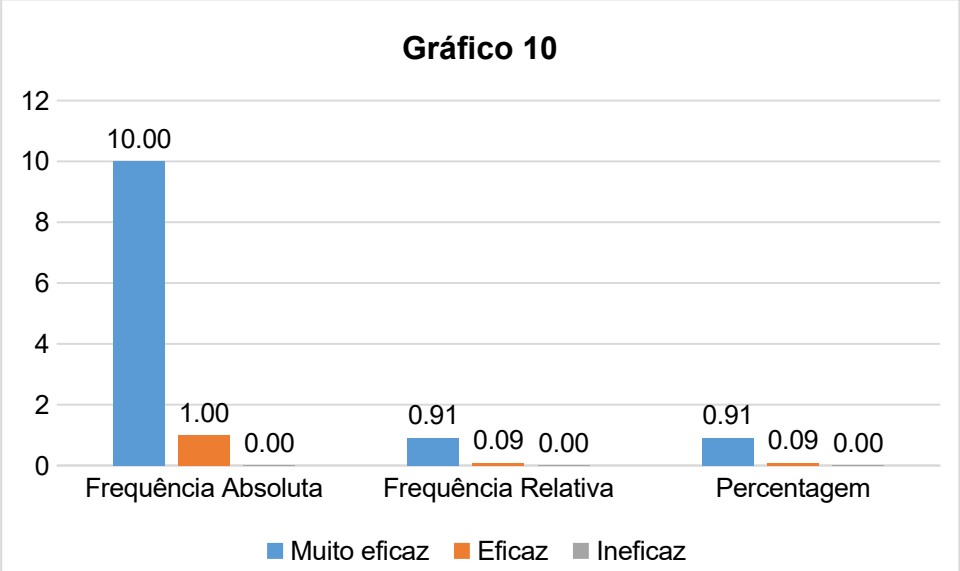


Gráfico 10 - A colaboração com os clientes

Relativamente a relação entre a equipe da gestão da Fintech Unitel Money e os clientes, temos o seguinte percentual de respostas, 90% muito eficaz, seguido de 9% eficaz.

Tabela nº 11 – Há boa comunicação sobre a forma de uso correto da Fintech (Unitel Money) aos clientes

Indicadores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa	Percentagem
Sim	9	0,82	82%
Não	2	0,18	18%
Total	**11**	**1**	**100%**

Fonte: Elaboração própria.

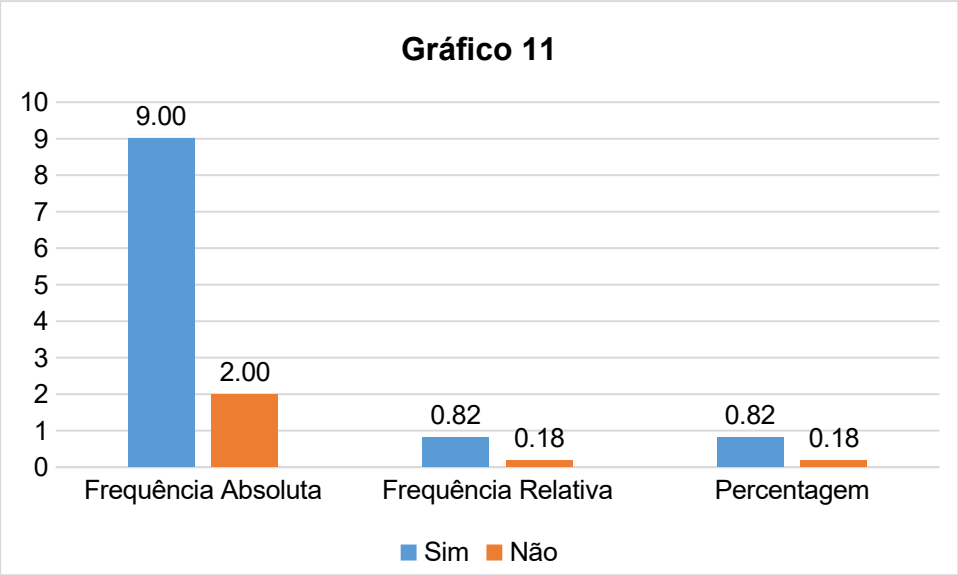


Gráfico 11 - Comunicação sobre a forma de uso

Quanto a boa comunicação sobre a forma correcta de uso da Fintech Unitel Money, 82% da nossa amostra respondeu sim, seguido de 18% que respondeu não.

CONCLUSÃO

Este trabalho teve como tema: **A Influência das Fintechs como Instrumento de Inclusão Financeira. Estudo realizado na loja da Unitel, sita no Sequele no Iº Semestre de 2024.** Importa destacar que as Fintechs ocasionam a inclusão financeira, conforme já se verifica em algumas economias.

As Fintechs, ou simplesmente tecnologia financeira, com as suas soluções inovadoras produzem uma grande facilidade de acessos aos serviços e/ou produtos financeiros e bancários, pela agilidade, facilidade de utilização, redução de processos burocráticos e desta maneira, gera a possibilidade de integrar um número elevado de usuários e com as mais distintas características, diferenciando-se dos sistemas financeiros tradicionais, que obedecem um certo padrão.

Por meio das Fintechs é possível conceder o acesso da população a serviços financeiros básicos, incluindo instrumentos de pagamentos seguros e eficientes, independentemente do seu rendimento e da sua localização geográfica.

É necessário, pois é uma preocupação garantir que a população afeta a uma determinada economia possa acessar aos serviços e produtos financeiros existentes, seguindo as actualizações que vão sendo geradas e a todos os benefícios inerentes.

Por outro lado, o uso de uma Fintech só se levará a cabo se da aplicação da mesma se puder obter algum tipo de benefício, seja em termos de crescimento económico mensurável, desenvolvimento social, mitigação de fraudes, ou se a sua implementação produzir algum tipo de vantagem de nível social abrangente.

Concluímos, portanto, que uma economia forte e uma sociedade desenvolvida passa pelo processo de inclusão a todos os níveis, sendo o financeiro um dos mais relevantes, a tecnologia financeira é uma proposta estratégica para que tal facto ocorra.

SUGESTÕES

- Sugerimos a Unitel, que crie métodos que visem a promoção da literacia financeira nas comunidades, tornando assim conhecida a Fintech, os produtos e a forma de uso, para que o número de usuários cresça e desta maneira mais pessoas sejam incluídas financeiramente.
- Ainda levantamos aqui a sugestão de se trabalhar mais no sentido de quebrar a objeção das pessoas, para ultrapassar a questão da desacreditação do público quanto as soluções oferecidas pela fintech da Unitel, uma vez que essa questão apresentou-se como o desafio mais comum na introdução da fintech segundo o resultado do inquérito realizado, apelamos a apresentação de casos de sucessos e provas de aproveitamento dos usuários.
- Apelamos que haja mais colaborações com outras instituições financeiras e não só, no sentido de maximizar e tornar o uso das fintechs numa realidade comum, tal como as redes sociais, que noutrora não eram usadas pela maioria das pessoas.
- Sugerimos também que a Unitel adapte a fintech de modos a possibilitar o pagamento de serviços básicos, como o táxi ou a compra de frutas nas quitandeiras, ao chegarmos neste nível, estaremos a nos aproximar dos países do primeiro mundo, onde o dinheiro físico já não é praticamente visto.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdelkafi, N.; Makhotin, S.; Posselt, T. Business model innovations for electric mobility —what can be learned from existing business model patterns? International Journal of Innovation Management, v.17, n.1, p. 1-41, 2013.

Adner, Ron; Kapoor, Rahul. Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. Strategic management journal, v. 31, n. 3, p. 306-333, 2010.

Alcarva, P. (2018). Banca 4.0. Revolução digital: fintechs, blockchain, criptomoedas, robo-advisers e crowdfunding.

Alvarenga, D (2012) métodos científicos: a articulação necessária. Revista da ABEM, Porto Alegre.

Aviso nº. 17/06 de 10 de Julho de 2017

Banco Central do Brasil. Relatório de inclusão financeira. Brasília, n. 2, 2011. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/Nor/relincfin/RIF2011.pdf>. Acesso em: 30 de novembro de 2014.

Banco nacional de angola. Discurso do Senhor Governador na Conferência sobre Inclusão Financeira no âmbito do ciclo de conferências alusivo ao 35º aniversário do BNA (2011). Disponível em: Acesso em: 30 de novembro de 2014.

Bharadwaj, A. et al. Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. MIS Quarterly, v. 37, n. 2, p. 471–482, 2013.

Breternitz, V. (2009). Contribuições ao processo de construção de estratégias para a bancarização da população de baixa renda com o uso de dispositivo móveis.

Caria, P.C. FinTech: an explorative study into the characteristics of their business models. 2017.

Carvalho, R. M. (2019). Dilema das Alianças. Defesa do Humanismo na Era da Inteligencia Artificial.

CB Insights (2019). Global Fintech Report.

Cordeiro, A. M., Oliveira, A. P., Duarte, D. P. (2019a). Fintech desafios da tecnologia financeira 2ª edição Lisboa 16 de Janeiro de 2019.

Decreto Presidencial nº 256/22 de 28 de Outubro

Deloitte. Banca em Análise 2020: O Papel da Banca na Recuperação de Angola. Disponível em: Consultado em 25 de Julho de 2020.

Delloitte (2018). Insights sobre Transformação Digital e Oportunidades para TICs no Brasil Relatório e Recomendações

Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., Weber, M. (2017). Definition of FinTech and Description of the FinTech Industry. FinTech in Germany. Obtida em 13-04-2019, de 5–10. doi: 10.1007/978-3-319- 54666-7_2.file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/77- Texto%20do%20artigo-257-1-10-20111013.pdf

Doxsey J. R; de Riz, J. (2002-2003). Metodologia da pesquisa científica. ESAB – Escola Superior Aberta do Brasil, Apostila.

Faria, Emerson. Fintechs de crédito e intermediários financeiros: uma análise comparativa de eficiência. Tese de Mestrado FEA USP. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12142/tde-07012019-112337/publico/CorrigidoEmerson.pdf. Acesso em: 13 de Março de 2025.

Foss, N. J.; Saebi, T. Fifteen Years of Research on Business Model Innovation: How Far Have We Come, and Where Should We Go? Journal of Management, v. 43, n. 1, p. 200–227, 2016.

Gomber, P.; Koch, J.-A.; Siering, M. Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. Journal of Business Economics, v. 87, n. 5, p. 537–580, 2017.

Hobsbawm, E. J. (1969). Da revoluçao indutrial inglesa ao imperi alismo. Obtida em 18-05-2019, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31754260/%28c%29_Hobsbawn_%281969%29_Da_Revolucao_Industrial_Inglesa_ao_Imperialismo.PDF?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555504437&Signature=n1QAlwb2jvbcFirVsZtsI%2Bx5hj0%3D&response-contentdisposition=inline%3B%20filename%3Dc_Hobsbawn_1969_Da_Revolucao_Industrial.pdf.

Ioannis, A; Fintech and regtech: Impact on regulators and banks. Journal of Economics and Business. Volume 100, November–December 2018, Pages 7-25.

Kavuri, Anil & Milne, Alistair. (2018). Fintech and the Future of Financial Services: What are the Research Gaps?. SSRN Electronic Journal.

Kempson, e.; whyley, C. et al. In or out? London: Financial Services Authority, 2000. Disponível em < http://www.pfrc.bris.ac.uk/Reports/In_or_out.pdf>. Acesso em: 05 de dezembro de 2014.

Knewtson, H. S., & Rosenbaum, Z. A. Toward understanding FinTech and its industry. Managerial Finance, 2020.

Lacasse, R. M. et al. A digital tsunami: FinTech and Crowdfunding. International Scientific Conference on Digital Intelligence, p. 1–5, 2016.

Lakatos, E.M e Marconi, M.de A.(2003). Fundamentos de Metodologia Científica. 5.ª Ed. São Paulo: Atlas.

Lakatos, E.M. (2001). Fundamentos da metodologia científica. – 2.ed.ver.eampl. São Paulo: Atlas.

Lakatos, E.M. (2015). Fundamentos da metodologia científica. – 5.ed.ver.eampl. São Paulo: Atlas.

Lee, I.; Shin, Y. J. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. Business Horizons, v. 61, n. 1, p. 35–46, 2017.

Lei n.º 5/18, de 10 de Maio, Lei da Concorrência

Leong, C. et al. Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China. International Journal of Information Management, v. 37, n. 2, p. 92–97, 2017.

Massa, L.; Tucci, C. L. Business model innovation. The Oxford Handbook of Innovation Management, p. 420-441, 2013.

Meirelles, D. Modelo de Negócio: definições, controvérsias e uma proposta de fundamentação teórica e metodológica. XXXIX Encontro Da ANPAD, p. 1-16, 2015.

Osterwalder A.; Pigneur, Y. Business Model Generation: A Handbook forVisionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken NJ: John Wiley e Sons, 2010.

PWC. Blurred Lines: How FinTech is shaping Financial Services. Global Fintech Report, March 2016, London, 2016.

PWC (2018). Pesquisa fintech deep dive. Obtido em 10 -09-019, de https://www.pwc.com.br/pt/setores-deatividade/financeiro/2018/pub -fdd-18.pdf.

Ritter, T.; Lettl, C. The wider implications of business-model research. Long Range Planning, v. 51, n. 1, p. 1–8, 2017.

Sarma, M. Index of Financial Inclusion – A measure of financial sector inclusiveness. New Delhi: Jawaharlal Nehru University, 2012.

Schüritz, R; Seebacher, S; Dorner, R. Capturing Value from Data: Revenue Models for Data-Driven Services. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences. 2017.

Schwab, K. (2018). Moldando a Quarta Revolução Industrial. 1ªEd. Editora Edipro.

Schueffel, P. (2017). Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech http://sci-hub.se/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3097312

Sorescu, A, et al. Innovations in retail business models.Journal of Retailing, v. 87 p.S3-S16. 2011.

Tapscott (1996). The Digital Economy, new york: McGraw-Hil.

Teece, D. J. Business models, business strategy and innovation. Long Range Planning, v.43, n. 2-3, p. 172–194, 2010.

World economic forum (WEF,2016). The Digital Future of Brain Health. Obtida em 04-07-019, de http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/HE/WEF_2016 - Report_The%20Digital-Future-of-Brain-Health.pdf

Wyman, O. (2016). A revolução fintech como as inovações digitais estão impulsionando o financiamento das piquenas e médias empresas na américa latina e caribe.

Zassala, C. (2013). Iniciação à Pesquisa Científica. 2ª edição, Mayamba Editora. Luanda

PWC (2018). Pesquisa fintech deep dive. Obtido em 10 -09-019, de https://www.pwc.com.br/pt/setores-deatividade/financeiro/2018/pub -fdd-18.pdf.

Sarma, M. Index of Financial Inclusion – A measure of financial sector inclusiveness. New Delhi: Jawaharlal Nehru University, 2012.

Schueffel, P. (2017). Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech http://sci-hub.se/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3097312

Tapscott (1996). The Digital Economy, new york: McGraw-Hil.

Verhoeven, B.; Johnson, L. W. Business Model Innovation Portfolio Strategy for Growth Under Product-Market Configurations, Journal of Business Models, v.5 n1p.35-50. 2017.

Winnefeld, C. H.; Permantier, A. FinTech-The digital (R) Evolution in the German Banking Sector? Business and Management Research, v.6 n.3,p. 65-84, 2017.

World economic forum (WEF,2016). The Digital Future of Brain Health. Obtida em 04-07-019, de http://www3.weforum.org/docs/IP/2016/HE/WEF_2016 - Report_The%20Digital-Future-of-Brain-Health.pdf

Wyman, O. (2016). A revolução fintech como as inovações digitais estão impulsionando o financiamento das piquenas e médias empresas na américa latina e caribe.

Zassala, C. (2013). Iniciação à Pesquisa Científica. 2ª edição, Mayamba Editora. Luanda

Zavolokina, L.; Dolata, M.; Schwabe, G. The FinTech phenomenon: antecedents of financial innovation perceived by the popular press. Financial Innovation, v. 2, n. 1, p. 16, 2016.

Zomerdijk, L. G.; Voss, C. A. Service Design for Experience-Centric Services. Journal of Service Research, v.13,p.67–82, 2010.

APÊNDICE

INSTITUTO SUPERIOR DE ANGOLA

AUTOR: Tiago Cristóvão Luyoko

ORIENTADOR: Sílvio Kassangi

Tema: **INFLUÊNCIA DAS FINTECHS COMO INSTRUMENTO DE INCLUSÃO FINANCEIRA EM ANGOLA, ESTUDO DE CASO, LOJA DA UNITEL, SITA NO SEQUELE. Iº SEMESTRE DE 2024**

Questionário

Coloque um X na resposta que melhor se identificar.

1) **Quais estratégias e meios a empresa usa para apresentar a Fintech (Unitel Money) como solução aos clientes?**

( ) Marketing de conteúdo
( ) Influenciadores e afiliados
( ) E-mail marketing
( ) Promoções e sorteios
( ) Marketplaces
( ) Televisão
( ) Rádio
( ) Eventos presenciais.

2) **Com que frequência a Fintech (Unitel Money) é usada para transações ou movimentações?**

( ) Sempre
( ) Em nenhum momento

3) **Como o uso da Fintech (Unitel Money) afeta a vida dos usuários da aplicação?**

( ) Positivamente
( ) Negativamente
( ) Não Afeta

4) **Como o uso da Fintech (Unitel Money) afeta as vendas da empresa?**

( ) Aumenta as vendas
( ) Reduz as vendas

5) **Qual é a percepção geral dos clientes no que concerne o uso da Fintech (Unitel Money) ou as soluções que oferece?**

( ) positiva
( ) Negativa

6) **A empresa usa um software para avaliar o nível de familiarização entre os clientes e a Fintech (Unitel Money)?**

( ) Sim
( ) Não

7) **Quais os desafios que são mais comuns na introdução da Fintech (Unitel Money) no mercado?**

( ) Otimização Técnica
( ) O Modo de uso
( ) Divulgação do serviço
( ) Desacreditação do Público
( ) Manutenção da aplicação
( ) Aplicação de taxas
( ) Cobranças de tarifas

8) **Há feedbacks específicos de cliente, ou parceiros comerciais que impactou o uso da Fintech (Unitel Money)?**

( ) Sim
( ) Não

9) **Você acredita que a Fintech (Unitel Money) melhora o sucesso da empresa?**

( ) Sim
( ) Não

10) **A colaboração entre a equipe de gestão da Fintech (Unitel Money) e os clientes é:**

( ) Muito eficaz
( ) Eficaz
( ) Ineficaz

11) **Você acredita que a forma de uso correto da Fintech (Unitel Money) é bem comunicada aos clientes?**

( ) Sim
( ) Não