



INSTÍTUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

**Fatores Tecnológicos Impulsionadores da Adoção de
Fintech no Pós-Pandemia Covid-19: Uma Análise
Qualitativa com Leximancer**

Samuel Alexandre Rebelo Azevedo

Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação

Orientador:
Doutor Luís Filipe da Silva Rodrigues, Professor Auxiliar
Convidado,
Iscte – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2025



TECNOLOGIAS
E ARQUITETURA

Departamento de Ciências e Tecnologias da Informação

**Fatores Tecnológicos Impulsionadores da Adoção de
Fintech no Pós-Pandemia Covid-19: Uma Análise
Qualitativa com Leximancer**

Samuel Alexandre Rebelo Azevedo

Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação

Orientador:
Doutor Luís Filipe da Silva Rodrigues, Professor Auxiliar
Convidado,
Iscte – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2025

Direitos de cópia ou Copyright

©Copyright: Nome Completo do(a) candidato(a).

O Iscte - Instituto Universitário de Lisboa tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Agradecimentos

A concretização desta dissertação só foi possível graças ao apoio de muitas pessoas e instituições, a quem expresso a minha sincera gratidão.

Em primeiro lugar, agradeço ao meu orientador, Professor Luís Filipe Rodrigues, pela orientação exigente e sempre disponível, pelo rigor académico, pelas sugestões certeiras e pela confiança depositada em mim ao longo de todo o processo. As suas observações foram determinantes para elevar a qualidade e a coerência desta dissertação.

À minha família, em especial aos meus pais, deixo o meu profundo reconhecimento pelo apoio incondicional, pela paciência nas fases mais intensas e pelo incentivo constante. Um agradecimento muito especial à minha namorada, Demi, pela compreensão perante as ausências, pelo encorajamento diário e por me lembrar, nos momentos mais desafiantes, da importância de persistir.

Aos amigos, agradeço a compreensão, as palavras de motivação e as pausas oportunas que ajudaram a equilibrar o esforço com a serenidade. O vosso apoio discreto fez a diferença nos momentos mais exigentes.

Aos colegas do Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação, agradeço a partilha de ideias, as discussões construtivas e o espírito de entreajuda que marcaram este percurso. O ambiente colaborativo contribuiu decisivamente para a aprendizagem e para a solidez do trabalho desenvolvido.

Por fim, a todos os que, de forma direta ou indireta, contribuíram para este projeto — docentes e colaboradores do ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa, serviços de biblioteca, e autores das publicações científicas que sustentaram a análise.

A todos os que enumerei o meu sincero “Obrigado”.

Resumo

A rápida evolução tecnológica transformou o setor financeiro, impulsionando o crescimento das Fintech — soluções inovadoras que integram finanças e tecnologia para oferecer serviços acessíveis e eficientes. Durante a pandemia de COVID-19, a adoção desses serviços foi acelerada globalmente, evidenciando uma mudança no comportamento dos consumidores e intensificando a relevância de compreender os fatores que influenciam a sua aceitação. Este estudo visa identificar os fatores tecnológicos que afetam a confiança e a aceitação dos consumidores em serviços Fintech no contexto pós-pandémico. Com base numa abordagem qualitativa, a análise documental de artigos científicos (2021-2025) será conduzida com o auxílio do *software Leximancer*, permitindo a identificação de padrões e conceitos relevantes.

O quadro teórico fundamenta-se no Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), ampliado com variáveis relacionadas com a confiança, o risco e o valor percebido. A investigação explora ainda as principais barreiras, como preocupações com segurança e literacia digital, e as tendências emergentes no setor, como a personalização impulsionada por inteligência artificial e o *open banking*, bem como o papel dos serviços financeiros digitais (*digital banking*) na reconfiguração da relação entre consumidores e instituições financeiras.

Os resultados da análise semântica realizada com o Leximancer, a partir das conclusões de 58 artigos científicos, evidenciam quatro temas estruturantes — *Use*, *Banking*, *Digital* e *Inclusion* — que, interpretados à luz do TAM, permitem responder à questão de investigação. Os mapas conceptuais confirmam a centralidade do uso (*Use*) e a cadeia FUP → UP → IU → UE, mostrando que pagamentos e serviços financeiros digitais (*digital banking*) funcionam como principal porta de entrada para a adoção e utilização continuada. Em paralelo, a inclusão financeira e digital (*Inclusion*), através do acesso, da literacia e da redução de barreiras estruturais, surge como condição habilitadora para que a facilidade de uso e a utilidade percebida se traduzam em intenção e uso efetivo, enquanto confiança, risco e segurança assumem um papel transversal na aceitação dos serviços Fintech no período pós-pandémico.

Palavras-Chave: Fintech, Fatores Tecnológicos, Adoção de Fintech, Pós-Pandemia Covid-19

Abstract

Rapid technological evolution has transformed the financial sector, driving the growth of Fintech - innovative solutions that integrate finance and technology to offer affordable and efficient services. During the COVID-19 pandemic, the adoption of these services has accelerated globally, highlighting a change in consumer behavior and intensifying the relevance of understanding the factors that influence their acceptance. This study aims to identify the technological factors that affect consumer trust and acceptance of Fintech services in the post-pandemic context. Based on a qualitative approach, documentary analysis of scientific articles (2021-2025) will be conducted with the aid of Leximancer *software*, allowing the identification of relevant patterns and concepts.

The theoretical framework is based on the Technology Acceptance Model (TAM), extended with variables related to trust, risk and perceived value. The research also explores the main barriers, such as concerns with security and digital literacy, and the emerging trends in the sector, such as personalization driven by artificial intelligence and open banking, as well as the role of digital financial services (*digital banking*) in the reconfiguration of the relationship between consumers and financial institutions.

The results of the semantic analysis carried out with Leximancer, based on the conclusions of 58 scientific articles, show four structuring themes — *Use*, *Banking*, *Digital* and *Inclusion* — which, interpreted in the light of TAM, make it possible to answer the research question. The conceptual maps confirm the centrality of use (*Use*) and the chain FUP → UP → IU → UE, showing that digital payments and financial services (*digital banking*) function as the main entry point for the adoption and continued use. In parallel, financial and digital inclusion (*Inclusion*), through access, literacy and the reduction of structural barriers, emerges as an enabling condition for perceived ease of use and perceived usefulness to translate into intention and effective use, while trust, risk and security assume a cross-cutting role in the acceptance of Fintech services in the post-pandemic period.

Keywords: Fintech, Technological Factors, Fintech Adoption, Post-Pandemic Covid-19

Índice Geral

Agradecimentos	i
Resumo	ii
Abstract	iii
Índice Geral.....	iv
Índice de Tabelas	vi
Índice de Figuras	vii
Glossário de abreviaturas e siglas	viii
Capítulo 1 – Introdução	1
1.1. Enquadramento do tema	1
1.2. Motivação e relevância do tema	2
1.3. Questões e objetivos de investigação	3
1.4. Abordagem metodológica.....	4
1.5. Estrutura e organização da dissertação	6
Capítulo 2 – Revisão da Literatura.....	9
2.1. Fintech	9
2.1.1. Fintech e a sua evolução: Uma transformação digital dos serviços financeiros	9
2.1.2. Bancos tradicionais vs. empresas Fintech	10
2.1.3. Principais tecnologias que impulsionam a transformação digital	11
2.2. Modelo de Aceitação Tecnológica e Fintech	12
2.2.1. Modelo de aceitação tecnológica (TAM)	12
2.2.2. Confiança e adoção de plataformas Fintech	13
2.2.3. Fatores tecnológicos que influenciam a confiança	13
2.2.4. Barreiras que afetam a confiança.....	14
2.2.5. Atitude dos consumidores	15
2.3. Tendências globais e locais na adoção das Fintech	16
2.3.1. Tendências globais emergentes em Fintech	16
2.3.2. Perspetivas dos mercados locais.....	17
2.4. O Contexto pós-pandémico	18
Capítulo 3 – Metodologia	19
3.1. Desenho de investigação	19
3.1.1 Método qualitativo.....	19
3.1.2 Leximancer: análise qualitativa	19
3.2. Recolha de dados	20
Capítulo 4 – Análise e discussão dos resultados	23
4.1. Análise dos resultados	23

4.2.	Discussão dos resultados	28
Capítulo 5 – Conclusões		37
5.1.	Principais conclusões.....	37
5.2.	Contributos para a comunidade científica e empresarial.....	38
5.2.1.	Implicações ao nível académico	38
5.2.2.	Implicações ao nível empresarial	39
5.3.	Limitações do estudo	39
5.4.	Propostas de investigação futura	40
	Referências Bibliográficas	41

Índice de Tabelas

Tabela 1: Tabela com conceitos, frequência e relevância 25

Índice de Figuras

Figura 1: Abordagem de investigação	6
Figura 2 - Mapa conceptual relativo aos 58 artigos.....	24
Figura 3 - Gráfico com a identificação dos temas e a respetiva ocorrência	25

Glossário de abreviaturas e siglas

API – *Application Programming Interface*

FUP – Facilidade de Uso Percebida

IU – Intenção de Uso

P2P – *Peer-to-Peer*

TAM – *Technology Acceptance Model*

UE – Utilização Efetiva

UP – Utilidade Percebida

UTAUT – *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*

UTAUT2 – *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*

Capítulo 1 – Introdução

1.1. Enquadramento do tema

A rápida evolução tecnológica tem transformado significativamente o setor financeiro dando origem à Tecnologia Financeira (Fintech) como uma força disruptiva que remodela os serviços financeiros tradicionais. Fintech designa inovações financeiras suportadas por tecnologia que criam modelos de negócio, aplicações e serviços, integrando finanças e tecnologias de informação para oferecer soluções mais acessíveis, eficientes e centradas no utilizador (Hasan et al., 2021; Roh et al., 2024). De pagamentos móveis e empréstimos entre pares a plataformas de gestão de património e *open banking*, os serviços Fintech experimentaram um crescimento exponencial, impulsionado pela procura do consumidor por conveniência, transparência e eficiência de custos (Hasan et al., 2021).

A confiança dos consumidores desempenha um papel fundamental na adoção e utilização sustentada dos serviços das Fintech. A confiança engloba a percepção de segurança, privacidade e fiabilidade das plataformas digitais, que influenciam significativamente as atitudes e intenções dos utilizadores. Estudos destacam a relação crítica entre confiança e fatores como valor percebido e risco, onde a interação destas dimensões molda as percepções e comportamentos do consumidor (Xie et al., 2021a). Com o surgimento da pandemia COVID-19, surge também a aceleração da adoção de serviços financeiros digitais em todo o mundo, onde em apenas alguns meses as formas tradicionais de pagamento foram substituídas por métodos de pagamento *cashless*. Destacando a importância de compreender o comportamento do consumidor num cenário tecnológico e social em rápida mudança (Hasan et al., 2021; Yan et al., 2023).

A adoção de Fintech não é uniforme em todas as regiões ou demografias. Nas economias avançadas, como os Países Baixos, a percepção da facilidade de utilização, segurança e utilidade são alguns dos principais fatores considerados (Hasan et al., 2021). Nos mercados em desenvolvimento, os fatores socioeconómicos, a literacia digital e os elementos contextuais, tais como a inclusão financeira e a confiança, influenciam ainda mais as decisões dos consumidores (Alkhaldi et al., 2022). Esta diversidade requer uma abordagem matizada para compreender os fatores tecnológicos subjacentes à adoção da Fintech, particularmente pós-pandemia, quando os serviços digitais se estão a tornar parte integrante da vida quotidiana. Este estudo procura identificar os fatores tecnológicos que influenciam a aceitação dos serviços Fintech pelos consumidores no pós-pandemia

COVID-19. Com base em estruturas existentes, como o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), o estudo procura identificar e analisar os fatores de confiança, valor percebido e risco na adoção da Fintech (Xie et al., 2021a).

Para enquadrar de forma explícita o papel do TAM nesta investigação, assumimos o modelo como estrutura teórica de partida que orienta o estudo das variáveis que afetam a adoção tecnológica. A utilidade percebida e facilidade de uso são articuladas com construtos salientes no contexto Fintech, como confiança, risco e valor percebido, bem como percepções de segurança e privacidade.

1.2. Motivação e relevância do tema

A escolha deste tema é motivada pelos seguintes motivos:

- O papel crucial dos sistemas financeiros na economia: A evolução tecnológica e a transformação das interações dos consumidores com o sistema financeiro, promovendo novas oportunidades e desafios para os prestadores de serviços financeiros.
- Interesse pessoal pelas novas ofertas financeiras que as Fintech trazem: A constante inovação no setor oferece soluções que podem revolucionar o acesso e a experiência dos consumidores em relação a produtos financeiros.
- Interesse em tecnologias emergentes e como estas podem afetar a aceitação de Fintech pelos consumidores: Como estas tecnologias podem influenciar a aceitação das Fintech pelos consumidores, proporcionando um campo de investigação rico.
- Atualidade do tema: A relevância do tema permite contribuir para o conhecimento sobre a adoção de tecnologias financeiras, considerando as transformações sociais e económicas recentes, especialmente no contexto pós-pandémico.

Considera-se que a relevância do tema não advém apenas da sua atualidade, mas igualmente do papel que os serviços financeiros e a tecnologia assumem na sociedade. Este estudo contribuirá não apenas para a literatura existente sobre o assunto, além disso, a introdução de uma abordagem qualitativa baseada na análise de literatura através de ferramentas como Leximancer permite identificar padrões e relações que até agora foram pouco explorados.

A emergência da COVID-19 provocou uma aceleração súbita e sem precedentes na adopção de serviços Fintech, evidenciada pela duplicação de transações móveis em vários mercados entre 2021 e 2022 — fenómeno que a literatura identifica como um “choque exógeno catalisador” da digitalização financeira (Tut, 2023). Apesar deste crescimento, diversos autores assinalam que a compreensão dos fatores que sustentam (ou inibem) a aceitação de Fintech no período pós-pandémico permanece insuficiente. Hasan et al. (2021) reclamam investigações específicas que testem o impacto duradouro do surto sanitário em economias avançadas e emergentes, sublinhando que “o evento COVID-19 continua pouco explorado nas trajetórias de adoção tecnológica”. Igamo et al. (2024) reforçam essa lacuna ao salientar que estudos focados explicitamente no “cenário pós-Covid” são ainda escassos e urgentes para orientar políticas de inclusão financeira, sobretudo em segmentos sub-representados como o feminino. Na mesma linha, a revisão sistemática de Ha et al. (2025) conclui que, embora a literatura sobre Fintech tenha crescido, “persistem hiatos significativos quanto aos seus efeitos tangíveis e à regulação”. Deste modo, o intervalo 2021-2025 é adotado como recorte temporal privilegiado, pois coincide com a consolidação das alterações comportamentais induzidas pelo distanciamento físico, a publicação de estudos que clamam por evidência empírica adicional neste exato período, e a disponibilização de dados suficientemente maduros para análise comparativa. Todos os artigos selecionados para o presente estudo respeitam, por conseguinte, a esta janela cronológica, assegurando coerência metodológica entre a motivação teórica e a operacionalização empírica.

1.3. Questões e objetivos de investigação

O tema da investigação é focado no impacto das tecnologias financeiras (Fintech) sobre o comportamento dos consumidores. Com o aumento das tecnologias digitais no setor financeiro, é essencial compreender os fatores tecnológicos que impulsionam a adoção das Fintech. A pesquisa foca-se nos fatores tecnológicos e como estes afetam a confiança e a aceitação do consumidor, oferecendo insights que podem auxiliar tanto instituições financeiras quanto o mercado das Fintech.

Neste sentido, a questão de investigação formulada é:

- Quais os fatores tecnológicos que influenciam a aceitação dos consumidores em relação aos serviços Fintech, no período pós-pandemia COVID-19?

No que diz respeito à função de investigação consiste no seguinte:

- Identificar os fatores tecnológicos que afetam a confiança e a aceitação dos consumidores em relação aos serviços Fintech, bem como conhecer os serviços disponibilizados após a pandemia.

Foi assim definido o seguinte objetivo geral:

- Identificar os fatores tecnológicos que influenciam a confiança dos consumidores em plataformas Fintech.

Quanto aos objetivos específicos, foram definidos os seguintes:

1. Conhecer os produtos e serviços disponibilizados pelas Fintech.
2. Enquadrar e interpretar os resultados à luz do TAM, evidenciando como os construtos tecnológicos específicos das Fintech se relacionam com o modelo.
3. Identificar e avaliar os desafios e barreiras enfrentados pelos consumidores ao adotar serviços Fintech.

A investigação a ser realizada ambiciona poder contribuir para o conhecimento do processo de transformação digital no setor financeiro no que concerne à adoção de Fintech. Espera-se identificar as características tecnológicas específicas que impactam significativamente a confiança e a disposição dos consumidores para adotar estas plataformas. Pretende-se que a contribuição teórica consista na identificação destes fatores e que possa contribuir para o conhecimento sobre modelos de adoção de tecnologia, aplicando-os especificamente às Fintech.

Enquanto a contribuição prática, ao identificar estes fatores, as empresas desenvolvedoras de Fintech e instituições financeiras possam analisar quais destes são mais valorizados pelos utilizadores. Por se tratar de um tema atual considera-se que apresenta uma “janela de oportunidade” nos contributos que poderá eventualmente representar tanto para a comunidade académica como para a empresarial.

1.4. Abordagem metodológica

Nesta investigação, será observado o método qualitativo, utilizando a análise documental como principal método de recolha de dados. As fontes primárias consistirão em artigos

científicos relacionados com a adoção de serviços Fintech, publicados entre os anos de 2021 e 2025. Estes artigos serão recolhidos através de plataformas como *Google Scholar*, *Proquest*, *Scopus* e outras, garantindo uma ampla cobertura da literatura académica relevante.

A análise dos artigos será conduzida com recurso ao *software Leximancer*, que permitirá uma análise semântica e lexical dos textos. Este *software* possibilitará ainda a representação gráfica em mapas conceptuais, auxiliando na identificação de temas e conceitos principais relacionados com a questão de investigação.

O processo metodológico será estruturado em 9 etapas:

1. Formulação da questão de investigação;
2. Identificação dos artigos académicos com base nos critérios definidos e compilação num ficheiro;
3. Pesquisa dos artigos nas plataformas académicas selecionadas;
4. Extração dos artigos em formato PDF;
5. Realização do upload dos artigos no Leximancer;
6. Processamento dos textos pelo Leximancer (processo automático do *software*);
7. Análise dos temas e conceitos identificados pelo Leximancer tendo por base o upload dos documentos;
8. Seleção dos principais temas e conceitos mais relevantes face à questão de investigação e aos objetivos da dissertação, bem como às palavras-chave;
9. Geração do mapa conceptual através do Leximancer (processo automático do *software*).

Este procedimento permitirá identificar de forma estruturada os principais fatores tecnológicos que influenciam a aceitação dos serviços Fintech pelos consumidores no contexto pós-pandémico, respondendo às questões de investigação delineadas.

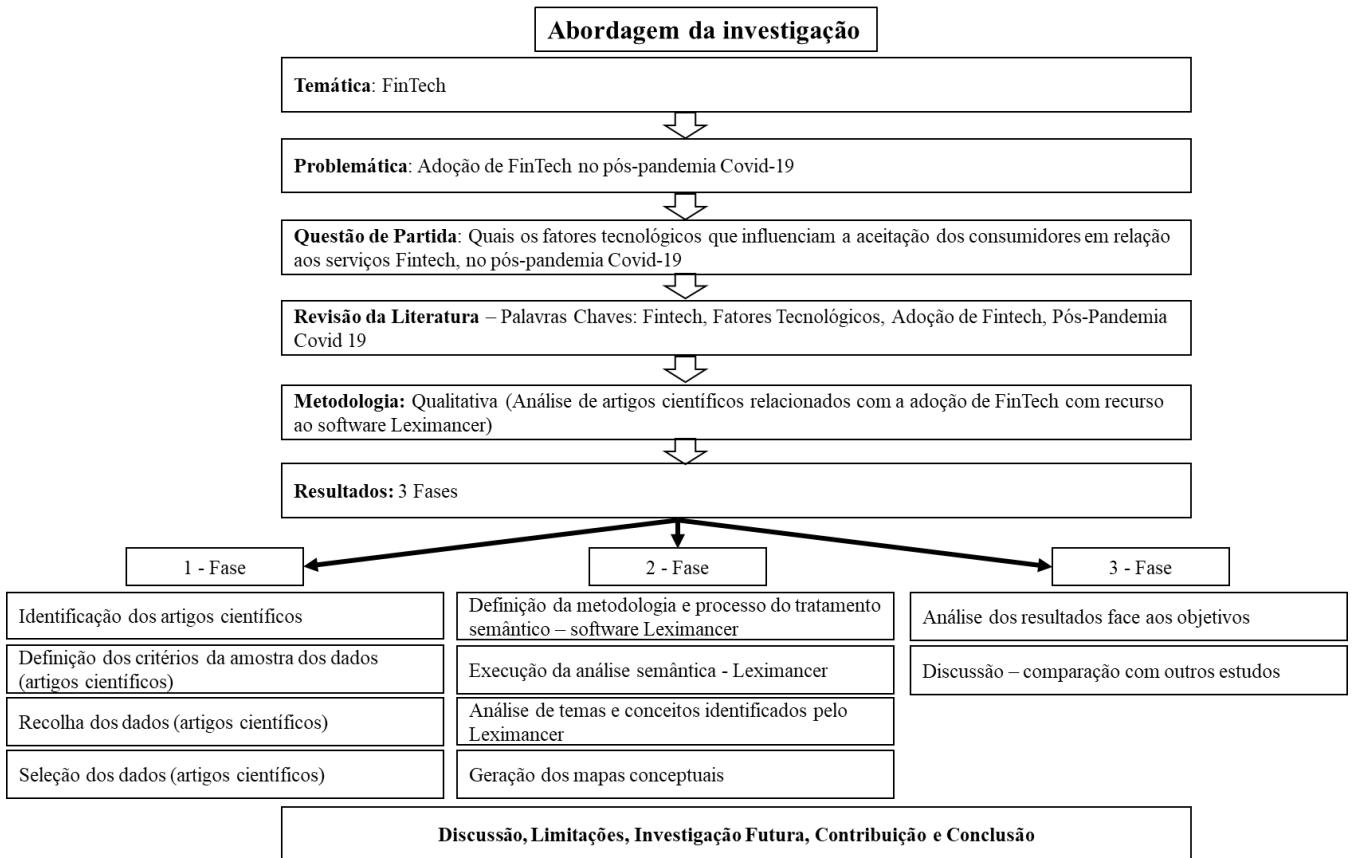


Figura 1: Abordagem de investigação

1.5. Estrutura e organização da dissertação

Esta dissertação está estruturada em cinco capítulos fundamentais, em alinhamento com os objetivos da investigação:

O primeiro capítulo introduz o enquadramento do tema, a motivação e relevância do mesmo, os objetivos gerais e específicos, a abordagem metodológica e uma breve descrição da estrutura do trabalho.

O segundo capítulo enquadra teoricamente o tema através de uma revisão detalhada da literatura académica, dividida em quatro grandes áreas: (1) Fintech, (2) Modelo de Aceitação tecnológica, (3) Tendências globais na adoção das Fintech, e (4) Fintech no contexto pós-pandémico.

O terceiro capítulo é dedicado à metodologia, detalhando o método de recolha de dados através da análise documental de artigos científicos, o uso do *software* Leximancer para análise semântica e lexical, e apresenta o modelo de análise subjacente, estruturado em nove etapas.

No quarto capítulo é abordada a Análise e Discussão dos Resultados onde se presenta a análise dos temas e conceitos identificados pelo Leximancer, incluindo mapas conceptuais gerados pelo *software* e a interpretação dos resultados face à questão de investigação.

O quinto capítulo refere-se à conclusão onde se sumariza as principais conclusões, destacando os contributos para a comunidade académica e empresarial. Inclui também uma reflexão sobre as limitações do estudo e propostas para investigações futuras. Com esta organização, a dissertação garante uma abordagem sistemática e coerente, facilitando a compreensão dos objetivos e resultados da investigação.

Capítulo 2 – Revisão da Literatura

2.1. Fintech

2.1.1. Fintech e a sua evolução: Uma transformação digital dos serviços financeiros

O setor das tecnologias financeiras (Fintech) registou um crescimento significativo, particularmente acelerado pela pandemia de COVID-19 (Kamilova et al., 2022; Xie et al., 2021b; Yan et al., 2023).

Como referido na literatura pelos autores Alkhwaldi et al. (2022) e Kamilova et al. (2022) os confinamentos e as medidas de distanciamento social forçaram os consumidores e as empresas a depender fortemente dos serviços financeiros digitais, levando a um rápido aumento da utilização de aplicações financeiras móveis, pagamentos *online* e plataformas bancárias digitais. O inquérito realizado em 2020 pelo Banco Mundial e pela Universidade de Cambridge a 118 bancos centrais e autoridades de supervisão financeira confirmou também esta tendência, relatando um aumento notável na utilização e oferta de vários produtos e serviços Fintech desde o início da pandemia (Kamilova et al., 2022). Esta rápida expansão representa uma transformação digital significativa no sector dos serviços financeiros, desafiando os modelos tradicionais e levando a uma reavaliação da forma como os serviços financeiros são prestados e aceidos (Modgil et al., 2022). No entanto, conforme referido na literatura, esta mudança não foi uniforme a nível mundial, tendo alguns países registado taxas de adoção abaixo das expectativas, mesmo considerando o fator pandemia (Al-Okaily, 2024).

A evolução das Fintech pode ser categorizada em fases, como referido por Kamilova et al., p. (2022, p. 179): “Fintech development into 3 stages: Fintech 1.0, Fintech 1.5 and Fintech 2.0.”. Kamilova et al. (2022) descreve Fintech 1.0 como o primeiro ecossistema de serviços financeiros tecnológicos que permitiu os primeiros pagamentos, serviços bancários e investimentos *online*. Fintech 1.5 será uma versão melhorada da Fintech 1.0, mas mais eficiente e aprimorada. Por fim descreve a Fintech 2.0 como sendo diferente das duas primeiras fases, sendo esta mais focada em tecnologia *blockchain*, permitindo um nível de transparência e segurança superior às anteriores.

No entendimento dos autores Kamilova et al. (2022), Xie et al. (2021b) e Yan et al. (2023) esta revolução digital caracteriza-se pela crescente integração de tecnologias inovadoras nos serviços financeiros. Esta convergência deu origem a novos modelos de negócio, aplicações e processos, alterando fundamentalmente os mercados e as instituições financeiras. A integração da tecnologia móvel, em particular, tem sido um motor significativo do crescimento tecnológico (Daraghmeh et al., 2021). As aplicações móveis proporcionam um acesso cómodo a uma vasta gama de serviços financeiros, desde a verificação dos saldos das contas até à realização de pagamentos tendo um impacto profundo no comportamento dos consumidores (Daraghmeh et al., 2021; Jayanthi et al., 2024). A facilidade de acesso e as interfaces de fácil utilização das aplicações móveis tornaram os serviços financeiros mais acessíveis a uma população mais vasta, incluindo os que anteriormente estavam excluídos dos sistemas bancários tradicionais (Amnas et al., 2023; Yan et al., 2023).

2.1.2. Bancos tradicionais vs. empresas Fintech

Como referido na literatura, os bancos tradicionais e as empresas Fintech adotaram abordagens diferentes à transformação digital (Akinwale & Kyari, 2022; Xie et al., 2021b; Yan et al., 2023). Enquanto as empresas Fintech têm uma abordagem tecnológica muito mais ágil e adaptável, permitindo-lhes introduzir soluções inovadoras mais rapidamente, oferecendo frequentemente serviços mais fáceis de utilizar e mais económicos (Amnas et al., 2023; Xie et al., 2021b), os bancos tradicionais enfrentam frequentemente desafios internos para se adaptarem a este novo paradigma, incluindo sistemas antigos, processos burocráticos e aversão ao risco (Stewart & Jürjens, 2018).

Esta disparidade realça um ponto crucial abordado anteriormente: a transformação digital não se resume à adoção de tecnologia, mas sim à adoção de uma nova mentalidade e de uma nova estrutura operacional (Jünger & Mietzner, 2020; Singh et al., 2020).

Conforme referem os autores Jayanthi et al. (2024) e Utami et al. (2021), o contraste entre as duas abordagens é evidente na adoção de tecnologias específicas. As empresas Fintech são frequentemente pioneiras na incorporação de tecnologias de ponta, como a inteligência artificial (IA) e a cadeia de blocos (*Blockchain*), enquanto os bancos tradicionais podem ficar para trás, dando prioridade a infraestruturas e protocolos de segurança estabelecidos.

No entanto, a literatura refere que a crescente concorrência das Fintech está a levar os bancos tradicionais a acelerar os seus esforços de transformação digital (Hu et al., 2019; Jünger & Mietzner, 2020), promovendo a colaboração e as parcerias entre os dois sectores (Shahzad et al., 2022). Esta abordagem colaborativa pode levar ao desenvolvimento de modelos híbridos, combinando os pontos fortes dos bancos tradicionais com a agilidade e a inovação das empresas Fintech (Shahzad et al., 2022). Contudo, o sucesso de tais colaborações depende da navegação nas complexidades da integração de diferentes culturas organizacionais e plataformas tecnológicas (Daragmeh et al., 2021).

2.1.3. Principais tecnologias que impulsionam a transformação digital

A literatura aponta várias tecnologias-chave que estão na base da transformação digital no sector financeiro. A tecnologia *Blockchain*, por exemplo, oferece o potencial para aumentar a segurança, a transparência e a eficiência tecnológica (Akinwale & Kyari, 2022; Firmansyah et al., 2022). A sua natureza descentralizada e capacidade de registo imutável tornam-na atrativa para aplicações como os pagamentos transfronteiriços e o financiamento da cadeia de abastecimento (Jayanthi et al., 2024). No entanto, a escalabilidade, incerteza regulamentar e a complexidade da implementação continuam a ser desafios enfrentados pelas Fintech aquando da sua utilização (Chan et al., 2022; Firmansyah et al., 2022). A inteligência artificial (IA), sendo uma das tecnologias mais abordadas e cobiçadas atualmente é outra tecnologia utilizada, com potencial transformador, permitindo deteção de fraudes, aconselhamento financeiro personalizado e serviço automatizado ao cliente de forma muito mais eficiente (Shahzad et al., 2022; Utami et al., 2021). Os algoritmos alimentados por IA podem analisar conjuntos de dados com dimensões muito superiores de forma muito mais rápida e eficiente, identificando padrões e percepções, conduzindo a uma gestão de riscos mais eficiente e a uma melhor tomada de decisões, como referem os autores Hu et al. (2019) e Firmansyah et al. (2022). Contudo, as preocupações éticas em torno do enviesamento dos algoritmos e da privacidade dos dados devem ser cuidadosamente consideradas (Roh et al., 2024).

No entendimento de Jayanthi et al. (2024) e Daragmeh et al. (2021), a tecnologia móvel alterou fundamentalmente a forma como as pessoas interagem com os serviços financeiros. As aplicações bancárias móveis proporcionam um acesso conveniente a contas, pagamentos e outros serviços financeiros, promovendo a inclusão financeira e impulsionando a adoção entre populações anteriormente mal servidas. A adoção

generalizada de smartphones e o acesso móvel à Internet tornaram estas aplicações omnipresentes (Daraghmeh et al., 2021; Jayanthi et al., 2024; Stewart & Jürjens, 2018). Conforme refere Jayanthi et al. (2024) a análise de *Big Data* desempenha um papel fundamental, permitindo o processamento e a análise de conjuntos de dados maciços para melhorar a avaliação dos riscos, personalizar os produtos financeiros e melhorar o serviço ao cliente (Shahzad et al., 2022; Utami et al., 2021). A computação em nuvem (*cloud computing*) fornece a infraestrutura para armazenar e processar esses dados, permitindo a escalabilidade e a relação custo-eficácia (Hu et al., 2019). A interação destas tecnologias cria um ecossistema complexo e em evolução, moldando o futuro dos serviços financeiros e apresentando oportunidades e desafios tanto para os bancos tradicionais como para as empresas Fintech (Akhter et al., n.d.).

2.2. Modelo de Aceitação Tecnológica e Fintech

2.2.1. Modelo de aceitação tecnológica (TAM)

Como referem os autores Enu-Kwesi e Opoku (2020), o Modelo de Aceitação Tecnológica (TAM) é um quadro amplamente utilizado na investigação sobre sistemas de informação, uma vez que fornece uma perspetiva valiosa para examinar os fatores que influenciam a adoção de tecnologia. Desenvolvido por Fred Davis em 1989, o objetivo principal do TAM é explicar e prever a aceitação das tecnologias da informação por parte dos utilizadores (Enu-Kwesi & Opoku, 2020). O TAM postula que dois construtos primários - utilidade percebida e facilidade de utilização percebida - são os determinantes mais significativos da atitude de um indivíduo em relação a uma determinada tecnologia e da sua intenção de a utilizar (Enu-Kwesi & Opoku, 2020). A utilidade percebida refere-se ao grau em que uma pessoa acredita que a utilização de um determinado sistema melhoraria o seu desempenho profissional, enquanto a facilidade de utilização percebida reflete o grau em que uma pessoa acredita que a utilização de um determinado sistema seria isenta de esforço (Enu-Kwesi & Opoku, 2020). Estes constructos não são independentes. A percepção da facilidade de utilização influencia frequentemente a percepção da utilidade (Enu-Kwesi & Opoku, 2020). A simplicidade do modelo e o seu enfoque nas percepções dos utilizadores tornam-no facilmente aplicável em diversos contextos tecnológicos, como o demonstra a sua utilização generalizada em vários setores (Alamir, 2024; Enu-Kwesi & Opoku, 2020; Trisanti & Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2024).

2.2.2. Confiança e adoção de plataformas Fintech

A investigação académica fornece informações valiosas sobre os fatores que impulsionam a adoção das Fintech. O Modelo de Aceitação Tecnológica (TAM) e as suas extensões, como a Teoria Unificada de Aceitação e Utilização de Tecnologia (UTAUT), são frequentemente utilizados para analisar o comportamento dos utilizadores (Akinwale & Kyari, 2022; Amnas et al., 2023; Chan et al., 2022; Hu et al., 2019; Jayanthi et al., 2024). Como referido anteriormente estes modelos destacam a importância da utilidade percebida, da facilidade de utilização percebida e da influência social na determinação das intenções dos utilizadores e da sua utilização efetiva (Akinwale & Kyari, 2022; Hu et al., 2019; Jayanthi et al., 2024). Contudo, a literatura revela também que a percepção do risco, a confiança e as preocupações com a segurança podem ter um impacto significativo nas taxas de adoção (Roh et al., 2024). A incorporação destes fatores em modelos TAM alargados permite uma compreensão mais abrangente do processo de adoção (Hu et al., 2019; Shahzad et al., 2022).

Os autores Roh et al. (2024) e Chan et al. (2022) afirmam que o papel da confiança é particularmente crucial, sobretudo no contexto dos serviços financeiros, em que a segurança e a privacidade são fundamentais. Criar confiança é, por conseguinte, essencial para que as empresas Fintech consigam uma adoção mais generalizada (Jünger & Mietzner, 2020). A regulamentação e o apoio governamentais desempenham também um papel fundamental na promoção da confiança e da inovação responsável (Chan et al., 2022).

2.2.3. Fatores tecnológicos que influenciam a confiança

Vários fatores tecnológicos têm um impacto significativo na confiança dos consumidores nos serviços das Fintech. Conforme referem os autores Stewart e Jürjens (2018) e Roh et al. (2024) a segurança dos dados é fundamental. Os consumidores dão prioridade à segurança dos dados acima dos serviços de valor acrescentado percebidos (Stewart & Jürjens, 2018), demonstrando uma forte preferência por plataformas fiáveis. Este facto está de acordo com a observação de que a segurança e a privacidade percebidas estão positivamente correlacionadas com a confiança dos consumidores (Roh et al., 2024). A definição de segurança dos dados evoluiu então numa perspetiva técnica para englobar fatores humanos, reconhecendo o papel crucial das organizações Fintech e dos seus funcionários na segurança dos dados (Stewart & Jürjens, 2018). A manutenção da

confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados é também crucial para criar e manter a confiança dos consumidores (Stewart & Jürjens, 2018).

A literatura refere também que a experiência do utilizador e a conceção da interface são fundamentais (Chan et al., 2022; Singh et al., 2020; Stewart & Jürjens, 2018). A usabilidade aumenta o envolvimento e a satisfação do utilizador, tendo um impacto direto na confiança (Stewart & Jürjens, 2018). Uma experiência de utilização positiva, nomeadamente a facilidade de utilização e uma interface convivial, pode aumentar significativamente a probabilidade de adoção de um serviço Fintech (Shahzad et al., 2022; Singh et al., 2020). No contexto da banca aberta (*open banking*), por exemplo, o autor Chan et al. (2022) afirma que a experiência do utilizador (expetativa de esforço) desempenha um papel significativo na redução do risco percebido e no aumento da expectativa de desempenho.

Já o autor Singh et al. (2020) refere que a capacidade de resposta e a segurança da interface Fintech também afetam a intenção e a utilização efetiva dos serviços. No entanto, existem lacunas de investigação no que respeita aos elementos de conceção específicos que promovem mais eficazmente a confiança. É necessária uma investigação mais aprofundada sobre as características da interface do utilizador que aumentam a confiança, especialmente tendo em conta as potenciais diferenças entre grupos de utilizadores mais jovens e mais velhos.

A fiabilidade da plataforma é outro aspeto fundamental (Amnas et al., 2023). Os consumidores precisam de ter a certeza de que a plataforma Fintech desempenhará consistentemente as suas funções como esperado. Isto inclui aspetos como a segurança das transações, a ligação sem fios constante e o fornecimento fiável de informações (Stewart & Jürjens, 2018).

2.2.4. Barreiras que afetam a confiança

Diversas barreiras impedem a adoção das Fintech, afetando significativamente a confiança e a aceitação dos consumidores. A literacia financeira é um fator significativo referido pelos autores Akinwale e Kyari (2022), Jayanthi et al. (2024) e Roh et al. (2024). A falta de literacia financeira pode prejudicar a capacidade dos consumidores para compreender e utilizar eficazmente os serviços das Fintech (Roh et al., 2024). Isto é particularmente relevante nos mercados emergentes (Akinwale & Kyari, 2022) e entre os grupos de utilizadores mais velhos (Singh et al., 2020).

Como mencionado anteriormente, as preocupações com a privacidade dos dados são outro obstáculo significativo (Jayanthi et al., 2024; Roh et al., 2024; Stewart & Jürjens, 2018). A literatura refere que muitos consumidores desconfiam da partilha de informações pessoais devido ao receio de violações de dados (Roh et al., 2024; Stewart & Jürjens, 2018). Isto está de acordo com a constatação de que a percepção de segurança e privacidade influencia diretamente e indiretamente as atitudes dos consumidores em relação às Fintech (Roh et al., 2024), sendo a resolução destas preocupações fundamental para aumentar a confiança e a adoção (Jayanthi et al., 2024).

Conforme referem Shahzad et al. (2022) e Candra et al. (2020), a resistência à mudança tecnológica é outro obstáculo relevante. Alguns consumidores hesitam em adotar novas tecnologias devido a uma falta de familiaridade ou de conforto com as plataformas digitais (Shahzad et al., 2022). Esta resistência pode ser amplificada pelo facto de se evitar a incerteza, em especial em culturas com um elevado nível de aversão ao risco (Alkhwaldi et al., 2022). A criação de confiança nos serviços das Fintech exige que se dê resposta a estas preocupações através de uma comunicação clara e de interfaces de fácil utilização (Candra et al., 2020). No entanto, é ainda necessária investigação para compreender os fatores psicológicos e comportamentais específicos que contribuem para esta resistência e como estes podem ser eficazmente abordados.

2.2.5. Atitude dos consumidores

A interação de fatores e barreiras tecnológicas molda significativamente as atitudes dos consumidores em relação às Fintech. A utilidade percebida e a facilidade de utilização percebida são fatores determinantes da atitude e da intenção de adotar serviços Fintech (Akinwale & Kyari, 2022; Al-Okaily, 2024; Singh et al., 2020). Quando os consumidores consideram que as inovações Fintech são benéficas e fáceis de utilizar, estão mais disponíveis a adotá-las (Utami et al., 2021). No entanto, a importância relativa da percepção de utilidade versus a percepção de facilidade de utilização pode variar entre diferentes serviços Fintech e grupos de utilizadores (Hu et al., 2019). Por exemplo, enquanto a percepção da facilidade de utilização é particularmente importante para os utilizadores mais velhos, a percepção da utilidade pode ser mais influente para os utilizadores mais jovens e mais experientes em tecnologia.

A confiança é um fator mediador fundamental (Akinwale & Kyari, 2022; Ali et al., 2021; Amnas et al., 2023; Candra et al., 2020). Influencia significativamente tanto as atitudes como as intenções de adotar serviços Fintech (Akinwale & Kyari, 2022). O risco

percebido afeta negativamente a confiança (Ali et al., 2021; Amnas et al., 2023), sublinhando a importância de responder às preocupações dos consumidores em matéria de segurança e privacidade dos dados (Ali et al., 2021). Além disso, diferentes dimensões da confiança, como a credibilidade, a benevolência e a integridade, desempenham papéis cruciais na formação das atitudes (Candra et al., 2020).

A influência social também desempenha um papel significativo (Akinwale & Kyari, 2022; Amnas et al., 2023; Singh et al., 2020). As interações e recomendações sociais positivas podem influenciar significativamente as intenções de adoção (Jayanthi et al., 2024; Shahzad et al., 2022). O apoio governamental e a imagem de marca influenciam ainda mais a confiança e a adoção (Akinwale & Kyari, 2022; Jünger & Mietzner, 2020). Um ambiente regulamentar sólido pode dar aos utilizadores uma sensação de segurança e confiança (Amnas et al., 2023). Além disso, uma forte reputação da marca pode reforçar a confiança dos consumidores e aumentar as taxas de adoção (Akinwale & Kyari, 2022).

2.3. Tendências globais e locais na adoção das Fintech

2.3.1. Tendências globais emergentes em Fintech

Várias tendências significativas estão a remodelar o panorama das Fintech a nível mundial. A banca aberta (*open banking*), um sistema que permite aos consumidores partilhar os seus dados financeiros com terceiros fornecedores, está a ganhar notoriedade (Chan et al., 2022; Firmansyah et al., 2022). Esta maior acessibilidade dos dados promove a concorrência entre os prestadores de serviços, oferecendo aos consumidores um maior controlo e produtos financeiros potencialmente mais adaptados (Chan et al., 2022). O aumento da tecnologia de cadeia de blocos (*blockchain*) oferece um processamento de transações seguro e transparente, melhorando a eficiência e reduzindo a fraude, o que influencia positivamente a confiança dos utilizadores (Firmansyah et al., 2022). O potencial da cadeia de blocos (*blockchain*) vai para além dos pagamentos, com aplicações em áreas como o financiamento da cadeia (*supply chain*) de abastecimento e a verificação da identidade digital (Kamilova et al., 2022). A personalização impulsionada pela IA é outra tendência fundamental, permitindo serviços financeiros personalizados e melhores experiências do cliente (Amnas et al., 2023; Xie et al., 2021a). Os algoritmos de IA podem analisar os dados dos clientes para fornecer recomendações personalizadas, avaliações de risco e estratégias de investimento, tornando os serviços Fintech mais personalizados às necessidades dos utilizadores (Xie et al., 2021b).

2.3.2. Perspetivas dos mercados locais

Ao analisar a literatura é possível afirmar que a adoção das Fintech varia significativamente entre mercados, refletindo diferenças nos ambientes regulamentares, nas infraestruturas digitais e no comportamento dos consumidores (Alkhwaldi et al., 2022; Chan et al., 2022; Shahzad et al., 2022). Por exemplo, como referem os autores Jünger e Mietzner (2020), a Alemanha está atrasada em relação a outros países na adoção das Fintech, particularmente nos pagamentos móveis, devido a fatores como o ceticismo dos consumidores e a preferência por métodos estabelecidos. Apenas 14% dos alemães utilizam pagamentos móveis e dois terços da população afirma que não considera adotar serviços Fintech. “Only 14% of Germans are currently using mobile payments, and two-thirds of the population claim they are not considering adopting Fintech services in this area in the future” (Jünger & Mietzner, 2020, p. 1)

Em contrapartida, mercados como a China e a Índia registaram taxas de adoção de Fintech excepcionalmente elevadas, com mais de metade dos cidadãos a adotar este tipo de serviços (Utami et al., 2021), impulsionadas principalmente por fatores como uma grande população jovem, uma elevada penetração de smartphones e políticas governamentais de apoio (Roh et al., 2024).

No Vietname, o rápido crescimento das empresas Fintech foi impulsionado pela pandemia, mas subsistem desafios em matéria de segurança e de quadro jurídico (Khuong et al., 2022). Da mesma forma, no Paquistão, a adoção de Fintech está a ganhar impulso, mas as preocupações com a segurança e as questões de confiança continuam a impedir uma adoção mais ampla (Ali et al., 2021). Compreender estas nuances locais é crucial para adaptar as estratégias Fintech às necessidades específicas do mercado e superar desafios únicos (Akinwale & Kyari, 2022). O período pós-pandémico mostrou diversas respostas locais, destacando a importância de considerar os fatores culturais e económicos locais ao avaliar a adoção das Fintech. Estudos realizados no Bangladesh demonstram um rápido aumento do número de utilizadores de serviços bancários móveis durante a pandemia (Yan et al., 2023), impulsionado pela percepção do valor e da conveniência destas plataformas (Yan et al., 2023). O período pós-pandemia apresentou uma janela de oportunidade para enfrentar estes desafios e capitalizar estas oportunidades, uma vez que os consumidores demonstraram uma maior vontade de adotar soluções financeiras digitais, principalmente por questões de segurança em relação à sua saúde (Alkhwaldi et al., 2022; Al-Okaily, 2024).

2.4. O Contexto pós-pandémico

Através da literatura é possível entender que, impulsionados por preocupações de saúde e restrições de confinamento, os consumidores preferiram cada vez mais as transações *online* e os serviços digitais (Kamilova et al., 2022).

Esta mudança foi evidente em várias aplicações Fintech, incluindo serviços bancários móveis, pagamentos *online* e plataformas de investimento digital (Amnas et al., 2023; Xie et al., 2021a). A conveniência e a segurança oferecidas por estas alternativas digitais tornaram-se fundamentais, conduzindo a um aumento significativo do número de utilizadores e do volume de transações (Yan et al., 2023). Os autores Hasan et al. (2021) afirmam que esta mudança foi particularmente notória em contextos em que o acesso físico aos serviços bancários tradicionais era limitado ou arriscado.

Como refere o autor Modgil et al. (2022), a pandemia, por conseguinte, não só acelerou a adoção das Fintech, como também evidenciou as vulnerabilidades das empresas que não dispõem de capacidades digitais. Empresas que já tinham integrado infraestruturas de pagamento digital tiveram melhores resultados durante a pandemia, afirma Kamilova et al. (2022), demonstrando a importância da transformação digital na resiliência do sector financeiro (Modgil et al., 2022).

A mudança, no entanto, não foi motivada apenas pela necessidade. A maior familiaridade e as experiências positivas com os serviços Fintech durante a pandemia contribuíram para uma maior vontade de os utilizar, mesmo depois de as restrições terem sido levantadas (Alkhwaldi et al., 2022; Shahzad et al., 2022). Isto sugere que a conveniência e a eficiência dos serviços financeiros digitais se tornaram atributos valorizados pelos consumidores, indicando uma potencial mudança a longo prazo nas preferências dos mesmos (Xie et al., 2021b)

Capítulo 3 – Metodologia

3.1. Desenho de investigação

3.1.1 Método qualitativo

Para responder à questão de investigação desta dissertação – "Quais os fatores tecnológicos que influenciam a aceitação dos consumidores em relação aos serviços Fintech, no período pós-pandemia COVID-19?" –, optou-se por uma abordagem qualitativa, justificada pela necessidade de identificar, sintetizar e analisar criticamente as evidências disponíveis sobre os fatores tecnológicos que impactam a adoção dos serviços Fintech, permitindo assim uma visão abrangente e estruturada do fenómeno em estudo. O processo foi dividido em quatro fases principais, iniciando-se com uma fase de identificação, na qual se realizou uma pesquisa exaustiva em bases de dados académicas, tais como Google Scholar, Scopus e Web of Science, usando termos-chave como "Fintech", "Adoção de Fintech", "Fatores tecnológicos", "Aceitação tecnológica" e "Pós-pandemia Covid-19". Seguiu-se a fase de seleção, onde foram aplicados critérios rigorosos de inclusão e exclusão, considerando-se exclusivamente artigos publicados entre 2021 e 2025, em revistas científicas indexadas e redigidos em inglês, excluindo-se publicações sem acesso ao texto completo, artigos duplicados e estudos que não estivessem diretamente relacionados com a adoção de Fintech. Posteriormente, realizou-se a fase de Elegibilidade, caracterizada pela análise detalhada dos resumos e introduções dos artigos para verificar a sua pertinência em relação aos objetivos da pesquisa. Finalmente, decorreu a fase de Inclusão, na qual se efetuou a seleção definitiva dos estudos para análise completa, procedendo-se à extração dos dados necessários.

3.1.2 Leximancer: análise qualitativa

O software escolhido para a análise de dados foi o Leximancer v. 5.0. Esta ferramenta permite a análise de conteúdo de documentos, nomeadamente a análise semântica e lexical, através da sua representação visual em mapas conceptuais dando destaque, através das cores e da dimensão dos círculos, dos conceitos mais frequentes identificados nos documentos, bem como da forma como os mesmos se relacionam entre si, incluindo igualmente excertos do texto original onde são referenciados (Leximancer, 2021).

Os mapas conceptuais gerados pelo Leximancer apresentam os temas sob a forma de círculos, em que os temas mais relevantes surgem assinalados a vermelho e os menos importantes a roxo. No interior de cada tema encontram-se os conceitos identificados, organizados com base na sua proximidade semântica e frequência de coocorrência nos documentos analisados, neste caso os artigos. A relação entre os conceitos reflete a frequência com que estes aparecem nos textos, permitindo compreender a estrutura subjacente à informação e identificar os principais fatores tecnológicos associados à aceitação dos serviços Fintech no contexto pós-pandemia.

Face ao objetivo deste estudo o Leximancer revela-se mais adequado do que alternativas CAQDAS como o MAXQDA. Enquanto o Leximancer privilegia a descoberta automática de temas e redes semânticas com elevada reprodutibilidade, eficiente para sínteses de literatura em larga escala, o MAXQDA é particularmente forte na codificação manual/axial e métodos mistos, vocacionado para entrevistas e análises de leitura densa. Assim, a opção pelo Leximancer assegura eficiência, objetividade e alinhamento metodológico com a natureza do corpus e dos objetivos deste trabalho, reconhecendo-se a eventual perda de nuance interpretativa, mitigada por testes de sensibilidade e triangulação com excertos e literatura.

3.2. Recolha de dados

A recolha de dados para esta dissertação teve por base a análise de literatura científica recente, com o objetivo de identificar os principais fatores tecnológicos que influenciam a aceitação dos serviços Fintech pelos consumidores no contexto pós-pandémico. A estratégia adotada consistiu na recolha e análise de artigos científicos publicados em revistas académicas com arbitragem científica.

Para a seleção dos artigos, procedeu-se a uma pesquisa estruturada em bases académicas (Google Scholar, Scopus, ProQuest e complementares), limitada ao período 2021–2025 e a língua inglesa, utilizando combinações booleanas de termos relacionados com “Fintech”, “Adoção de Fintech”, “Fatores tecnológicos”, “Aceitação tecnológica” e “Pós-pandemia Covid-19”. Após remoção de duplicados, aplicou-se triagem por título/resumo e leitura integral, incluindo apenas estudos revistos por pares com foco na adoção de serviços Fintech por consumidores e evidência empírica ou revisões sistemáticas/estruturadas; foram excluídos editoriais, notas técnicas e trabalhos sem

dimensão comportamental. A amostra final integrou 58 artigos, predominantemente publicados em revistas indexadas de elevado impacto, com 42 (72,4%) em quartis Q1–Q2, assegurando rigor e relevância científica; os restantes 16 (27,6%) distribuem-se por Q3–Q4 e *venues* credenciados, permitindo equilibrar abrangência temática e qualidade metodológica. Esta curadoria garante um corpus robusto para a análise semântica no *Leximancer* e para a síntese crítica alinhada com os objetivos da dissertação.

Com vista à posterior análise com o software *Leximancer*, os textos dos artigos foram alvo de um processo de preparação e normalização. De cada artigo foram extraídas as secções de *abstract* e conclusões, por se tratar das partes com maior densidade temática e capacidade de síntese das contribuições dos estudos. Estas secções foram inseridas num ficheiro Microsoft Excel, estruturado em duas colunas:

- Coluna A: Texto do *abstract*;
- Coluna B: Texto das conclusões.

Cada linha do ficheiro correspondia a um artigo, totalizando 58 entradas. O ficheiro foi posteriormente convertido para o formato .csv, com remoção de acentuação, pontuação desnecessária e caracteres especiais, de forma a assegurar a compatibilidade com o software de análise.

A análise dos dados foi conduzida utilizando o *Leximancer* v5.0, um software de análise automática de conteúdo textual, que permite a extração de conceitos e o mapeamento de relações semânticas. A língua definida no projeto foi o inglês, garantindo o alinhamento com os dicionários e algoritmos linguísticos da ferramenta.

O processo de análise decorreu segundo os seguintes passos:

1. Importação dos documentos .txt no *Leximancer*;
2. Geração automática dos “*Concept Seeds*”, com base nos textos submetidos;
3. Eliminação de termos genéricos ou conceptualmente neutros, que poderiam distorcer a análise, como por exemplo: *analysis, behavioral, different, during, factors, findings, future, important, increase, influence, literature, market, model, products, research, results, significant, study, TAM, time, usefulness*;
4. Fusão de palavras semanticamente equivalentes, agrupando diferentes formas linguísticas sob um único conceito. Alguns exemplos:

- *consumer, users, customers, people* → *customers*;
 - *use, using, usage, used* → *ease*;
 - fintech, FinTech → fintech;
 - *covid, pandemic* → *pandemic*;
 - *services, service* → *services*;
 - *banks, banking* → *banking*.
5. Configuração da visualização do mapa conceptual, utilizando o modo “*Social Network (Gaussian)*”, com os parâmetros ajustados para 100% dos conceitos e 72% dos temas e 32º de rotação, equilibrando profundidade analítica com clareza visual.
 6. Geração dos resultados, com a produção dos mapas conceptuais e respetivas métricas associadas, permitindo a identificação das relações temáticas mais relevantes nos dados analisados.

Este procedimento permitiu obter uma visão sistematizada dos principais conceitos, temas e relações subjacentes à literatura recente sobre a aceitação de serviços Fintech, servindo de base empírica para a proposta do modelo teórico desenvolvida nesta dissertação.

Capítulo 4 – Análise e discussão dos resultados

4.1. Análise dos resultados

Tendo por base os critérios descritos no subcapítulo 3.2 - Recolha e tratamento dos dados, foram submetidas à ferramenta Leximancer as secções de conclusão e *abstract* de 58 artigos científicos publicados entre 2021 e 2025, com o objetivo de identificar automaticamente os conceitos e temas mais relevantes sobre a adoção de serviços Fintech em contexto pós-pandémico.

O mapa conceptual gerado (Figura 2) apresenta uma representação gráfica da frequência e coocorrência de termos, agrupando os conceitos em torno de temas centrais. Este processo permitiu identificar quatro temas principais — *Use, Banking, Digital e Inclusion*, representados com letras maiúsculas — e um total de 34 conceitos representados com letras minúsculas, os quais estão semanticamente associados a cada um dos temas.

A distribuição dos conceitos por tema é a seguinte:

- O tema *Use*, o mais destacado e posicionado ao centro do mapa, agrupa 18 conceitos: *use, users, Fintech, services, intention, adoption, perceived, financial, technology, trust, Covid, risk, impact, social, support, relationship, government e products*.
- O tema *Banking* integra 8 conceitos: *banking, payment, online, data, mobile, value, security e expectancy*.
- O tema *Digital* agrupa 6 conceitos: *digital, lending, providers, people, acceptance e information*.
- Por fim, o tema *Inclusion* é constituído por 2 conceitos: *inclusion e access*.

Cada tema é representado graficamente por uma cor distinta no mapa: vermelho (tema mais relevante), seguido de tons verdes e azul, consoante a respetiva importância relativa. Os conceitos são posicionados mais próximos ou afastados do centro do tema de acordo com a intensidade da sua ligação semântica.

Esta representação visual permite observar não apenas a frequência dos termos, mas também a proximidade semântica entre temas, fornecendo uma base sólida para a interpretação detalhada dos dados e das inter-relações existentes no discurso académico atual sobre Fintech.

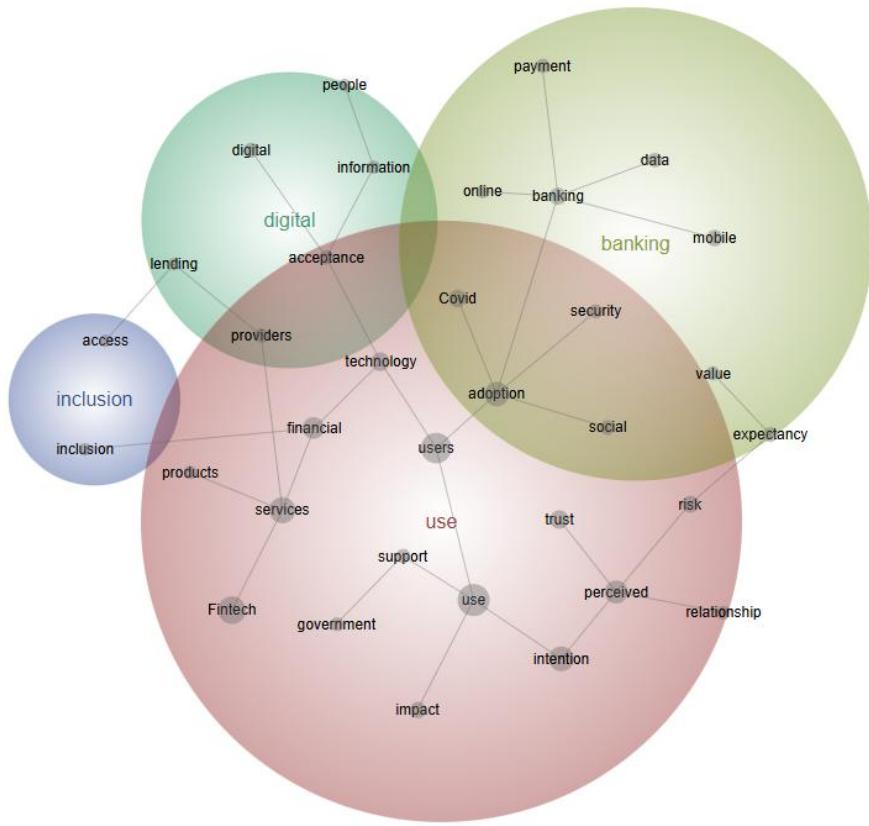


Figura 2 - Mapa conceptual relativo aos 58 artigos

Tal como previamente referido, os temas são apresentados sob a forma de círculos coloridos, sendo o tema com maior relevância representado a vermelho, e os menos relevantes com tonalidades progressivamente mais frias, como o verde, azul ou roxo, de acordo com a escala cromática utilizada pelo *Leximancer* (Leximancer, 2021). No interior de cada círculo surgem os conceitos mais fortemente associados a esse tema, com base na sua frequência de ocorrência e na proximidade semântica dentro do corpus analisado - neste caso, as conclusões e *abstract* de 58 artigos científicos.

A correlação entre os conceitos reflete a frequência com que estes surgem juntos nos textos, sendo os seus posicionamentos influenciados tanto pela quantidade de vezes que ocorrem como pela sua relação semântica com os temas principais. A Figura 3 apresenta o gráfico com os temas identificados pelo *Leximancer*, por ordem decrescente de relevância: *Use*, *Banking*, *Digital* e *Inclusion*.

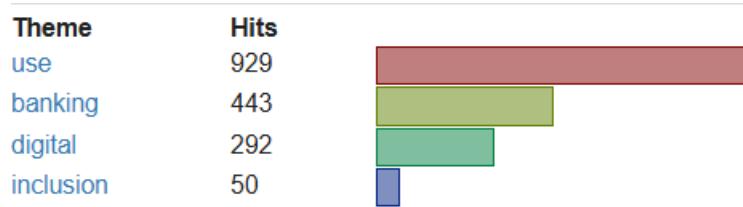


Figura 3 - Gráfico com a identificação dos temas e a respetiva ocorrência

Verifica-se que o tema “*Use*” surge em primeiro lugar com um total de 929 ocorrências, destacando-se de forma expressiva face ao segundo tema identificado - “*Banking*” - que regista 443 ocorrências. Em seguida, o tema “*Digital*” apresenta 292 ocorrências, enquanto o tema “*Inclusion*”, com apenas 50 ocorrências, se revela consideravelmente menos expressivo quando comparado com os restantes.

É de notar que o tema “*Use*” ocupa uma posição central no mapa conceptual e intersepara-se com todos os outros temas, demonstrando a sua elevada conectividade semântica. Observa-se ainda sobreposição entre os temas “*Use*”, “*Banking*” e “*Digital*”, o que reforça a interdependência entre os fatores tecnológicos, comportamentais e estruturais no processo de adoção de serviços Fintech. No que diz respeito ao tema “*Inclusion*”, este surge de forma mais isolada, apresentando uma tangência apenas com os temas “*Use*” e “*Digital*”, o que pode indicar que a inclusão financeira e digital é tratada de forma marginal na maioria dos artigos analisados.

Relativamente aos conceitos identificados, apresenta-se na Tabela 1 a lista dos conceitos associados a cada tema, incluindo a sua frequência e grau de relevância, com base nos dados extraídos do software *Leximancer*.

Tabela 1: Tabela com conceitos, frequência e relevância

Concept	Count	Relevance_percentage
use	535	100
users	476	89
services	343	64
adoption	323	60
intention	292	55
perceived	252	47
financial	240	45
technology	167	31
trust	147	27
banking	142	27
mobile	124	23
risk	113	21
impact	108	20

digital	92	17
payment	85	16
expectancy	83	16
data	82	15
acceptance	77	14
social	75	14
providers	72	13
security	64	12
value	59	11
relationship	58	11
support	54	10
information	51	10
government	44	8
online	43	8
products	41	8
people	33	6
inclusion	32	6
lending	25	5
access	22	4

Na Tabela 1 é possível verificar que o conceito “use” se destaca em primeiro lugar, com 535 ocorrências e uma relevância de 100%, assumindo uma posição central na análise dos artigos científicos processados pelo *Leximancer*. Em segundo lugar surge o conceito “users”, com 476 ocorrências, o que corresponde a 89% de relevância, evidenciando o foco da literatura recente no comportamento dos utilizadores face às soluções Fintech.

Segue-se o conceito “services”, com 343 registos e 64% de relevância, em linha com o enfoque dado à oferta funcional das Fintech e à forma como os consumidores interagem com os serviços financeiros digitais. “Adoption” e “intention” aparecem logo de seguida com 60% e 55% de relevância, respetivamente, o que reflete a importância atribuída aos fatores comportamentais na aceitação tecnológica.

Com valores de relevância ainda expressivos surgem os conceitos “perceived” (47%), “financial” (45%) e “technology” (31%), destacando-se como variáveis associadas à percepção subjetiva da utilidade, ao contexto financeiro e à infraestrutura tecnológica das plataformas. Também os conceitos “trust” e “banking”, ambos com 27% de relevância, ocupam lugar de destaque, sugerindo que a confiança e a comparação com os serviços bancários tradicionais são fatores críticos de análise.

Outros conceitos relevantes incluem “mobile” (23%), “risk” (21%), “impact” (20%) e “digital” (17%), apontando para preocupações relacionadas com mobilidade, segurança e efeitos da transformação digital acelerada - em especial no período pós-pandémico.

Conceitos como “*payment*”, “*expectancy*”, “*data*” e “*acceptance*”, com valores entre 14% e 16%, mostram-se igualmente recorrentes e refletem os aspetos operacionais, de expectativa de desempenho e de aceitação social da tecnologia.

A análise do mapa conceptual (Figura 2) permitiu ainda verificar a forte concentração dos conceitos em torno do tema “*Use*”, que funciona como núcleo de ligação entre os restantes temas: “*Banking*”, “*Digital*” e “*Inclusion*”. Esta estrutura sugere que a adoção dos serviços Fintech é um fenómeno de natureza interdependente, influenciado simultaneamente por fatores tecnológicos, comportamentais, sociais e institucionais.

4.1.1 Tema "*Use*"

Com 929 ocorrências, o tema "use" assumiu uma posição central no mapa conceptual. Este resultado evidencia a relevância dada à utilização de serviços Fintech como objeto de análise prioritário na literatura recente. A este tema estão associados conceitos como *users*, Fintech, *services*, *intention*, *adoption*, *perceived*, *trust*, *support* e *risk*. A concentração de conceitos ligados à intenção de uso, percepção de utilidade, apoio ao utilizador e construção de confiança reforça a predominância dos estudos baseados em modelos teóricos como o TAM (*Technology Acceptance Model*) e o UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*).

Importa referir que este tema surge frequentemente articulado com os outros três temas identificados, funcionando como nó central do discurso analítico dos artigos. A presença dos conceitos *trust* e *risk* sugere uma preocupação transversal com a segurança dos utilizadores ao adotarem soluções tecnológicas em finanças.

4.1.2 Tema "*Banking*"

O tema "*banking*", com 443 ocorrências, reflete a ligação persistente entre as Fintech e o setor bancário tradicional. Os conceitos associados — *payment*, *security*, *data*, *online*, *value*, *mobile* — remetem para o papel fundamental da infraestrutura financeira e da digitalização bancária como contexto de transição tecnológica.

A análise das ocorrências revela que os artigos frequentemente exploram a forma como os serviços Fintech complementam, substituem ou desafiam os serviços bancários convencionais, salientando aspetos como mobilidade, valor percebido, conveniência e proteção de dados. Estes fatores são também referidos como barreiras ou facilitadores da adoção, conforme o grau de sofisticação tecnológica dos utilizadores.

4.1.3 Tema "*Digital*"

Com 292 ocorrências, o tema "*digital*" agrupa conceitos que descrevem a base tecnológica dos serviços Fintech, como *technology*, *acceptance*, *providers*, *information* e *relationship*. A presença destes conceitos sugere uma ênfase nos aspectos estruturais e organizacionais da adoção, incluindo a competência dos fornecedores tecnológicos, a clareza das informações transmitidas aos utilizadores e a percepção da qualidade do relacionamento digital.

É também neste tema que se deteta a influência da pandemia, com o conceito *Covid* a emergir como condicionante ou catalisador da transformação digital. Vários artigos apontam a pandemia como responsável pelo aumento na utilização de canais digitais, impulsionando tanto a inovação tecnológica como a predisposição dos consumidores à experimentação de novos serviços.

4.1.4 Tema "*Inclusion*"

Por fim, o tema "*inclusion*", com 50 ocorrências, reflete uma preocupação crescente na literatura com a equidade no acesso às soluções Fintech. Os conceitos *access* e *inclusion* são aqui destacados como centrais para compreender os desafios enfrentados por populações vulneráveis, incluindo idosos, pessoas com baixos níveis de literacia digital ou residentes em regiões com limitada cobertura tecnológica.

Apesar da sua menor frequência relativa, este tema reveste-se de grande importância estratégica, dado que as barreiras de acesso e literacia tecnológica podem comprometer os potenciais benefícios sociais e económicos da transformação digital do setor financeiro.

4.2. Discussão dos resultados

A presente secção tem como propósito refletir criticamente sobre os resultados obtidos a partir da análise semântica de 58 artigos científicos, que abordam a adoção de serviços Fintech no período pós-pandémico. Estes resultados foram estruturados com o auxílio do software Leximancer, o qual permitiu identificar os principais temas e conceitos recorrentes nos *abstract* e conclusões dos estudos analisados, destacando as inter-relações entre fatores como utilização, confiança, risco, segurança, tecnologia e inclusão.

A discussão é conduzida tendo por base o objetivo geral desta dissertação – identificar os fatores tecnológicos que influenciam a confiança dos consumidores em plataformas Fintech – e em articulação com os três objetivos específicos:

1. Conhecer os produtos e serviços disponibilizados pelas Fintech;
2. Enquadrar e interpretar os resultados à luz do TAM, evidenciando como os construtos tecnológicos específicos das Fintech se relacionam com o modelo;
3. Identificar e avaliar os desafios e barreiras à adoção destes serviços.

4.2.1 Confiança e risco como pilares da aceitação tecnológica

Entre os conceitos mais proeminentes no mapa conceptual encontram-se *trust*, *risk*, *security*, fortemente associados ao tema central *Use*. Esta constatação confirma a crescente relevância da confiança como variável determinante na aceitação de tecnologias financeiras. Como apontam Alhajjaj e Ahmad (2022), a confiança emerge como fator mediador entre fatores tecnológicos e intenção de uso, sendo especialmente sensível a percepções de segurança e risco.

De forma coerente, os conceitos *security* e *risk* reforçam que os consumidores estão cada vez mais atentos à proteção dos seus dados financeiros e pessoais, sendo esse um fator decisivo na sua disposição para experimentar novas soluções Fintech (Gupta et al., 2024; Shahzad et al., 2022). O receio de falhas de segurança, fraudes e perda de controlo sobre os dados constitui uma barreira significativa à aceitação, especialmente entre públicos com menor literacia digital ou menor exposição prévia a tecnologias financeiras.

No estudo de Stewart e Jürjens (2018), a segurança dos sistemas, a robustez das infraestruturas digitais e a transparência nas políticas de gestão de dados foram identificadas como os principais fatores geradores de confiança em soluções Fintech na Alemanha, contexto altamente regulado e com consumidores exigentes. Estes resultados são coerentes com os padrões verificados nesta análise.

Além disso, o conceito *support* reforça a ideia de que a presença de canais de apoio confiáveis, rápidos e acessíveis constitui também um elemento-chave na formação da confiança, uma vez que reduz a percepção de vulnerabilidade do utilizador perante problemas técnicos ou operacionais.

Os resultados convergem com evidência recente em diferentes contextos. Na Holanda, Hasan et al. (2021) mostram que, para além da facilidade de uso percebida e da utilidade

percebida, a segurança e a confiança são determinantes proeminentes da adoção de Fintech, reforçando a centralidade de “trust/risk/security” observada no nosso mapa conceptual. Na Alemanha, Jünger e Mietzner (2020) evidenciam que confiança percebida, transparência e literacia financeira elevam a propensão à migração para Fintech, — um padrão que sustenta a nossa ênfase na mitigação do risco e na transparência como motores de confiança. Em Lagos (Nigéria), Akinwale e Kyari (2022), elaboram um estudo empírico baseado no TAM que reporta efeitos fortes de atitude/intenção e destaca credibilidade e preocupações de privacidade como peças-chave, alinhando com a ideia de que a gestão do risco informacional condiciona diretamente a intenção. Há, contudo, nuances contextuais: Almashhadani et al. (2023), afirmam que riscos de privacidade não explicam a intenção, ao passo que o risco financeiro é negativo e significativo; adicionalmente, os *lockdowns* de COVID-19 reforçaram as ligações entre FUP/UP e a intenção, sinalizando que choques exógenos podem aumentar a tolerância ao risco financeiro e simultaneamente aumentar a confiança operacional.

No mesmo sentido, na Índia, Modgil et al. (2022) afirmam que a confiança e o benefício percebido reforçam a intenção, enquanto o risco a diminui; durante a pandemia, o efeito da COVID-19 aumentou o peso da confiança e atenuou o impacto do risco, mantendo estável o papel dos benefícios — um resultado que ajuda a explicar a centralidade simultânea de “security” e “use” observada na nossa análise.

4.2.2 Produtos, serviços e proposta de valor das Fintechs

O conceito *services*, com 343 ocorrências, e outros como *payment*, *mobile* e *products* indicam que a maioria dos estudos analisados explora com detalhe a variedade de soluções disponibilizadas pelas Fintech, bem como o valor percebido pelos consumidores. Os serviços mais frequentemente referidos incluem:

- Pagamentos móveis e *contactless*;
- Empréstimos digitais e *peer-to-peer lending*;
- Gestão orçamental pessoal;
- *Roboadvisors* e automatização de investimentos;
- Plataformas de crowdfunding e seguros digitais.

Este portefólio de serviços traduz um processo de desintermediação do setor financeiro tradicional, promovendo acessibilidade, personalização e autonomia dos utilizadores, como salientado por Hasan et al. (2021).

Contudo, é precisamente essa diversidade que pode gerar desconfiança, particularmente quando as soluções são percebidas como opacas, complexas ou demasiado inovadoras para segmentos populacionais menos familiarizados com a tecnologia. Essa ambivalência reforça a necessidade de desenvolvimento de interfaces intuitivas, bem como estratégias de comunicação e educação financeira que reforcem a confiança, como defendem Saputra et al. (2023) e Sharma et al. (2024).

A lista de serviços e o seu peso relativo estão alinhados com a evidência empírica. Em Lagos, os utilizadores reportam transferências de dinheiro, poupança e seguros entre as utilizações mais comuns, o que valida a centralidade das soluções de pagamentos e poupança no mix de valor das Fintech (Akinwale & Kyari, 2022). Para a Alemanha, Jünger e Mietzner (2020) observam crescimento particular em pagamentos digitais, *P2P lending* e *robo-advisors*, e defendem que transparência e satisfação com o serviço são diferenciadores mais relevantes do que o preço — o que converge com a nossa leitura sobre a valorização de benefícios (UP) e da mitigação de risco. No caso holandês, a adoção é explicada por conveniência (FUP/UP) e por segurança/confiança, resultando numa proposta de valor que combina desempenho com proteção (coerente com “value/services/payment” na nossa análise) (Hasan et al., 2021).

4.2.3 Integração com o Modelo TAM

Os resultados evidenciam uma forte aderência aos construtos do TAM. Em particular, os conceitos *perceived, use, intention, value, acceptance* e *adoption* mapeiam-se de forma clara para Facilidade de Uso Percebida (FUP), Utilidade Percebida (UP), Intenção de Uso (IU) e Utilização Efetiva (UE). À luz dos quatro temas principais identificados — *Use, Banking, Digital e Inclusion* — observa-se que *Use* surge como tema central, espelhando diretamente IU e UE; *Banking* fornece o enquadramento de serviço e confiança que reforça UP e condiciona FUP (procedimentos e processos bancários mais simples); *Digital* capta as características tecnológicas que ancoram FUP (usabilidade, mobilidade, interface) e, indiretamente, UP (eficiência, conveniência); e *Inclusion* destaca acessibilidade e literacia, influenciando FUP (facilidade percebida por perfis diversos) e reforçando UP (benefícios percebidos de forma abrangente).

Mapeamento dos resultados para os construtos do TAM

- FUP (Facilidade de Uso Percebida): suportada por marcas lexicais e evidências associadas a *perceived, online, mobile, information*, refletindo simplicidade de interação, clareza informativa e acessibilidade em múltiplos dispositivos.
- UP (Utilidade Percebida): refletida em *value, services, payment, acceptance*, traduzindo benefícios, desempenho do serviço e conveniência (p.ex., pagamentos e apoio ao utilizador).
- IU (Intenção de Uso): alinhada com *intention e adoption* enquanto predisposição para iniciar ou continuar a utilização.
- UE (Utilização Efetiva): coerente com *use e adoption* enquanto comportamento efetivo e recorrente de utilização.

Proposições consistentes com o TAM (modelo clássico)

- P1. FUP → UP: maior facilidade de uso percebida associa-se a maior utilidade percebida.
- P2. UP → IU: maior utilidade percebida associa-se a maior intenção de uso.
- P3. FUP → IU: a facilidade de uso percebida contribui diretamente para a intenção de uso.
- P4. IU → UE: a intenção de uso conduz à utilização efetiva.

Papel dos temas como contexto interpretativo

- *Use*: tema central que espelha a cadeia FUP/UP → IU → UE, reforçando a ligação entre percepções e comportamento efetivo.
- *Banking*: enquadramento de serviço e confiança institucional que reforça UP (percepção de valor e desempenho) e condiciona FUP (clareza de processos, simplicidade operativa).
- *Digital*: condições tecnológicas (interfaces, mobilidade, integração) que elevam FUP e indiretamente UP, ao reduzirem esforço e aumentarem eficiência.
- *Inclusion*: acessibilidade e literacia digital/financeira que facilitam FUP e alargam UP a segmentos diversos.

Fatores transversais enquanto condições contextuais

Elementos como confiança (*trust*), risco percebido (*risk*), segurança da informação (*security/data*), apoio técnico (*support*) e percepções contextuais (p.ex., choques externos) emergem nos textos analisados, mas são aqui tratados como influências externas que moldam FUP e UP (reforçando-as ou enfraquecendo-as). Não são integrados como novos construtos ou relações no diagrama do TAM, garantindo a manutenção do modelo clássico.

Implicações analíticas

A centralidade do tema *Use* e a articulação entre *Banking*, *Digital* e *Inclusion* sugerem que aperfeiçoos na facilidade de uso percebida (FUP) e percepção clara de benefícios (UP) são os vetores mais eficazes para elevar IU e, consequentemente, UE em serviços Fintech. Em termos de leitura prática, iniciativas que simplifiquem fluxos (*onboarding*, pagamentos, suporte), aumentem transparência e elevem literacia digital/financeira tendem a traduzir-se em ganhos simultâneos de FUP e UP.

A aderência ao TAM é corroborada por estudos empíricos em diferentes geografias. Na Jordânia, UP e FUP afetam positivamente a intenção, e a intenção prediz uso efetivo, confirmado a cadeia IU→UE (P4) (Almashhadani et al., 2023). Em Lagos, os coeficientes estruturais mostram um efeito muito forte da atitude na intenção, coadunando com P2/P3 ao ancorar a formação de atitude em utilidade e facilidade (Akinwale & Kyari, 2022). No contexto holandês, FUP, UP, segurança e confiança surgem conjuntamente como motores da adoção, o que reforça o papel dos antecedentes tecnológicos e da confiança institucional destacado no nosso mapeamento (Hasan et al., 2021).

4.2.4 Barreiras à adoção e exclusão digital

A análise dos conceitos *inclusion* (32 ocorrências) e *access* (22) revela uma atenção crescente às barreiras estruturais e tecnológicas que dificultam a adoção de serviços Fintech por parte de determinados segmentos da população. Estas barreiras incluem:

- Baixa literacia digital e financeira;
- Falta de acesso a dispositivos e conectividade;
- Dificuldade na compreensão de interfaces e funcionalidades;

- Desconfiança em relação a plataformas emergentes;
- Medo de fraude ou perda de controlo sobre os dados.

Sharma et al. (2024) sublinham que, em economias agrárias como a indiana, o sucesso das Fintechs depende da sua capacidade de adaptação às realidades locais, incluindo aspectos culturais, educacionais e económicos. Da mesma forma, estudos como o de Alhajjaj e Ahmad (2022) e (Gupta et al., 2024; Upadhyay et al., n.d.) mostram que a exclusão digital pode comprometer os benefícios esperados da digitalização financeira, exigindo soluções com design inclusivo e políticas públicas de capacitação.

A evidência reforça que literacia, infraestrutura e confiança são determinantes para mitigar exclusão. Na Alemanha, literacia financeira e preferência por transparência aumentam a propensão a adotar Fintech, o que sugere que simplificação e educação podem reduzir assimetrias informacionais — coerente com as barreiras que identificamos (Jünger & Mietzner, 2020). Em termos de segmentos, trabalhos com enfoque de género mostram que persistem desigualdades de acesso e uso no pós-COVID-19, pelo que estratégias de inclusão devem considerar literacia financeira digital e segurança percebida com recorte de género (P et al., 2025). Em estudos focados em mulheres no pós-pandemia, a literacia financeira digital e o apoio governamental emergem como alavancas críticas da adoção, sinalizando que políticas públicas e desenho de serviço sensível ao contexto social são instrumentos eficazes para reduzir barreiras (Igamo et al., 2024).

4.2.5 O impacto transformador da pandemia de COVID-19

A presença do conceito Covid no mapa conceptual, especialmente associado aos temas “*Use*” e “*Digital*”, indica que a pandemia funcionou como catalisador da transformação digital, alterando padrões de comportamento e acelerando a adoção de tecnologias financeiras.

Durante o confinamento e as restrições físicas, a necessidade de aceder a serviços financeiros de forma remota potenciou o uso de apps de pagamento, gestão bancária e contratação de crédito online. Contudo, também se verificou uma intensificação da percepção de risco, exigindo níveis mais elevados de segurança e suporte (Gupta et al., 2024; Upadhyay et al., n.d.). Esta nova realidade reforça a importância de investir não apenas na inovação tecnológica, mas também na resiliência, transparência e comunicação

eficaz com o utilizador, como condição para a construção de confiança em tempos de elevada incerteza.

Os resultados são consistentes com estudos empíricos que quantificam o efeito catalisador da pandemia. Na Jordânia, os *lockdowns* moderaram positivamente as relações entre UP/FUP e intenção, e a intenção impactou o uso efetivo, mostrando que a pressão situacional reforçou a adoção efetiva de Fintech (Almashhadani et al., 2023).

Na Índia, a COVID-19 aumentou o peso da confiança e diminuiu o impacto do risco na intenção, sem alterar o contributo dos benefícios — uma configuração que explica a proximidade entre “*Digital/Use*” e “*Security*” na nossa análise (Gupta et al., 2024).

Capítulo 5 – Conclusões

5.1. Principais conclusões

A elaboração desta dissertação permitiu, com recurso ao Leximancer, identificar os temas dominantes e os conceitos com maior frequência e coocorrência nas conclusões de 58 artigos científicos focados na adoção de serviços Fintech em contexto pós-pandémico, e mapear as respetivas correlações. A partir desse processamento emergiram quatro temas estruturantes — *Use, Banking, Digital e Inclusion* — que foram interpretados à luz do Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), constituindo a contribuição conceptual central desta dissertação e respondendo à pergunta de partida: Quais os fatores tecnológicos que influenciam a aceitação dos consumidores em relação aos serviços Fintech, no período pós-pandemia COVID-19?

Tal como estabelecido no Capítulo 3 – Metodologia, e em linha com a Revisão da Literatura (Cap. 2), a análise semântica gerou mapas conceptuais que evidenciam a centralidade de *Use* e a proximidade semântica entre *trust, risk, security, services/payment/mobile e inclusion/access*. Considera-se, por isso, cumprido o objetivo geral — identificar os fatores tecnológicos que condicionam confiança e aceitação em plataformas Fintech — e os três objetivos específicos que se detalham de seguida.

1.1. Conhecer os produtos e serviços disponibilizados pelas Fintech

Os mapas conceptuais e a leitura dos excertos subjacentes confirmam um portefólio com núcleo em pagamentos móveis/*contactless*, empréstimos digitais e P2P, gestão orçamental pessoal (PFM), *robo-advisory* e automatização de investimento, crowdfunding e seguros digitais (*insurtech*).

Conclusão: estes serviços ancoram a Utilidade Percebida (UP) através de conveniência, rapidez e disponibilidade “sempre-ligado”, enquanto a Facilidade de Uso Percebida (FUP) é potenciada por interfaces intuitivas, clareza informativa e suporte ágil.

O peso relativo de *payments e mobile* é particularmente saliente, funcionando como porta de entrada para a adoção e a utilização continuada.

1.2. Integrar os resultados com o TAM

Os conceitos *perceived, use, intention, value, acceptance, adoption* mapeiam, de forma consistente, para os construtos do TAM: Facilidade de uso percebido (FUP), Uso percebido (UP), Intenção de Uso (IU) e Utilização Efetiva (UE). A cadeia FUP → UP →

IU → UE é suportada pelos padrões semânticos, confirmando as proposições P1–P4 do TAM clássico. Os temas *Banking* e *digital* funcionam como condições de contexto que elevam FUP e reforçam UP, sem necessidade de alargar o diagrama nuclear do modelo.

1.3. Identificar e avaliar desafios e barreiras à adoção

A proeminência de *inclusion* e *access* evidencia barreiras estruturais: baixa literacia digital/financeira, carências de dispositivos e conectividade, interfaces de elevada complexidade, desconfiança e medo de fraude/perda de controlo sobre dados. A inclusão (acesso + literacia) é condição habilitadora para que FUP/UP se materializem em IU/UE, sem ela, a adoção tende a concentrar-se em segmentos já capacitados, ampliando desigualdades.

1.4. Papel transversal de confiança, risco e segurança

Os conceitos *trust*, *risk* e *security* surgem fortemente associados a *Use*, sustentando que confiança e percepção de risco são determinantes estruturais da aceitação tecnológica. A segurança/privacidade, transparência e suporte responsável reduzem risco percebido, elevam confiança e potenciam FUP/UP, funcionando como pré-condição para converter IU em UE.

5.2. Contributos para a comunidade científica e empresarial

5.2.1. Implicações ao nível académico

Esta dissertação contribui para a literatura ao clarificar fundamentos, métodos e operacionalização da investigação sobre adoção de serviços Fintech no pós-pandemia COVID-19. Primeiro, consolida-se o TAM: demonstra-se que o modelo clássico é suficiente quando confiança, risco e segurança são tratados como antecedentes tecnológicos externos que moldam a FUP e a UP, preservando clareza ($FUP/UP \rightarrow IU \rightarrow UE$) e comparabilidade teórica.

Segundo, a cartografia semântica com Leximancer, aplicada às conclusões e *abstract* de estudos recentes, oferece um procedimento replicável para identificar regularidades conceptuais e relações temáticas, transferível para domínios adjacentes (p. ex., *open banking*, *insurtech*).

Terceiro, estabelece-se a ponte “temas ↔ construtos”: a correspondência *Use/Banking/Digital/Inclusion ↔ FUP/UP/IU/UE* fornece um quadro operativo para

gerar hipóteses e desenhar instrumentos em fases quantitativas. Em conjunto, estes contributos reforçam o conhecimento e disponibilizam um caminho metodológico claro para investigações futuras.

5.2.2. Implicações ao nível empresarial

Relativamente às implicações a nível empresarial, entende-se que, ao identificar os fatores tecnológicos que moldam a confiança e a aceitação do consumidor (utilidade percebida, facilidade de uso, segurança/privacidade, transparência e suporte), bancos e Fintechs podem definir novas iniciativas nos canais digitais e potenciar as que foram implementadas anteriormente. Em concreto, recomenda-se a simplificação de *onboarding*, autenticação forte com menor fricção, linguagem clara e percursos acessíveis para diferentes perfis de literacia, assegurando métricas de acompanhamento que suportem ciclos de melhoria contínua.

Considera-se ainda que, aproveitando o impulso da pandemia como acelerador da transformação digital e as competências entretanto adquiridas pelos clientes, as instituições devem continuar a promover o uso dos canais digitais, alargando a oferta *end-to-end* por esta via e robustecendo os mecanismos de cibersegurança e proteção de dados, de modo a sustentar um clima de estabilidade e confiança. Paralelamente, a adoção de características como arquiteturas *API-first*, *open banking*, parcerias banco-Fintech, personalização com recurso a analítica/IA e reforço dos controlos antifraude deverão ser prioridades estratégicas, articuladas com os *roadmaps* de produto.

5.3. Limitações do estudo

Este estudo apresenta quatro limitações principais. Em primeiro lugar, o âmbito e a natureza das fontes: a análise baseou-se em 58 artigos e incidiu sobretudo nas respetivas conclusões e *abstract*, o que pode sub-representar nuances metodológicas descritas no corpo dos estudos.

Em segundo lugar, a inferência é semântica e não causal. O Leximancer capta coocorrências e proximidades lexicais, não relações de causalidade. Embora tenham sido aplicadas salvaguardas (limpeza textual e definição de *seeds* conceptuais), pode subsistir viés residual na estrutura temática obtida.

Em terceiro lugar, existe heterogeneidade contextual. Diferenças de regulação, maturidade digital e traços culturais entre países e segmentos de utilizadores podem moderar os pesos relativos de FUP, UP, IU e UE, limitando a generalização direta dos resultados a todos os contextos.

Por fim, não houve validação empírica primária. O TAM foi utilizado como quadro explicativo, mas não foi testado com dados primários no âmbito deste trabalho; assim, as conclusões têm natureza conceptual e carecem de confirmação estatística em fases subsequentes.

Estas limitações devem ser consideradas na interpretação dos resultados e orientam as propostas de investigação futura a apresentar de seguida.

5.4. Propostas de investigação futura

À luz das limitações desta dissertação — designadamente a natureza qualitativa da análise com recurso ao Leximancer e a ausência de validação estatística do modelo — sugere-se, em primeiro lugar, a validação quantitativa do modelo proposto. Estudos futuros poderão aplicar inquéritos e modelação de equações estruturais para testar relações, mediações e moderações entre utilidade percebida, facilidade de uso, confiança, risco percebido e intenção de uso, incluindo variáveis adicionais. Recomenda-se ainda a comparação entre extensões do TAM e do UTAUT2 ancoradas na confiança, assegurando invariância de medida por segmentos (idade, literacia financeira/digital, experiência com canais) e contextos (banca tradicional vs. Fintech).

Em segundo lugar, recomenda-se explorar contextos regulatórios e tecnológicos emergentes e seus efeitos na aceitação: evolução do *open banking*, pagamentos instantâneos, bem como o impacto de novos enquadramentos regulatórios europeus na percepção de confiança e risco. A relação entre falta de segurança e abandono, e estratégias de inclusão digital para públicos vulneráveis (baixa literacia, séniores). Estas sugestões permitem consolidar e generalizar o modelo teórico, aproximando os resultados de decisões de produto, risco e experiência do cliente no ecossistema Fintech.

Referências Bibliográficas

- Akhter, F., Waqas, M., & Sohaib, S. (n.d.). FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF FINTECH SERVICES FOR BANK CLIENTS. In *Journal of Social Sciences and Humanities* (Vol. 61, Issue 1).
- Akinwale, Y. O., & Kyari, A. K. (2022). Factors influencing attitudes and intention to adopt financial technology services among the end-users in Lagos State, Nigeria. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 14(1), 272–279. <https://doi.org/10.1080/20421338.2020.1835177>
- Al Amin, M., Muzareba, A. M., Chowdhury, I. U., & Khondkar, M. (2024). Understanding e-satisfaction, continuance intention, and e-loyalty toward mobile payment application during COVID-19: an investigation using the electronic technology continuance model. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(2), 318–340. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00197-2>
- Alamir, I. (2024). Extended Technology Acceptance Model (TAM) for Evaluating Digital Banking Adoption in Saudi Arabia. *Scientific Journal of King Faisal University: Humanities and Management Sciences*, 63–70. <https://doi.org/10.37575/h/mng/240043>
- Alhajjaj, H., & Ahmad, A. (2022). DRIVERS OF THE CONSUMERS ADOPTION OF FINTECH SERVICES. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 17, 259–285. <https://doi.org/10.28945/4971>
- Ali, M., Raza, S. A., Khamis, B., Puah, C. H., & Amin, H. (2021). How perceived risk, benefit and trust determine user Fintech adoption: a new dimension for Islamic finance. *Foresight*, 23(4), 403–420. <https://doi.org/10.1108/FS-09-2020-0095>
- Alkhwaldi, A. F., Alharasis, E. E., Shehadeh, M., Abu-AlSondos, I. A., Oudat, M. S., & Bani Atta, A. A. (2022). Towards an Understanding of FinTech Users' Adoption: Intention and e-Loyalty Post-COVID-19 from a Developing Country Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912616>
- Almashhadani, I. S., Abuhashesh, M., Bany Mohammad, A., Masa'deh, R., & Al-Khasawneh, M. (2023). Exploring the determinants of FinTech adoption and intention to use in Jordan: The impact of COVID-19. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2256536>
- Al-Okaily, M. (2024). So What About the Post-COVID-19 Era?: Do Users Still Adopt FinTech Products? *International Journal of Human-Computer Interaction*. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2305992>
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., Alqudah, G., & Ghazlat, A. (2024). Mobile payment adoption in the time of the COVID-19 pandemic. *Electronic Commerce Research*, 24(1), 427–451. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09577-1>
- Amnas, M. B., Selvam, M., Raja, M., Santhoshkumar, S., & Parayitam, S. (2023). Understanding the Determinants of FinTech Adoption: Integrating UTAUT2 with Trust Theoretic Model. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(12). <https://doi.org/10.3390/jrfm16120505>
- Arifin, M. I., Saputra, M., Puspitasari, W., & Bazen, J. (2023). Fintech Adoption among Indonesian Generation Z: A Technology Acceptance Model Perspective. *ICADEIS 2023 - International Conference on Advancement in Data Science, E-Learning and Information Systems: Data, Intelligent Systems, and the Applications for Human Life, Proceeding*. <https://doi.org/10.1109/ICADEIS58666.2023.10270907>
- Bouteraa, M., Chekima, B., Lajuni, N., & Anwar, A. (2023). Understanding Consumers' Barriers to Using FinTech Services in the United Arab Emirates: Mixed-Methods

- Research Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). <https://doi.org/10.3390/su15042931>
- Candra, S., Nuruttarwiyah, F., & Hapsari, I. H. (2020). Revisited the Technology Acceptance Model with E-Trust for Peer-to-Peer Lending in Indonesia (Perspective from Fintech Users). *International Journal of Technology*, 11(4), 710–721. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v11i4.4032>
- Chan, R., Troshani, I., Rao Hill, S., & Hoffmann, A. (2022). Towards an understanding of consumers' FinTech adoption: the case of Open Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), 886–917. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2021-0397>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Enu-Kwesi, F., & Opoku, M. O. (2020). Relevance of the technology acceptance model (TAM) in information management research: a review of selected empirical evidence. *Pressacademia*, 7(1), 34–44. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2020.1186>
- Fintech and the covid-19 apndemic-Evidence from electronic payment systems.* (n.d.).
- Fintech in the time of covif-19 _ technologic adoption during crisis.* (n.d.).
- Firmansyah, E. A., Masri, M., Anshari, M., & Besar, M. H. A. (2022). Factors Affecting Fintech Adoption: A Systematic Literature Review. *FinTech*, 2(1), 21–33. <https://doi.org/10.3390/fintech2010002>
- Gupta, K., Wajid, A., & Gaur, D. (2024). Determinants of continuous intention to use FinTech services: the moderating role of COVID-19. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(2), 536–552. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00221-z>
- Ha, D., Le, P., & Nguyen, D. K. (2025). Financial inclusion and fintech: a state-of-the-art systematic literature review. In *Financial Innovation* (Vol. 11, Issue 1). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. <https://doi.org/10.1186/s40854-024-00741-0>
- Hasan, R., Ashfaq, M., & Shao, L. (2021). Evaluating Drivers of Fintech Adoption in the Netherlands. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/09721509211027402>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Idrees, M. A., & Ullah, S. (2024). Comparative analysis of FinTech adoption among Islamic and conventional banking users with moderating effect of education level: A UTAUT2 perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100343>
- Igamo, A. M., Rachmat, R. Al, Siregar, M. I., Gariba, M. I., Cherono, V., Wahyuni, A. S., & Setiawan, B. (2024). Factors influencing Fintech adoption for women in the post-Covid-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100236>
- Jayanthi, M., Amudha, R., Alamelu, R., Dinesh, S., Nalini, R., & Shobhana, N. (2024). Adoption of FinTech payment services - An extended expectation towards core constructs of technology acceptance model. *AIP Conference Proceedings*, 3180(1). <https://doi.org/10.1063/5.0224431>
- Jünger, M., & Mietzner, M. (2020). Banking goes digital: The adoption of FinTech services by German households. *Finance Research Letters*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.08.008>

- Kamilova, M., Nabieva, F., & Mustafoev, B. (2022). IMPACT of the PANDEMIC on FINTECH ADOPTION by DEVELOPING COUNTRIES. *ACM International Conference Proceeding Series*, 178–181. <https://doi.org/10.1145/3584202.3584229>
- Khuong, N. V., Phuong, N. T. T., Liem, N. T., Thuy, C. T. M., & Son, T. H. (2022). Factors Affecting the Intention to Use Financial Technology among Vietnamese Youth: Research in the Time of COVID-19 and Beyond. *Economies*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/economies10030057>
- Liu, W. P., & Chu, Y. C. (2024). FinTech, economic growth, and COVID-19: International evidence. *Asia Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2023.12.006>
- Modgil, S., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Gupta, S., & Kamble, S. (2022). Has Covid-19 accelerated opportunities for digital entrepreneurship? An Indian perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 175. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121415>
- Nguyen, P. M., Vu, T.-M.-H., Luu, T.-M.-N., & Dang, T. H. (2024). Factors affecting digital banking services acceptance: An empirical study in Vietnam during the COVID-19 pandemic. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 12(1), 101–117. <https://doi.org/10.15678/eber.2024.120106>
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- Ojiaku, O. C., Ezenwafor, E. C., & Osarenkhoe, A. (2024). Integrating TTF and UTAUT models to illuminate factors that influence consumers' intentions to adopt financial technologies in an emerging country context. *International Journal of Technology Marketing*, 18(1), 113–135. <https://doi.org/10.1504/IJTMKT.2024.135674>
- P, M., Kumar, S., & Shetty, S. (2025). Beyond the screen: unfolding digital finance usage through a gendered lens during and after COVID-19. *Cogent Economics and Finance*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2448574>
- Pobee, F., & Ansong, E. (2022). Examining Fintech Adoption in the Banking Sector of a Developing Country. In *Delivering Distinctive Value in Emerging Economies: Efficient and Sustainably Responsible Perspectives from Management Researchers and Practitioners* (pp. 137–152). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003152217-13>
- Pushpa, A., Jaheer Mukthar, K. P., Ramya, U., Asis, E. H. R., & William Rene Dextre Martinez. (2023). Adoption of Fintech: A Paradigm Shift Among Millennials as a Next Normal Behaviour. In *Fintech and Cryptocurrency* (pp. 59–89). wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119905028.ch4>
- Putri, A. N. P., Saputra, M., & Panduwiyasa, H. (2024). Gen Z's Embrace of Fintech: A Study on Customer Support and Security as Technostress Factors in e-Wallet Use in Indonesia. *2024 4th International Conference of Science and Information Technology in Smart Administration (ICSINTESA)*, 311–316. <https://doi.org/10.1109/ICSINTESA62455.2024.10747866>
- Rahman, M., Yee, H. P., Masud, Md. A. K., & Uzir, Md. U. H. (2024). Examining the dynamics of mobile banking app. Adoption during the COVID-19 pandemic: A digital shift in the crisis. *Digital Business*, 100088. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100088>
- Rajan, N., George, A., Saravanan, S. V., Kavitha, J., & Gopalakrishnan, C. S. (2022). An Analysis on Customer Perception towards Fintech Adoption. *Journal of Logistics*,

- Informatics and Service Science*, 9(3), 146–158.
<https://doi.org/10.33168/LISS.2022.0311>
- Raza, A., & Tursoy, T. (2025). Technology Acceptance Model and Fintech: An Evidence from Italian Banking Industry. *Revista Mexicana de Economia y Finanzas Nueva Epoca*, 20(1). <https://doi.org/10.21919/remef.v20i1.993>
- Roh, T., Yang, Y. S., Xiao, S., & Park, B. Il. (2024). What makes consumers trust and adopt fintech? An empirical investigation in China. *Electronic Commerce Research*, 24(1), 3–35. <https://doi.org/10.1007/s10660-021-09527-3>
- Saputra, M., Santosa, P. I., & Permanasari, A. E. (2023). Consumer Behaviour and Acceptance in Fintech Adoption: A Systematic Literature Review. In *Acta Informatica Pragensia* (Vol. 12, Issue 2, pp. 468–489). Prague University of Economics and Business. <https://doi.org/10.18267/j.aip.222>
- Setiawan, B., Phan, T. D., Medina, J., Wieriks, M., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2024). Quest for financial inclusion via digital financial services (Fintech) during COVID-19 pandemic: case study of women in Indonesia. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(2), 459–473. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00217-9>
- Shahzad, A., Zahrullail, N., Akbar, A., Mohelska, H., & Hussain, A. (2022). COVID-19's Impact on Fintech Adoption: Behavioral Intention to Use the Financial Portal. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm15100428>
- Shaikh, I. M., Qureshi, M. A., Noordin, K., Shaikh, J. M., Khan, A., & Shahbaz, M. S. (2020). Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model. *Foresight*, 22(3), 367–383. <https://doi.org/10.1108/FS-12-2019-0105>
- Sharma, A., Mohan, A., Johri, A., & Asif, M. (2024). Determinants of fintech adoption in agrarian economy: Study of UTAUT extension model in reference to developing economies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100273>
- Shehata, S. M., Abdeljawad, A. M., Mazouz, L. A., Aldossary, L. Y. K., Alsaeed, M. Y., & Sayed, M. N. (2023). Factors affecting customers' adoption of fintech in the gulf cooperation council countries. *Asian Economic and Financial Review*, 13(7), 463–477. <https://doi.org/10.55493/5002.v13i7.4800>
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58(8), 1675–1697. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>
- Stewart, H., & Jürjens, J. (2018). Data security and consumer trust in FinTech innovation in Germany. *Information and Computer Security*, 26(1), 109–128. <https://doi.org/10.1108/ICS-06-2017-0039>
- Sultana, N., Chowdhury, R. S., & Haque, A. (2023). Gravitating towards Fintech: A study on Undergraduates using extended UTAUT model. *Heliyon*, 9(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20731>
- Trisanti, T., & Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, S. (2024). *ANALYZE THE INFLUENCE OF THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) ON THE USE OF FINTECH LENDING*. 18(2).
- Tut, D. (2023). FinTech and the COVID-19 pandemic: Evidence from electronic payment systems. *Emerging Markets Review*, 54. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2023.100999>
- Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (n.d.). *Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: Extending meta-UTAUT with perceived*

severity and self-efficacy Nitin Upadhyay [Corresponding author] Chairperson Integrated Program in Management.

- Utami, A. F., Ekaputra, I. A., & Japutra, A. (2021). Adoption of FinTech Products: A Systematic Literature Review. *Journal of Creative Communications*, 16(3), 233–248. <https://doi.org/10.1177/09732586211032092>
- Webinar Revisão de literatura estratégias e dicas_2023.* (n.d.).
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding fintech platform adoption: Impacts of perceived value and perceived risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1893–1911. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>
- Yan, C., Siddik, A. B., Akter, N., & Dong, Q. (2023). Factors influencing the adoption intention of using mobile financial service during the COVID-19 pandemic: the role of FinTech. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(22), 61271–61289. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-17437-y>