INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO
POLITÉCNICO
DO PORTO

M

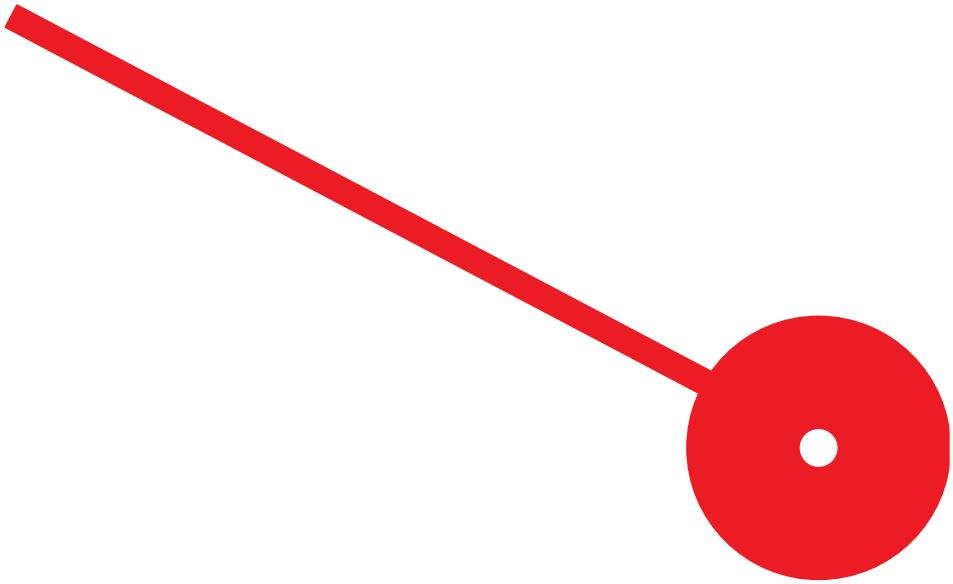
MESTRADO
GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES. RAMO DE GESTÃO DE EMPRESAS

Influenciadores Financeiros Digitais- Análise do impacto na Informatividade e Literacia Financeira do Consumidor

Ana Isabel Pimenta Novais

07/2024

Nome. Ana Isabel Pimenta Novais – Influenciadores Financeiros Digitais – Análise do impacto na Informatividade e Literacia Financeira do Consumidor
07/2024



INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO
POLITÉCNICO
DO PORTO

M

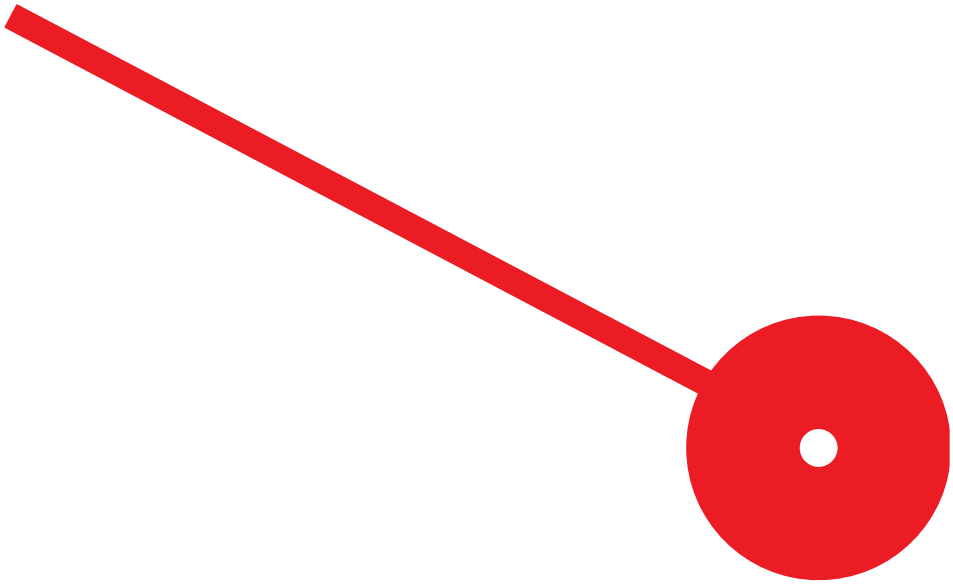
MESTRADO
GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES. RAMO DE GESTÃO DE EMPRESAS

Influenciadores Financeiros Digitais- Análise do impacto da Informatividade e Literacia Financeira do Consumidor

Ana Isabel Pimenta Novais

Dissertação de Mestrado apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Gestão e Organização de Empresas sob orientação do Professor Doutor Especialista Pedro Mendonça da Silva

Nome. Ana Isabel Pimenta Novais – Influenciadores Financeiros Digitais– Análise do impacto na Informatividade e Literacia Financeira do Consumidor
07/2024



Dedicatória

Ao meu pai.

Ao meu pai que sempre me deu a mão, incentivou, me deu apoio, que ficou muito orgulhoso quando lhe disse que ia ingressar num mestrado , ficava contente com as minhas notas ficava aflito com o meu sacrificio na gestão da vida pessoal com a vida escolar mas que relatizava tudo, pois, para ele estudar era o caminho que abria portas e que nos faz desenvolver.

Ao meu pai que que passou o pior periodo da vida durante o meu mestrado, que me dizia "Vai tens de ir para as aulas" quando não tinha vontade ou tinha de o auxiliar, ao meu pai que perdi neste ano o que quase me fez desistir, mas que foi tambem a grande força para continuar, que me continua a inspirar com a sua maneira agerrida de ser, de agarrar as coisas, de não desistir mesmo que isso nos assole, e por toda a tristeza de saber que por mais que viva não vou viver anos suficientes com pai.

Sei que hoje iria transbordar de orgulho.

Ao meu filho Matias

Que veja na mãe a personificação de que tudo se consegue com esforço, com reslliliencia e sempre focado no objetivo final, que saiba que sem trabalho nada se faz.

Que siga sempre os seus sonhos por mais tarde que lhe possa parecer.

Que um dia a mãe te conte o percurso universitário desde a licenciatura e te possas orgulhar. E que perdoe a mãe por tantos jantares e brincadeiras perdidas, por não estar tantas e tantas noites para deita-lo.

Agradecimentos

Hoje fecha-se uma etapa da minha vida com um misto de sentimentos. Esta etapa não se completaria sem o apoio e carinho de muitas pessoas que me acompanharam ao longo deste percurso.

Ao meu marido Custodio por todo o apoio e amor demonstrado, por não me deixar contaminar por aquelas vozinhas que tantas vezes invadiram a minha cabeça, pela compreensão de tantas ausencias especialmente numa fase tão critica de crescimento do nosso filho, esta conquista tambem é tua.

À minha sogra e mãe sem as quais não teria sido mesmo possivel ingressar no mestrado, a vossa base, o apoio sem reservas, saibam que a vossa ajuda foi fundamental, sem voces não teria conseguido.

Ao Professor Doutor Pedro Mendonça da Silva agradeço-lhe por toda a ajuda que me prestou, pela paciência e disponibilidade sempre demonstrada.

A todos os familiares e amigos que de um modo geral me deram frases de alento e incentivo para a conclusão desta etapa.

Resumo:

A importância da literacia financeira tem vindo a ganhar relevância na sociedade, estudos evidenciam que indivíduos com níveis superiores de literacia e educação financeira tendem a tomar decisões mais informadas e a realizar planeamento a longo prazo, o que impacta diretamente a estabilidade financeira como o bem-estar financeiro.

Este estudo visa investigar a importância da literacia financeira e como o consumo de conteúdo fornecido por influenciadores financeiros digitais sejam eles credenciados ou independentes e por consequência verificar se a informatividade tem impacto na consciencialização financeira digital, na experiência financeira digital e no conhecimento financeiro digital.

A metodologia envolveu uma revisão da literatura que permitiu construir um modelo conceptual e formular hipóteses, seguida por um estudo empírico quantitativo. Este estudo utilizou um questionário lançado de forma convencional. Os dados foram analisados com os programas estatísticos SPSS 24.0 e AMOS-SEM 20.0, que ajudaram a validar o modelo conceptual e testar as hipóteses.

Os resultados obtidos confirmam que a qualidade da informação fornecida, a informatividade, é um fator determinante para a eficácia da comunicação financeira, independentemente da origem do influenciador. Esta conclusão desafia a visão de que apenas fontes credenciadas são confiáveis, destacando a importância da clareza, precisão e relevância das informações para o público-alvo. A análise também revelou que não há distinção clara entre a eficácia de influenciadores credenciados e independentes na promoção da literacia financeira.

Palavras chave: Literacia Financeira, Informatividade, Influenciadores financeiros, Bem-estar financeiro

Abstract:

The importance of financial literacy has been gaining relevance in society, with studies demonstrating that individuals with higher levels of literacy and financial education tend to make more informed decisions and engage in long-term planning, directly impacting their financial stability and financial well-being.

This study aims to investigate the significance of financial literacy and how the consumption of content provided by digital financial influencers, whether accredited or independent, influences informativeness. Consequently, it seeks to determine if informativeness has an impact on digital financial awareness, digital financial experience, and digital financial knowledge.

The methodology involved a literature review that enabled the construction of a conceptual model and formulation of hypotheses, followed by a quantitative empirical study. A conventional questionnaire was used for data collection. Data were analyzed using the statistical software SPSS 24.0 and AMOS-SEM 20.0, which helped validate the conceptual model and test the hypotheses.

The results confirmed that the quality of information provided (informativeness) is a determining factor for the effectiveness of financial communication, regardless of the influencer's background. This conclusion challenges the view that only accredited sources are reliable, emphasizing the importance of clarity, accuracy, and relevance of information for the target audience. The analysis also revealed that there is no clear distinction in the effectiveness between accredited and independent influencers in promoting financial literacy.

Key words: Financial literacy, Informativeness, Financial influencers, Financial well being

Índice geral

Capítulo - Introdução **14**

Capítulo I – [REVISÃO DA LITERATURA] **17**

1 Literacia Financeira 18

1.1 Impacto da Literacia Financeira e a sua importância 19

1.2 Literacia Financeira Digital 21

1.3 Impacto dos influenciadores financeiros digitais credenciados 24

1.4 Informatividade 25

1.5 Consciencialização Financeira Digital do Consumidor 26

1.6 Experiência Financeira Digital do Consumidor 27

1.7 Conhecimento Financeiro Digital do Consumidor 27

1.8 Impacto dos influenciadores financeiros independentes 29

Capítulo II – [Modelo conceptual] **31**

2 Modelo Conceptual 32

2.1 Formulação de Hipóteses 36

Capítulo III – [Metodologia] **37**

3 Metodologia 38

3.1.1 Pesquisa – Questionário 38

3.1.2 Recolha dos Dados 43

3.1.2.1 Analise de dados 43

Capítulo IV – [resultados] **45**

4. Caracterização da amostra 46

4.1 AFE – Análise Fatorial Exploratória 47

4.1.1 AFE – Análise Fatorial Exploratória Modelo I 48

4.1.2 Distribuição normal Modelo I e Modelo II 50

4.1.3 AFE – Análise Fatorial Exploratória Modelo II 51

4.2 AFC – Analise Fatorial Confirmatória 53

4.2.1 Fiabilidade dos Constructos 54

4.2.1.1 Fiabilidade dos Constructos Modelo I e Modelo II 55

4.2.2 Validade dos Constructos 56

4.2.2.1 Validade dos Constructos Modelo I e Validade dos Constructos Modelo II 57

4.3 Modelo Estrutural e Teste de Hipóteses 60

4.3.1 Modelo Estrutural e Teste de Hipóteses Modelo I 61

4.3.2 Modelo Estrutural e Teste de Hipóteses Modelo II 62

4.4 Análise Complementar 63

Capítulo V – [DISCUSSÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS] 67

5.1 Sumário dos Resultados 68

5.2 Interpretação dos resultados 68

5.3 Contribuições Teóricas 70

5.4 Contribuições Praticas 71

Capítulo VI [CONCLUSÕES] 73

6.1 Limitações 75

6.2 Futuros Estudos 75

Referências bibliográficas 77

Anexos 87

Questionário 87

Índice de Figuras

Figura 1- Modelo Conceptual I ……...34

Figura 2- Modelo Conceptual II……...35

Figura 3 - Modelo das Equações Estruturais – Modelo I……...61

Figura 4- Modelo das Equações Estruturais – Modelo II……63

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Itens do questionário …….……42

Tabela 2 – Informações Demográficas da população……...……47

Tabela 3 – Análise Fatorial Exploratória - (Modelo I) ……50

Tabela 4 – Análise da Distribuição normal - (Modelo I) ……51

Tabela 5 - Análise Fatorial Exploratória - (Modelo II) ……...51

Tabela 6- Análise da Distribuição normal - (Modelo II) ……53

Tabela 7 - Factor Loading, Variância e Alfa de Cronbach (Modelo I) ……55

Tabela 8 - Factor Loading, Variância e Alfa de Cronbach (Modelo II) ……56

Tabela 9 - Indicadores de ajustamento do Modelo I……57

Tabela 10 - Valores dos indicadores……58

Tabela 11 - Indicadores da validade convergente e discriminante do Modelo I……58

Tabela 12 - Indicadores de ajustamento do Modelo II……59

Tabela 13 - Indicadores da validade convergente e discriminante do Modelo II……...60

Tabela 14 - Resultado das respostas ao interesse de influenciadores credenciados e independentes……..…64

Tabela 15 - Resultado das respostas entre correlação de idade e impacto dos influenciadores……65

Tabela 16 - Resultado das respostas entre correlação de género com confiabilidade nos influenciadores……65

Lista de abreviaturas

LF Literacia Financeira

OCDE Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

LFD Literacia Financeira Digital

SFD Serviços Financeiros Digitais

CMVM Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

AEE Analise das Equações Estruturais

AFC Análise Fatorial Confirmatória

AFE Analise Fatorial Exploratória

UE União Europeia

SPSS Statistical Package for the Social Sciences

KMO Kaiser Meyer Olkin

DF Degrees of freedom

CFI Comparative Fit Index

TLI Tucker Lewis Index

IFI Incremental Fit Index

GFI Goodness of Fit Index

NFI Normed Fit Index

RMSEA Root Mean Square Error of Approximation

RFI Relative Fit Index

CR – Composite Reliability

AVE – Average Variance Extracted

MSC – Maximum Shared Variance

ASV – Average Shared Variance

CAPÍTULO - INTRODUÇÃO

A Literacia Financeira (LF) tem-se destacado como um pilar essencial na sociedade contemporânea, especialmente num contexto onde a complexidade dos produtos financeiros e a responsabilidade individual pelo bem-estar económico têm aumentado substancialmente. A LF é fundamental na sociedade tornando-se um instrumento capaz de influenciar e evitar diretamente fatores comportamentais importantes, como compras compulsivas, utilização correta dos cartões de crédito assim como controlar a tendência de endividamento (Vieira, K. M., 2020).

Estudos revelam que indivíduos com níveis mais elevados de literacia e educação financeira tendem a tomar decisões mais informadas, e assim efetuar um planeamento financeiro mais eficaz a longo prazo o que também contribui para a estabilidade e bem-estar financeiro pessoal (Atkinson A. & Messy F., 2012; Lusardi A. & Mitchell O., 2014, 2023; Valaskova et al., 2019; OCDE 2022; 2023). Este cenário ganha relevância face às rápidas transformações digitais que têm democratizado o acesso a informações e serviços financeiros, uma compreensão adequada do sistema financeiro digital, é essencial uma vez que, tal como outras inovações, as inovações tecnológicas no sector financeiro não só oferecem benefícios sob a forma de comodidade e rapidez para os utilizadores, mas também apresentam potenciais riscos como roubo de dados, perda de dinheiro ou prejuízos (Rahayu R., et al 2022). Neste contexto, o papel dos influenciadores financeiros digitais, sejam eles credenciados ou independentes, surge como uma variável significativa. A capacidade de comunicação objetiva e acessível, assim como a interação e transparência são características importantes que contribuem para a credibilidade dos influenciadores, pois estes tornam-se fundamentais na disseminação de conhecimento e promoção de práticas financeiras saudáveis que tem o potencial de impactar de forma significativa a consciencialização e o comportamento financeiro dos indivíduos.

Assim, este estudo visa investigar a importância da LF no contexto atual e a explorar o papel dos influenciadores digitais na promoção de uma maior consciencialização financeira. Em particular, pretende-se avaliar como o consumo de conteúdo fornecido por esses influenciadores pode influenciar a literacia financeira digital (LFD), a experiência financeira no ambiente digital, o conhecimento financeiro dos indivíduos, assim como a consciencialização. Através desta análise, este estudo procura fornecer informações valiosas sobre o impacto da informatividade digital no fortalecimento da LF e, por consequência, contribuir para a promoção de práticas financeiras mais conscientes e responsáveis na sociedade moderna.

A metodologia utilizada nesta de investigação foi baseada numa abordagem quantitativa, sendo considerado um estudo exploratório no qual é utilizada o questionário como método de recolha de dados. Com esta metodologia pretende-se testar as hipóteses de investigação inerentes a este trabalho.

O presente trabalho foi delineado e dividido em seis capítulos. Após uma introdução, o primeiro capítulo corresponde à revisão de literatura. O segundo capítulo apresenta os modelos conceptuais e a formulação das hipóteses que tem por base o capítulo um da revisão da literatura. O terceiro capítulo descreve a metodologia de investigação adotada e a recolha e análise dos dados. O quarto capítulo apresenta os resultados, incluindo também uma análise complementar. O quinto capítulo apresenta a discussão e interpretação dos resultados e as suas implicações teóricas e praticas. Por fim, no sexto capítulo são feitas as considerações finais e apresentadas as limitações e sugestões para futuros estudos.

CAPÍTULO I – [REVISÃO DA LITERATURA]

1 Literacia Financeira

É extensa a bibliografia académica sobre LF, nos últimos anos, a compreensão dos conceitos básicos de termos financeiros tornou-se essencial para a tomada de decisões informadas e para o bem-estar financeiro, esta não tem uma só definição, ou um só entendimento transversal na sociedade, trata-se de um conceito em evolução.

Vitt et al., (2000), define o conceito de LF baseado na aptidão e competência dos indivíduos, segundo o autor a LF é "*a capacidade de ler, analisar, gerir e comunicar problemas financeiros pessoais que afetam o bem-estar material dos cidadãos*''. Os autores destacam a importância da LF para a compreensão de conceitos financeiros e a sua aplicação no quotidiano, pois torna-se essencial que os indivíduos sejam capazes de comunicar sobre o tema, preparar-se para o futuro e reagir adequadamente a eventos que afetem a sua situação financeira pessoal, como mudanças na economia.

Segundo o estudo de Huston (2010), o conhecimento financeiro é uma dimensão integrante, mas não equivalente da LF, esta tem uma dimensão adicional de aplicação que implica que um indivíduo deve ter a capacidade e a confiança para utilizar os seus conhecimentos financeiros para tomar decisões financeiras, o autor Remund (2010) e com base no estudo que desenvolveu, define LF como uma "*medida do grau de compreensão dos conceitos financeiros fundamentais e a capacidade e confiança para gerir as finanças pessoais através de uma tomada de decisões adequada a curto prazo e de um planeamento financeiro sólido a longo prazo, tendo em conta os acontecimentos da vida e a evolução das condições económicas*",.

Atkinson A. & Messy F., (2012) definem LF como uma combinação de consciência, conhecimentos, atitudes e comportamentos necessários para tomar decisões financeiras corretas, visando alcançar o bem-estar financeiro individual, de forma similar Munoz et al., (2020), definem a LF como composta por duas dimensões, sendo estas o conhecimento de conceitos financeiros básicos, e a capacidade de aplicar esses conhecimentos, também os autores Lusardi A. & Mitchell O., (2014, 2023) entendem a LF como o conhecimento e a capacidade das pessoas em utilizar conceitos financeiros fundamentais na tomada de decisões econômicas. Os autores destacam que esta competência é fundamental porque a falta de conhecimento limita a capacidade individual de utilizar os recursos de forma eficiente, e também contribui para problemas macroeconômicos mais amplos, assim como segundo a Organização para a Cooperação

e Desenvolvimento Económico (OCDE, 2022) a definição de LF é a "*combinação de consciência financeira, conhecimento, competências, atitudes e comportamentos necessários para tomar decisões corretas e em última instância alcançar o bem-estar financeiro individual*".

De acordo com Laxmi, V., et al. (2018), a LF assenta na ideia fundamental de que cada pessoa deve ter conhecimento sobre a gestão das suas finanças pessoais. Isto implica que o indivíduo deve ser capaz de compreender e utilizar conceitos, produtos e instrumentos financeiros. Contudo, essa capacidade só é possível com a posse de competências e conhecimentos financeiros adequados, tornando a educação financeira essencial para a tomada de decisões financeiras pessoais. A necessidade de adquirir LF varia ao longo do tempo para cada pessoa, e cada uma enfrenta diferentes barreiras de acordo com as suas necessidades específicas, de forma similar, Khan, M. S., et al (2024), conota a LF com a posse de um mínimo de conhecimentos financeiros e de conhecimentos necessários para tomar decisões sensatas na área financeira. Os processos de decisão dos indivíduos, bem como as suas atividades macro e microeconómicas, são influenciados pela aplicação destes conhecimentos e informações.

O conceito da LF tem evoluído com o tempo, e esta evolução reflete-se na crescente importância que tem vindo a ganhar no mundo particularmente nas nossas vidas. Os mercados financeiros, os serviços e as plataformas estão cada vez mais desenvolvidos. Ter conhecimentos financeiros desempenha um papel fundamental de forma a contribuir para um maior bem-estar financeiro, alcançar maior segurança e capacitar gerações futuras a procurarem mais conhecimento assim como promover melhores comportamentos.

1.1 Impacto da Literacia Financeira e a sua importância

A OCDE (2022) considera que a literacia e a inclusão financeiras, aliadas a uma adequada regulação e proteção do consumidor, são fundamentais para aumentar a resiliência financeira e o bem-estar da população, nesse sentido são destacados três grandes pilares:

- Estratégias nacionais de LF: Diversos setores do panorama financeiro, procuram desenvolver programas de educação financeira em áreas específicas, como poupança, investimento, planos de pensões, crédito e seguros;

- Execução eficaz dos programas de LF;
- Implementação de estratégias nacionais e de programas de educação financeira.

Hogarth et al., (2002) destacaram a importância da LF no âmbito familiar e o impacto na comunidade. Segundo os autores, famílias seguras financeiramente, são mais capazes de contribuir para comunidades vitais e prósperas, assim sendo, segundo os autores, a LF não é apenas importante para os agregados familiares, mas também para o desenvolvimento económico da comunidade onde se inserem.

Segundo Atkinson A & Messy F., (2012), indivíduos dotados de LF desenvolvem estratégias para gerir fluxos de rendimento de forma consistente, e tendem a evitar o recurso ao crédito para necessidades básicas como alimentação e serviços públicos, teoria sustentada por Valaskova et al., (2019) que corrobora a importância do conhecimento sobre a tolerância ao risco como uma medida crucial no processo de tomada de decisões financeiras, reforçando a relevância da LF para uma gestão económica saudável e sustentável. Segundo Lusardi A. & Tufano (2009) uma menor LF implica que os indivíduos não consigam avaliar adequadamente a sua situação de endividamento, o que pode resultar em níveis excessivos de dívida, além disso, indivíduos com um maior grau de conhecimento financeiro tendem a obter melhores retornos sobre os seus investimentos (Lusardi A. & Mitchell O., 2023)

Os resultados do inquérito Eurobarómetro Flash 2023, (como citado no Commission E. for Financial Stability, 2023) demonstra que as pessoas com LF compreendem melhor os benefícios da diversificação nos investimentos, 97% das pessoas com elevada LF, afirmaram que um investimento numa carteira diversificada de ações de empresas é suscetível de ser menos arriscado do que um investimento numa única ação, enquanto esta percentagem desce para apenas 20% para as pessoas com a categoria de LF mais baixa, também a Brugel, revelou num estudo efetuado por Demertzis M. et al., (2024), que apenas uma em cada duas pessoas na UE tem conhecimento financeiro, este estudo destaca ainda que este resultado representa um nível baixo de LF e um obstáculo a que os indivíduos invistam em mercados financeiros. Nos lugares de topo encontram-se a Finlândia (73%), Estónia (67%) e Dinamarca (66%),com maior conhecimento sobre LF, enquanto Roménia (36%), Portugal (42%) e Grécia (43%) ocupam os três últimos lugares. Os autores Demertzis M. et al., (2024), alertam ainda que nas economias modernas, onde a responsabilidade pela poupança e preparação para a reforma recai cada vez mais sobre

os indivíduos, a LF torna-se fundamental. Por isso, é vital acelerar a disseminação de informações sobre o tema que deve ser considerado um complemento da regulação financeira. Destacam ainda a importância de monitorizar regularmente os níveis de LF na EU, e da importância de incorporar a digitalização nos esforços de melhoria da LF. Esse conhecimento deve ser geral para que todos possam compreender os diferentes produtos e serviços financeiros digitais.

Segundo um estudo da Intrum (2023) os indivíduos com LF são tendencialmente mais otimistas em relação ao futuro. É muito menos provável que pensem que a sua situação financeira não irá melhorar nos próximos 12 meses e são menos suscetíveis de aceitar que nunca conseguirão acumular património. Segundo Ying, Z. et al., (2024), a LF é também um indicador da competência empresarial e empreendedora de um indivíduo, bem como uma condição prévia para a sua capacidade de empreender.

Numa investigação efetuada por Joo S.-H., & Grable, J. (2004), foi identificado que a satisfação financeira é determinada por fatores como educação, conhecimento financeiro, tolerância ao risco, comportamento, e nível de stress financeiro, estes fatores estão diretamente ligados à satisfação financeira, e comportamentos financeiros positivos são associados a um maior bem-estar financeiro. As boas práticas que contribuem para isso incluem a gestão eficiente do crédito, o planeamento financeiro e a elaboração de orçamentos. Atualmente, a nova geração de tecnologias da informação está profundamente integrada com a economia real. Tornou-se de consenso global que o desenvolvimento da economia digital promove a transformação económica e social, potenciando novos motores de crescimento económico (Li, H., & Yang, S., 2023), as tecnologias digitais têm também um enorme potencial para desempenhar um papel fulcral na educação financeira e melhorar a LF (Koskelainen, T. et al., 2023) , assim como a educação financeira ajuda também a enfrentar a transição digital (Fornero E., & lo Prete A., 2023).

1.2 Literacia Financeira Digital

A LFD está a emergir como um elemento essencial na educação na era digital, sendo um conceito emergente que enfatiza os conhecimentos e competências necessárias para realizar transações financeiras em plataformas digitais (Morgan et al.,2019).

Morgan (2019) e a Alliance for Financial Inclusion (2021) descrevem a LFD como um conceito multidimensional. Morgan (2019), destaca quatro dimensões principais: o

conhecimento dos produtos e serviços financeiros digitais, a consciência dos riscos financeiros digitais, o controlo dos riscos financeiros digitais, e o conhecimento dos direitos do consumidor e procedimentos de recurso. Estas dimensões são fundamentais para que os indivíduos se movam com segurança e eficácia no ambiente financeiro digital, a Alliance for Financial Inclusion (2021) complementa esta visão ao integrar a LF, a capacidade financeira e a literacia digital. A LF refere-se ao conhecimento de conceitos e produtos financeiros necessários para a gestão financeira pessoal, enquanto a capacidade financeira abrange as competências e comportamentos necessários para tomar decisões informadas e melhorar o bem-estar financeiro, e a literacia digital refere-se à capacidade de explorar conteúdos digitais de forma autónoma, e ter conhecimentos para aceder e utilizar produtos e serviços digitais, como telemóveis, tablets ou Internet.

Nos últimos anos, os serviços financeiros digitais, impulsionados pelas Fintech, cresceram exponencialmente. As Fintech, -abreviação de tecnologia financeira-, introduzem inovações disruptivas e significativas no setor financeiro através de desenvolvimentos informáticos, resultando em novos modelos de negócio, produtos e serviços, assim como processos intra e inter organizacionais (Puschmann, 2017). Estas tecnologias digitais provocaram mudanças revolucionárias no paradigma financeiro, facilitando o acesso e a utilização de produtos e serviços financeiros de uma forma mais conveniente e acessível (Lyons et al., 2021). À medida que os consumidores se tornam mais autossuficientes, a construção da capacidade financeira está a tornar-se cada vez mais digital (Diederick T., & Fred V. Raaij,2017).

As Fintech desempenham um papel vital na promoção da inclusão financeira, facilitando o acesso a produtos e serviços financeiros para famílias e pequenas empresas que, de outra forma, poderiam ser excluídas do sistema financeiro (Morgan et al., 2019), segundo Li & Xu, (2021) o desenvolvimento e aplicação das Fintech promovem a inclusão financeira, especialmente entre as populações mais pobres, oferecendo serviços a um custo reduzido e com maior comodidade. Contudo, há uma preocupação crescente com o fato de que a LF tradicional é insuficiente para capacitar os indivíduos a aceder e utilizar eficazmente estes serviços digitais (Lyons et al., 2021).

Os consumidores precisarão ter um nível mais elevado de sofisticação financeira de forma a utilizar de forma eficaz os produtos e serviços de tecnologia financeira (fintech) e evitar fraudes e erros dispendiosos (Morgan et al., 2019). A limitada LFD, a baixa sensibilização e a falta de LF geral são obstáculos à adoção e utilização efetiva dos serviços financeiros

digitais (Alliance for Financial Inclusion, 2021). Segundo Worldwide Findex Database, (2017) os telemóveis e a Internet originaram uma nova geração de serviços financeiros, cuja utilização não requer necessariamente dispositivos sofisticados, no entanto, problemas na rede ou técnicos podem prejudicar a confiança nesses serviços, tornando necessária uma infraestrutura financeira robusta. A exclusão do sistema financeiro também está associada a fatores locais, como a frequência de crises bancárias e fraudes económicas e financeiras, que diminuem a confiança das populações na estabilidade do sistema financeiro, reduzindo o incentivo para participar tanto no sistema financeiro formal quanto no digital (Ozili, 2018).

As Fintech contribuem na promoção da indústria financeira na medida que facilitam a recolha e análise de informações no mercado financeiro, reduzindo assimetrias e vieses de informação. As Fintech "inteligentes", que utilizam inteligência artificial combinada com dados, reduzem custos e diminuem a necessidade de trabalhadores, sugerindo um começo de domínio destas empresas no mercado, uma vez que trazem inúmeras vantagens económicas (Li & Xu, 2021). Observa-se que estas tecnologias estão a alterar a estrutura dos mercados de serviços financeiros e a forma como os produtos são distribuídos, competindo com os canais de distribuição tradicionais ao oferecerem um serviço mais conveniente e adaptado, contudo, ainda se verifica uma dependência de aconselhamento humano, nomeadamente através de bancos e mediadores de seguros tradicionais (Commission, 2022).

Choung et al., (2023) evidenciam que a LFD está positivamente associada ao bem-estar financeiro, atribuindo esta associação à capacidade do indivíduo de possuir conhecimento financeiro e proteger-se contra fraudes digitais. Existem diversas aplicações de bancos, corretoras e gestão de poupanças disponíveis que, apesar de introduzirem novos desafios e riscos para os consumidores financeiros, tornam-se fundamentais para garantir que os indivíduos estejam protegidos. Segundo a Worldwide Findex Database, (2017), é necessário garantir que as pessoas possam efetivamente beneficiar dos serviços financeiros digitais, cabendo aos governos regulamentar e vigiar para assegurar a proteção dos consumidores e fornecer recursos adequados em caso de problemas. O relatório da estratégia de LFD para Portugal, resultado da cooperação entre o Banco de Portugal com a assistência da OCDE (2023), evidencia isso mesmo, "a *digitalização aumentou a exposição dos consumidores a fraudes e burlas online, como esquemas de*

phishing[1]*, e também a riscos de segurança digital, como a pirataria informática ou o roubo de dados. Esta exposição pode comprometer a resiliência financeira e o bem-estar dos consumidores devido a perdas financeiras diretas e à perda de confiança".* Em comparação com pessoas com níveis limitados de LFD, espera-se que indivíduos com maior LFD acedam e utilizem de forma mais adequada os serviços financeiros digitais, tomem decisões informadas, lidem melhor com a crescente sofisticação do setor financeiro, conheçam melhor os seus direitos e sejam capazes de reagir em caso de fraude (OECD, 2023).

1.3 Impacto dos influenciadores financeiros digitais credenciados

Devido à ampla proliferação de redes sociais e de utilizadores pelo mundo, assim como da internet e todos os canais e aplicações que dela fazem parte, temos presenciado um aumento significativo de páginas, vídeos e consultores de aconselhamento financeiro.

Um influenciador pode ser definido como um modelo ao qual os seguidores se identificam, com o qual desejam assemelhar-se, capaz de influenciar ações e pensamentos. O facto de ser inspirador e conseguir transmitir as tendências, são fatores que levam a que os indivíduos sigam um influenciador e consequentemente levam ao seu sucesso (Levesque N. & Pons F., 2023). Os influenciadores financeiros, desempenham um papel fundamental no processo de decisão de investimento, podendo ter uma representação independente ou representar uma instituição, oferecem a sua experiência e conhecimento a quem procura aconselhamento financeiro ou até a quem pretende delegar as suas decisões de investimento (Fischer, R., & Gerhardt, R., 2007).

Um consultor financeiro pode reduzir o custo marginal da procura de informação a um individuo, posteriormente esse conhecimento especializado pode ser aplicado a vários clientes, e cada um dos quais pode precisar dessa informação apenas uma vez na vida (Diederick T., & Fred V. Raaij,2017). Nicola Gennaiolir et al., (2015) consideram que o aconselhamento financeiro é um serviço, semelhante à medicina, segundo os autores, contrariamente ao que se presume, no modelo financeiro padrão, muitos investidores têm muito pouca noção de como investir, tal como os pacientes têm uma ideia muito limitada de como devem ser tratados, os "médicos do dinheiro" ajudam os investidores a realizar

[1] O phishing é um exemplo de uma forma altamente eficaz de cibercrime que permite aos criminosos enganar os utilizadores e roubar dados importantes (Alkhalil, Z., et al 2021)

investimentos de risco e têm a confiança para faze-lo mesmo quando os seus conselhos são dispendiosos ou genéricos.

É amplamente aceite que os consultores/influenciadores profissionais estão mais bem informados do que os amadores, estes profissionais são recompensados tanto pelas decisões de investimento como pela execução de transações em nome dos clientes (Shapira & Venezia, 2001), Kramer (2011), também identificou que os investimentos geridos ou aconselhados por profissionais do setor tendem a ser diversificados, conter menos ações, a ter mais investimentos de rendimento fixo, refletindo assim o perfil de quem recorre a este modo de investir, ou seja, com aconselhamento profissional, pois este tipo de individuo, tende a ser mais avesso ao risco. Em 2006 Loonen, considerou que os consultores financeiros procuram pelo melhor resultado do portfolio dos clientes, pois se estes resultados produzirem ganhos positivos, isso gera comissões ou bónus para os investidores, ou para a sua instituição, assim, os consumidores enfrentam um compromisso entre os benefícios do conhecimento e experiência e as possíveis perdas decorrentes do pagamento de transações desnecessárias (Shapira & Venezia, 2001).

Relativamente a prestação de serviços financeiros, em Portugal, como nos restantes países constituintes da UE, apenas podem prestar serviços de intermediação financeira por via digital instituições autorizadas pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), ou entidades de outro estado-membro habilitadas a prestar serviços em Portugal em regime de livre prestação de serviços. (Eco Sapo 2022). Isso inclui entidades individuais ou empresas creditadas para o efeito. A CMVM recomenda a verificação dos dados da entidade que oferece o serviço pois "*Esta atuação preventiva é relevante, em especial, quando o serviço é oferecido por uma entidade não conhecida do investidor*". No site da CMVM é possível verificar se a empresa está autorizada no ramo do aconselhamento financeiro, ou se consta da lista de empresas que estão autorizadas/credenciadas a oferecer esse serviço.

1.4 Informatividade

A avaliação de informação de qualidade é essencial, as fontes fidedignas que consultamos são fundamentais, para evitar a propagação de desinformação e construir um conhecimento sólido e confiável sobre diversos temas, a Informatividade, refere-se à qualidade de ser informativo ou fornecer informações úteis. Trata-se da quantidade de informações valiosas ou relevantes que algo contém e da eficácia com que transmite essas

informações ao público. Em diferentes contextos, a Informatividade pode ser avaliada com base em fatores como precisão e clareza, profundidade e relevância para o público-alvo. Quer se trate de um texto escrito, uma apresentação ou qualquer forma de comunicação, a Informatividade é crucial para transmitir ideias de forma eficaz e facilitar a compreensão (Si, K., Jalees et al., 2023).

1.5 Consciencialização Financeira Digital do Consumidor

A consciência financeira constitui um aspeto importante na vida dos indivíduos. Segundo o OCDE (2023), possuir esta ferramenta ativa, capacita as pessoas a obterem um conhecimento profundo sobre as decisões financeiras que tomam, o que resulta numa maior aptidão para compreender o tema finanças. Este entendimento contribui para a construção de um futuro financeiro mais satisfatório e estável, promovendo uma gestão eficaz dos recursos económicos e um planeamento financeiro estratégico, "*as pessoas com níveis mais elevados de LFD estão em melhores condições para fazer face aos riscos associados às finanças digitais, beneficiando simultaneamente das oportunidades oferecidas pelos serviços financeiros digitais*. O termo finanças digitais, é o termo utilizado para descrever o impacto das novas tecnologias no sector dos serviços financeiros. Inclui uma variedade de produtos, aplicações, processos e modelos de negócio que transformaram a forma tradicional de prestação de serviços bancários e financeiros (Commission, E. 2022).

De um modo geral, os indivíduos com maior LF enfrentam custos de informação económica mais baixos, têm uma melhor compreensão e consciência de produtos financeiros complexos e podem tomar decisões de consumo mais racionais (Wang et al., 2023), o facto de possuírem competências aumenta a confiança, os conhecimentos e a força de vontade para enfrentar desafios financeiros que possam surgir, criando assim um sentimento de independência financeira, o que poderá conduzir a uma situação de bem estar financeiro (Kumar P et al., 2023).

Segundo um estudo da Intrum (2023), os indivíduos com mais consciência de LF estão numa posição muito mais forte do que aqueles que admitem ter uma menor compreensão dos conceitos e terminologias financeiras. A educação financeira é um contributo destinado a aumentar o capital humano de uma pessoa, mais especificamente o conhecimento e a aplicação das finanças. Um instrumento de LF bem concebido, que capte adequadamente os conhecimentos e a aplicação das finanças pessoais, pode dar uma

ideia de até que ponto a educação financeira melhora o capital humano necessário para se ter um comportamento adequado para melhorar o bem-estar financeiro. (Huston 2010).

1.6 Experiência Financeira Digital do Consumidor

As experiências financeiras e os comportamentos associados desempenham um papel fundamental na formação dos níveis de conhecimento financeiro e na aquisição de competências, indivíduos com menor LF tendem a incorrer em custos mais elevados com empréstimos (Moore, 2003). A experiência financeira é definida como a capacidade de tomar decisões informadas de investimento e de gerir o planeamento financeiro de maneira a assegurar a utilidade tanto no presente quanto no futuro (Yulianti & Silvy, 2013), e a sua capacidade financeira será influenciada pela sua personalidade, educação e experiência (Collard S. et al., 2006). Á medida que aumenta a experiência na área financeira aumenta também a confiança na tomada de decisões neste âmbito (OCDE, 2022).

A experiência, o conhecimento e a atitude do consumidor face a plataformas digitais, assim como a produtos e serviços financeiros, estão diretamente relacionadas com a diminuição da probabilidade de cometer erros. Ao reconhecer e mitigar certos preconceitos, as decisões financeiras tendem a ser mais equilibradas, seguras e rentáveis (Kumar P. et al., 2023). Os indivíduos recebem e recolhem ativamente informações de várias fontes do seu ambiente, aprendendo tanto com suas próprias experiências quanto quando com interações com amigos ou membros do agregado familiar (Collard, S., et al., 2006).

1.7 Conhecimento Financeiro Digital do Consumidor

O conhecimento dos produtos e serviços financeiros digitais, abrange a compreensão básica dos produtos e serviços financeiros digitais. Os indivíduos devem estar conscientes da existência de produtos e serviços financeiros não tradicionais fornecidos através de meios digitais, como a Internet e os telemóveis (Morgan et al., 2019), esta familiaridade é fundamental para que os indivíduos possam tomar decisões financeiras informadas (Lusardi A. & Mitchell O.,2006).

O conhecimento económico e a LF são importantes para tomar decisões financeiras informadas (Lin A. & Bates C., 2022). Indivíduos com maior competência financeira, tendem a ser menos vulneráveis, reagem melhor a choques financeiros inesperados, têm

mais probabilidade de participar no mercado de ações, alem de pouparem mais, também planeiam melhor a reforma. Esta preparação ao longo da vida para a reforma, permite-lhes viver de forma mais tranquila e satisfatória, uma vez que têm recursos a que podem recorrer quando pararem de trabalhar, e gerem de forma mais eficiente as suas dividas (Lusardi A.& Mitchell O., 2014, 2023, Lusardi A. et al., 2011), por outro lado indivíduos com falta de conhecimento tendem a não participar no mercado de ações e a apresentar comportamentos desfavoráveis na gestão de empréstimos (Lusardi A., 2008), contrariamente aqueles que desenvolvem conhecimentos financeiros, que podem obter retornos acima da média dos seus investimentos (Lusardi A. & Mitchell O., 2014). Assim o conhecimento financeiro digital, é uma ferramenta bastante importante pois capacita as pessoas com competências digitais adequadas para que sem esforço, explorem de forma hábil e fácil os domínios financeiros digitais, tomando assim decisões financeiras sólidas, o que conduz ao bem-estar financeiro a longo prazo (Kumar P. et al., 2023).

A prevalência de iliteracia financeira é observável em famílias com baixo nível de conhecimento financeiro, estas não poupam para a reforma, tomam decisões inadequadas a nível de créditos e demonstram falta de familiaridade com os conceitos económicos mais básicos para tomarem boas decisões (Lusardi A. & Mitchell O.,2006). O conhecimento financeiro é uma componente importante da LF, pois capacita os indivíduos a compararem produtos financeiros, pesquisar informações relevantes, proteger o seu bem-estar financeiro e a reagir eficazmente a noticias e eventos que possam ter implicações na sua vida financeira (OCDE,2020).

A compreensão da tecnologia, será fundamental, pois este conhecimento poderá evitar erros de investimentos, gastos excessivos, e promover melhores práticas de poupança, no entanto estudos indicam que este conhecimento digital ainda está muito abaixo do que deveria, especialmente em países em desenvolvimento, afetando tanto a população mais jovem como os mais velhos (Jhonson et al., 2023). Verificou-se que uma parte da população não utiliza ferramentas digitais para realizar certas atividades diárias ou interagir com serviços financeiros, por falta de conhecimento (OCDE,2023). Valaskova et al., (2019) defendem que ter melhores competências e conhecimentos financeiros de base são pré-requisitos para efetuar transações financeiras corretas, além de promover escolhas informadas e conscientes que são essenciais para a eficiência e equilíbrio dos mercados. Numa economia clássica, os indivíduos informados fornecem os controlos e

equilíbrios que mantêm os vendedores, ou prestadores de serviços financeiros com más intenções fora do mercado (Hilgert M., Hogarth J., 2003).

O número de programas e a sua sofisticação têm disparado rapidamente por todo o mundo, existem atualmente seminários, conferências e grandes encontros de economia e finanças dedicados à LF, a OCDE também organiza conferências e seminários relacionados com LF com uma frequência semestral. (Lusardi A. & Mitchell O., 2023). Adquirir conhecimento financeiro é um processo continuo ao longo da vida, com desafios e necessidades que variam consoante a idade, é importante que a educação financeira seja um processo continuo sendo que é importante que se mantenha também após a conclusão da educação escolar (Lusardi A. & Mitchell O., 2023). Em Portugal e segundo as conclusões do relatório de diagnostico da OCDE (2023) a LFD da população portuguesa de um modo geral parece limitada em determinados domínios, como a aplicação de medidas básicas de segurança online, a adoção de atitudes e comportamentos financeiros digitais seguros, e o conhecimento específico sobre finanças digitais.

1.8 Impacto dos influenciadores financeiros independentes

De acordo com Jiménez-Castillo e Sánchez-Fernández (2019), o aparecimento de influenciadores digitais representou uma mudança profunda na forma como as empresas e o seu publico se relacionam por via de plataformas de media social e redes sociais. Um influenciador pode ser definido como um modelo ao qual os seguidores se identificam, com o qual desejam assemelhar-se, capaz de influenciar ações e pensamentos. O facto de ser inspirador e conseguir transmitir as tendências são fatores que levam a que os indivíduos sigam um influenciador e consequentemente levam ao seu sucesso (Levesque N., Pons F. 2023).

O estudo efetuado por Shapira & Venezia (2001) concluiu que contas e investimentos geridos por profissionais credenciados apresentavam um portfolio mais diversificado, com menos correlação, com mais atividade e melhor desempenho no geral, quando comparados com aqueles que eram geridos por influenciadores independentes. A má conduta financeira representa uma ameaça significativa para a eficiência e estabilidade dos mercados financeiros, suscitando uma atenção por parte de académicos, profissionais e legisladores, pois os custos associados a comportamentos incorretos no sector da consultoria financeira são substanciais (Pham, M. et al., 2024).

Mais de um terço dos consultores financeiros conotados com más praticas são reincidentes, segundo um estudo de Egan M. et al., (2017), justificado, pelo facto de que a motivação fundamental para o comportamento dos consultores financeiros independentes é a procura pela maximização dos seus próprios interesses (Wu, C., & Tang, Q. 2019). A iliteracia generalizada também representa uma vulnerabilidade significativa, especialmente em regiões com rendimentos familiares e níveis educacionais abaixo da média nacional, onde que as taxas de má conduta por parte de consultores financeiros de má índole, são 19% superiores a regiões com maior nível educacional e de maiores rendimentos (Egan et al., 2017).

Lee et al., (2009), concluíram que as negociações de investidores individuais, resultam em perdas sistemáticas e substanciais, especialmente em ações mais agressivas, enquanto investimentos de instituições com mais rigor e conhecimento beneficiam de aumentos anuais tanto em ações agressivas como de transações passivas. Segundo Michael, J. (2012), existem diversos motivos pelos quais os investidores e influenciadores individuais incorrem voluntariamente em perdas líquidas, estes justificam-se com a desinformação, necessidade de liquidez, necessidade de reequilíbrio, exigências de cobertura de contas, procura de sensações, e a convicção de que estão informados, ou seja, excesso de confiança. Assim como as más práticas, os consultores financeiros que trabalham em empresas ou instituições podem interiorizar os padrões éticos, ou a falta deles, praticados nas suas organizações (Pham, M. et al., 2024).

Segundo uma análise da Intrum (2023), existe uma perceção entre os estados europeus que existem disparidades nos requisitos de qualificação para consultores financeiros. A divergência nos requisitos de qualificação dos consultores de investimento deve-se, em grande parte, ao facto de o quadro regulamentar não estabelecer requisitos detalhados e, em alguns casos, seguir uma abordagem baseada em princípios, permitindo certa liberdade aos Estados-Membros na implementação das leis nacionais. Os vários players do mercado, consideram isso insuficiente e sugerem que pode levar a conselhos inadequados e à venda abusiva de produtos e serviços financeiros.

CAPÍTULO II – [MODELO CONCEPTUAL]

2 Modelo Conceptual

Um modelo conceptual é uma representação abstrata de um sistema, processo ou fenómeno que procura captar as relações e interações entre constructos (Hair et al., 2014, p.23). Constructos são conceitos abstratos, são ideias gerais não diretamente observáveis, que não possuem uma variável empírica diretamente correspondente, tal como não é possível observar ou tocar a inteligência de uma pessoa, no entanto, é possível identificar e medir a inteligência através da análise de como um indivíduo resolve determinados problemas, em comparação com a forma como outras pessoas enfrentam esses mesmos desafios. (Pires V. & Trez G., 2018).

Após o estudo dos conceitos de influenciadores credenciados, influenciadores independentes, informatividade, consciencialização financeira digital, experiência financeira digital e conhecimento financeiro digital temos assim presente estes seis constructos.

Conforme mencionado na revisão da literatura, o consumo de conteúdo produzido por influenciadores financeiros credenciados refere-se primariamente à identificação com esses influenciadores. Este processo implica seguir alguém que possa servir como modelo, com o qual os seguidores se identificam, aspiram assemelhar-se e que é capaz de influenciar suas ações e pensamentos. No contexto específico dos influenciadores financeiros credenciados, significa obter orientações, conselhos e serviços de intermediação financeira através de consultores, plataformas digitais, ou demais serviços, fornecidos por instituições legalmente autorizadas. Essas instituições e empresas devem estar devidamente credenciadas no país para exercerem essas funções. A informatividade, por sua vez, refere-se à qualidade e quantidade de informações valiosas ou relevantes e da eficácia com que essas informações são transmitidas ao público. Para este estudo, desenvolveu-se um constructo de raiz especificamente desenhado e estudado para abordar as lacunas identificadas na literatura existente, e que visa atender aos objetivos específicos da pesquisa. Como pode ser verificado nas Tabelas 3 e 5, os valores dos factor loading, vão de encontro às expectativas, validando este constructo dentro do tema em estudo.

A consciencialização financeira digital do consumidor, é um fator muito importante na vida das pessoas, ter esta ferramenta ativa capacita-os a adquirir conhecimento sobre as ações financeiras que realizam, o que resulta num maior entendimento sobre finanças e

assim construir um futuro financeiro mais estável. A experiência financeira digital pode ser entendida como a capacidade de efetuar considerações ou tomar decisões de investimento para determinar o planeamento e a gestão de investimentos de forma a assegurar a utilidade do presente e no futuro. O conhecimento financeiro digital dota as pessoas das competências digitais necessárias para que, com facilidade, as pessoas pesquisem, verifiquem informações em ambientes financeiros digitais com confiança e conhecimento, permitindo-lhes tomar decisões financeiras fundamentadas, o que promove o bem-estar financeiro a longo prazo.

De seguida, são demonstradas as relações teóricas desenvolvidas na revisão da literatura

Com base na pesquisa e na revisão bibliográfica realizada, procedeu-se à elaboração do Modelo Conceptual 1, conforme identificado abaixo. A Figura 1 ilustra as relações teóricas desenvolvidas a partir da revisão da literatura.

Este modelo foi construído para fornecer uma estrutura compreensiva que permita investigar como o consumo de conteúdo fornecido por influenciadores financeiros digitais credenciados tem influência na informatividade e por consequência verificar se o nível de informatividade tem impacto e relação significativo na consciencialização financeira digital, na experiência financeira digital e no conhecimento financeiro digital.

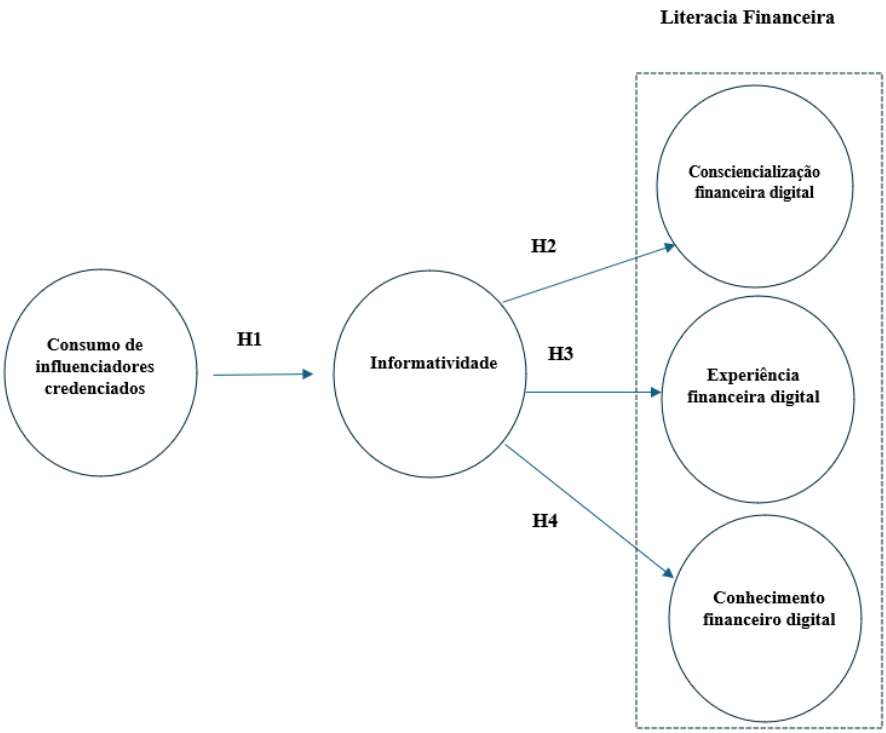


Figura 1 – Modelo Conceptual

Fonte: Elaboração própria

De igual modo, o modelo II permite ampliar a compreensão e perceber como o consumo de conteúdo fornecido por influenciadores financeiros digitais independentes tem influência na informatividade e por consequência verificar se o nível de informatividade tem impacto e relação significativo na consciencialização financeira digital, na experiência financeira digital e no conhecimento financeiro digital.

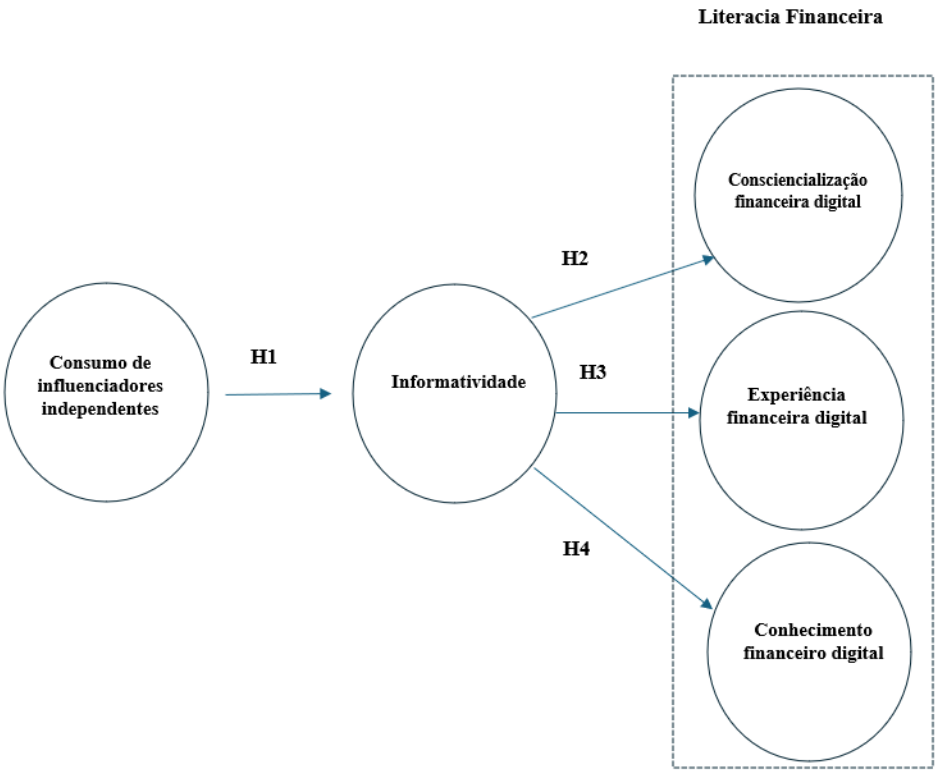


Figura 2 – Modelo Conceptual

Fonte: Elaboração própria

2.1 Formulação de Hipóteses

Após a apresentação inicial do modelo teórico, é fulcral entender quais são as hipóteses e respetivas variáveis.

Tendo em conta os conceitos mencionados na revisão de literatura, formularam-se as seguintes hipóteses para o Modelo Conceptual I:

H1a: O consumo de influenciadores credenciados tem impactos positivos e significativos sobre a informatividade de finanças digitais.

H2a: A informatividade de finanças digitais tem impactos positivos e significativos na Consciencialização Financeira Digital do consumidor.

H3a: A informatividade de finanças digitais tem impactos positivos e significativos na Experiência financeira digital do consumidor.

H4a: A informatividade de finanças digitais tem impactos positivos e significativos no Conhecimento Financeiro Digital do consumidor.

Para o Modelo Conceptual II relativamente a influenciadores independentes formularam-se as seguintes hipóteses:

H1b: O consumo de influenciadores independentes tem impactos positivos e significativas sobre a informatividade de finanças digitais.

H2b: A informatividade de finanças digitais tem impactos positivos e significativos na Consciencialização Financeira Digital do consumidor

H2b: A informatividade de finanças digitais tem impactos positivos e significativos na Experiência financeira digital do consumidor.

H4b: A informatividade de finanças digitais tem impactos positivos e significativos no Conhecimento Financeiro Digital do consumidor.

3 Metodologia

O presente trabalho foi elaborado desenvolvido com base numa metodologia de caráter quantitativo sob a forma de um questionário. O questionário é um conjunto de perguntas, que seguem uma sequência lógica, sobre variáveis e circunstâncias que se pretende medir ou descrever numa investigação científica (Bastos, J.et al., 2023), permite recolher opiniões, dados demográficos ou feedback de maneira direta, e normalmente a um custo reduzido, além de possibilitar a elaboração de estatísticas (Greenlaw, C., & Brown-Welty, S., 2009), ao mesmo tempo possibilita a obtenção de respostas com uma maior liberdade, já que as mesmas são anónimas, levando a uma maior veracidade nas respostas (Lakatos & Marconi, 2010, pp. 217,218).

Os métodos de investigação quantitativa incluem uma abordagem de estruturas para a recolha de dados, e concentra-se na medida de variáveis usando valores numéricos. O estudo quantitativo permite reunir dados quantitativos para entender, descrever e prever a natureza de um fenómeno, principalmente através do desenvolvimento de modelos e teorias, esta metodologia procura identificar padrões, relações e tendência matematicamente mensuráveis o que contribui para uma melhor elucidação do fenómeno em estudo (Lucas-Alfieri, 2015).

A pesquisa quantitativa com recurso a um questionário revela-se a mais adequada aos propósitos e objetivos deste estudo.

3.1.1 Pesquisa – Questionário

O questionário foi construído com base na revisão da literatura, de modo particular, a partir de escalas/itens já validados, a utilização de escalas validadas proporciona confiabilidade e validade às medidas utilizadas no questionário, permitindo que as respostas dos participantes sejam interpretadas de maneira precisa e robusta.

As escalas foram retiradas de estudo anteriores, tais como Kumar P. et al., (2023), Khan N. et al., (2022), Levesque, N. & Pons,F.(2023), Jappelli, T., & Padula, M. (2013), Bucci et al., (2023), Lusardi et al., (2011) sendo que foram devidamente adaptadas ao presente estudo.

De modo a garantir a solidez do questionário, foi procurada a contribuição de um especialista académico essa consulta foi realizada com o propósito de aperfeiçoar o

questionário, assegurando que seu conteúdo fosse pertinente, e adequado ao objetivo do estudo.

A estrutura do questionário está dividida em duas partes. A primeira parte do questionário refere-se à caracterização da população, com o objetivo de compreender como as características pessoais interagem com a utilização e conhecimento de produtos financeiros digitais e com a influência dos influenciadores. Foram avaliados dados demográficos como: sexo, idade, nível de educação, situação profissional e rendimento.

A segunda parte do questionário diz respeito ao estudo empírico, sendo composta por algumas questões exploratórias, e questões para avaliar o nível de concordância da população em relação às variáveis de estudo (influenciadores credenciados, influenciadores independentes, experiência, conhecimento, consciencialização e informatividade), utilizando uma escala de Likert de cinco pontos, variando de 1 – Discordo Totalmente a 5 – Concordo Totalmente.

Os constructos foram derivados da literatura existente, com exceção do constructo de informatividade. Conforme mencionado anteriormente, este constructo foi desenvolvido de raiz com o fundamento de que a sua inclusão seria essencial para o estudo, permitindo a análise das suas relações com os demais constructos. Para a elaboração deste constructo, também se fez uso da literatura relevante

As cinco questões que compõem a base deste construto foram selecionadas a partir da revisão da literatura. Deste modo, aplica-se uma analise fatorial exploratória, para verificar se as questões se agrupam no construto corresponde, neste caso a "Informatividade", nos quais obtivemos dados ao nível do coeficiente alfa de Cronbach, obtendo um valor de 0,924 nos dois modelos, o factor loading obteve resultados superiores a 0,5 nos dois modelos, o que indica uma carga significativa (Hair et al., 2014, p. 115), um KMO de 0,89 nos dois modelos, conforme ilustrado nas Tabelas 3 e 5, estes resultados confirmam que as perguntas foram adequadas para medir este constructo. Primeiramente, a "**Educação financeira**", a educação financeira está fortemente correlacionada com LF (Jappelli, T., & Padula, M., 2013). Os indivíduos podem investir tempo e recursos não só na acumulação de capital humano, ou seja, conhecimentos gerais, como também na obtenção de LF, assim é proporcionado um canal adicional para o crescimento económico a longo prazo através de maiores retornos financeiros (Bucci, A et al., 2023). Um estudo efetuado por Ying, Z.et al., (2024) enfatiza para decisores

políticos e educadores a importância de priorizar o desenvolvimento da LFD, juntamente com o conhecimento e educação financeira. Seria ainda de enaltecer que as instituições financeiras oferecessem formação básica a nível de LFD permitindo aos indivíduos tomar decisões financeiras digitais informadas e a contribuírem para um ambiente financeiro digital mais seguro.

Outra questão que justificou a criação do constructo informatividade foi "**Estratégias de investimento**", os indivíduos com melhor conhecimento são mais capazes de efetuar planeamento, ter sucesso ao efetuar esse planeamento, assim como investir em ativos mais complexos. Verifica-se uma correlação positiva entre ser detentor de ações e o conhecimento da diversificação do risco (Lusardi A et al., 2011). É fundamental que por exemplo empresários e empreendedores tenham um vasto conhecimento dos recursos financeiros à sua disposição para navegarem no complexo ambiente dos mercados financeiros e dele tirarem o melhor partido (Ying, Z.et al., 2024).

A "**Avaliação de produtos financeiros**", é outra das variáveis que derem origem à construção do construto. Apesar da crescente complexidade do panorama financeiro e de risco, verifica-se que existem muitos indivíduos, principalmente nos grupos mais vulneráveis, que não possuem conhecimentos financeiros básicos e estão mal preparadas para tomar decisões financeiras inteligentes. Devido a estes riscos associados, as políticas destinadas a melhorar o conhecimento dos produtos financeiros e dos riscos, bem como políticas que reforcem as competências financeiras dos indivíduos, a sua resiliência financeira global e o seu bem-estar são essenciais, no âmbito de um quadro sólido de proteção ao consumidor no âmbito financeiro são fundamentais (OCDE 2022). Dados evidenciam que a melhoria e aprofundamento das competências matemáticas em idades precoces acabam por aumentar a LF e a acumulação de riqueza das famílias. Reformas associadas com o aprofundamento dos mercados financeiros (como exemplo, a criação de fundos de pensões), aumentando o incentivo para investir na LF, podem também conduzir a uma maior LF e a uma maior poupança. (Jappelli, T., & Padula, M. 2013).

"**Analises de tendências de mercado**", segundo Choung Y., et al., (2023), esta análise, pode ser vista de dois pontos de vista, seja na constante procura de conhecimento a nível de mercado como ações, melhores investimentos e melhores poupanças, seja na consciência de que o mundo está em constante evolução e o mercado financeiro já não se faz só da maneira tradicional. A tecnologia está penetrada na sociedade e cada vez mais em evolução. Torna-se por isso essencial providenciar suporte e recursos necessários para

assegurar que ninguém fica excluído de serviços financeiros devido à evolução da tecnologia. Prever o mercado de ações e as suas tendências e volatilidade, relativamente a descidas e subidas de ações é uma tarefa fundamental e significativa no dia a dia dos investidores que podem precisar de ajustar as suas estratégias com urgência (Ying, Z.et al., 2024).

"**Entrevistas com especialistas financeiros**", foram igualmente consideradas relevantes, na medida em que o que dizem pode interferir ou resultar em ações na vida privadas das pessoas. Estudos de comportamento financeiro concluem que educação financeira, aconselhamentos, dicas podem ajudar as pessoas a adotar práticas financeiras que contribuam para a segurança financeira a longo prazo Michael, J. (2012).

Constructo	Código	Escalas	Referencia
Consumo de influencers credenciados	CONS11	Vejo fotos de influenciadores digitais sobre literacia financeira digital, mas apenas de influenciadores credenciados	Shapira & Venezia,(2001); Fischer, R., & Gerhardt, R., (2007) Nicola Gennaiolir et al (2015) Levesque N, Pons F (2023)
	CONS12	Leio posts de influenciadores sobre literacia financeira, mas apenas de influenciadores credenciados	
	CONS13	Assisto vídeos de influenciadores sobre literacia financeira digital, mas apenas de influenciadores credenciados	
	CONS14	Recomendo apenas os influenciadores credenciados sobre literacia financeira digital	
Informatividade	CONT2	Estratégias de investimento	Jappelli, T., & Padula, M. (2013) Bucci, A et al 2023 Lusardi et al (2011)
	CONT3	Análises de tendências de mercado	
	CONT4	Entrevistas com especialistas financeiros	
	CONT5	Educação financeira	
	CONT6	Avaliação de produtos financeiros	

Consciencialização Financeira Digital	CONSC1	Estou consciente sobre o potencial de risco financeiro no uso de influencers digitais e/ou Fintech, como a legalidade do Fintech, tx de juros e tx de transação	Kumar P. et al (2023) Huston, S. J. (2010)
	CONSC2	Confio nos serviços financeiros digitais, como transações online, pagamentos eletrônicos e bancos digitais.	
	CONSC3	É importante a educação financeira para o sucesso financeiro pessoal e das Fintech nos dias de hoje	
Experiência Financeira Digital	EXP_D1	Tenho experiência na utilização de produto e serviço de Fintech para pagamento digital	Moore 2003 Kumar P. et al (2023) Yulianti N, Silvy M (2013)
	EXP_D2	Tenho experiência na utilização de produto e serviços de Fintech para financiamento (empréstimo) e investimento.	
	EXP_D3	Tenho experiência na utilização de produtos e serviços de Fintech para gestão de ativos.	
Conhecimento Financeiro Digital	CONH1	Tenho um bom conhecimento sobre produtos de pagamento digital, como débito eletrónico, crédito eletrónico, dinheiro eletrónico, banco movel/ internet, carteira eletrónica.	Kumar P. et al (2023) Morgan et al (2019) Lusardi A., Mitchell O. (2014,2023)
	CONH2	Tenho um bom conhecimento sobre a gestão de ativos e produtos digitais	
	CONH3	Tenho um bom conhecimento sobre os direitos e proteção do cliente, bem como do procedimento de reclamação de serviços financeiros digitais	
Consumo de influencers independentes	CONS21	Vejo fotos de influenciadores independentes sobre literacia financeira digital	Kumar P et al (2023) Huston (2010) Wang et al. (2023)
	CONS22	Leio posts de influenciadores independentes sobre literacia financeira digital	
	CONS23	Assisto vídeos de influenciadores independentes sobre literacia financeira digital	
	CONS24	Recomendo os influenciadores independentes sobre literacia financeira digital	

Tabela 1 – Itens do questionário

Fonte: Elaboração própria

3.1.2 Recolha dos Dados

A amostra deste estudo pode ser definida como uma amostra de conveniência, trata-se, de um tipo de amostragem que é composta por indivíduos ou elementos que estão facilmente disponíveis e acessíveis.

A recolha de dados através do questionário online foi realizada no período entre 27 de fevereiro de 2024 a 05 de maio de 2024, através da partilha do mesmo através das redes sociais (Facebook, Linkedin), pedidos via email e particulares. Obtiveram-se 222 respostas válidas e completas ao questionário.

O público-alvo deste estudo é a população geral. Será relevante abranger respostas de diversos estratos etários, educacionais e de rendimentos. O tamanho da amostra desempenha um papel fundamental na pesquisa, pois impacta diretamente a validade e a confiabilidade dos resultados obtidos.

3.1.2.1 Analise de dados

O estudo apresentado pretende analisar dois modelos conceptuais, para isso será utilizada a Análise das Equações Estruturais (AEE), a AEE, é uma técnica estatística utilizada para testar a validade de modelos teóricos que definem relações causais, hipotéticas entre variáveis, permite testar o ajustamento global de modelos, assim como a significância individual de parâmetros (Marôco, 2014, p. 3). Uma característica fundamental da AEE é a distinção explicita entre variáveis observadas, e variáveis latentes. As variáveis observadas representam os dados recolhidos, as variáveis latentes, correspondem geralmente a constructos hipotéticos, ou entidades explicativas que se presume refletirem um espectro contínuo, mas não pode ser medido ou observado diretamente. (Kline,2023, p.32).

As etapas para avaliação e validação dos modelos realizar-se-ão em três fases, será utilizada a Analise Fatorial Exploratória (AFE), numa primeira fase, numa segunda fase a Análise Fatorial Confirmatória, (AFC) para confirmar e validar os constructos e numa terceira fase o método de máxima verossimilhança, para calcular os parâmetros dos modelos estruturais.

Na primeira fase, efetuou-se a AFE com rotação Varimax, para melhorar a interpretabilidade dos fatores utilizados (Kline,2023 p.212), esta rotação tenta carregar fortemente um número menor de variáveis em cada fator, resultando em agrupamentos

de fatores mais interpretáveis (Field, A. P. 2009, p.831), a AFE é uma técnica estatística multivariada que ajuda a descobrir as relações subjacentes entre as variáveis e agrupá-las em clusters ou fatores com base nos padrões de correlação entre elas (Schreiber, J. B. 2021).

Na segunda fase procedeu-se à AFC, utilizando a estimativa de máxima verossimilhança, esta técnica permite validar as escalas de medição dos respetivos constructos (Hair et al., 2014, p.600). A AFC testa diretamente a adequação de modelos teóricos ou empiricamente fundamentados aos dados recolhidos (Graham, J. et al., 2003). Foi também utilizado o modelo das equações estruturais para testar o modelo e as hipóteses subjacentes (Byrne, 2016, p.25), este modelo, é uma metodologia que diz respeito a uma família de procedimentos (Kline,2023, p.29), e são particularmente bem adequadas para investigar as relações complexas entre os vários constructos (Hair et al., 2014, p. 546).

Na última fase foi utilizado o método de máxima verossimilhança para estimar cada modelo estrutural. Foram analisados os índices de ajuste do modelo com o objetivo de verificar o respetivo ajuste do modelo (Hair et al., 2014, p. 52).

Este estudo teve como apoio para a analise de dados o IBM SPSS Statistics 28.0 e AMOS-SEM 20.0. O SPSS é um dos programas de análise estatística mais utilizados por cientistas sociais de todo o mundo (Rahman, A., & Muktadir, Md. G. 2021), tem também a utilidade de dispor de toda a flexibilidade de múltiplas análises ao mesmo tempo que as pode representar graficamente (Garth, 2008). O AMOS-SEM 20.0 é um software utilizado para efetuar modelo das equações estruturais (Byrne,2022 p.17), com este programa é possível testar hipóteses sobre as estruturas das variáveis latentes e as suas relações (Field, A. P. 2009, p. 636).

4. Caracterização da amostra

No período decorrido relativamente ao questionário inerente a este estudo, foram recolhidas 222 respostas. A tabela 2 fornece informações demográficas sobre a população participante deste questionário.

A demografia refere-se a estatísticas que descrevem a população e suas características. A análise demográfica é o estudo da população com base em fatores como idade, raça e género, consistindo na recolha e estudo de dados relativos às características gerais das populações (Hayes, A., 2024).

Dados Demográficos		**n**	**%**
Sexo	Feminino	129	58,1 %
	Masculino	92	41,4 %
	Não Binário	1	0,5 %
	Total	222	100 %
Idade	Antes de 1946	0	0 %
	Entre 1995 – 2012	67	30,2 %
	Entre 1981 – 1994	94	42,3 %
	Entre 1966 – 1980	57	25,7 %
	Entre 1946 – 1965	4	1,8 %
	Total	222	100 %
Educação	Ensino básico	5	2,3 %
	Ensino secundário/ Profissional	73	32,9 %
	Formação universitária Licenciatura	98	44,1 %
	Formação universitária Mestrado	44	19,8 %
	Formação universitária Doutoramento	1	0,5 %
	Outro	1	0,5 %
	Total	222	100 %
Situação Profissional	Desempregado	4	1,8 %
	Trabalhador dependente em tempo parcial	8	3,6 %
	Trabalhador dependente em tempo integral	164	73,9 %
	Empreendedor / Trabalhador Independente	16	7,2 %
	Reformado	1	0,5 %
	Estudante	29	13,1 %
	Total	222	100 %
Rendimentos	Sem Rendimentos	14	6,3 %
	< 751 €	16	7,2 %
	751 - 1000€	63	28,4 %
	1001 - 1250€	41	18,5 %
	1251€ - 1500€	40	18,1 %
	1501 - 1750€	16	7,2 %

	1751 - 2000€	11	5 %
	> 2000€	21	9,5 %
	Total	222	100 %

Tabela 2 – Informações Demográficas da população

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

Procedeu-se á analise dos dados demográficos, o qual se pode constatar que existe um maior número de respostas por parte de pessoas do sexo feminino 58,1% (n=129) face ao sexo masculino 41,4% (n=92), relativamente à faixa etária, verifica-se maior número de respostas em pessoas que nasceram entre 1981 e 1984, ou seja que se situam na faixa etária dos 30 aos 43 anos, perfazendo 42,3% (n=94). Dos inquiridos verifica-se que 44,1% (n=98) tem habilitações literárias académicas a nível de licenciatura, a situação profissional revela que 73,9% (n=164), são trabalhadores a tempo integral por conta de outrem. A nível salarial, embora mais distribuído por todas as classes propostas verifica-se que que o maior número de repostas se situa entre os 751€ e os 1000€ tendo uma correspondência a 28,4% (n=63).

4.1 AFE – Análise Fatorial Exploratória

A AFE pode ser utilizada para examinar os padrões ou relações latentes para um grande número de variáveis e determinar se a informação pode ser condensada ou resumida a um conjunto menor de fatores ou componentes (Hair, Joseph F. et al., 2014). A análise fatorial é uma ferramenta poderosa para alcançar a parcimónia ao resumir um grande conjunto de variáveis inter-relacionadas com um número menor de fatores, entenda-se por parcimónia, explicar a quantidade máxima de informação com o menor número possível de fatores (Field, A. P. 2009, p. 629).

A AFE aplicada neste trabalho segue os principais passos apresentados por Andy Field (2009), começando por descobrir a existência de fortes correlações entre as variáveis, utilizando dois testes estatísticos: o de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) e de Bartlett. O KMO pode ser calculado para variáveis individuais e múltiplas e representa o rácio entre a correlação ao quadrado entre variáveis e a correlação parcial ao quadrado entre variáveis (Field, A. P. 2009, p. 647), os valores de KMO variam entre 0 e 1, sendo que 0 é o pior resultado possível (Kaiser,1974), o teste de esfericidade de Bartlett avalia se há correlações significativas entre as variáveis (Field, A. P. 2009, p. 612).

Após esta fase procedeu-se à aplicação do método de extração e rotação de fatores, para a rotação dos fatores escolheu-se o método Varimax, esta rotação é um método de rotação ortogonal. Tenta maximizar a dispersão dos factor loading dentro dos fatores. Por conseguinte, tenta carregar um menor número de variáveis em cada fator, resultando em grupos de fatores mais interpretáveis e tornar mais clara a relação entre as variáveis (Field, A. P. 2009, p.796). No fim da aplicação destes métodos procedeu-se à interpretação dos dados obtidos.

A presente investigação desenvolveu-se em dois estudos complementares embora distintos: o primeiro, exploratório, implicando o recurso à AFE, e o segundo, confirmatório, envolvendo a utilização da AFC, foram efetuados a medida de adequação da amostra de KMO e o teste de esfericidade de Barlett aos dois modelos.

4.1.1 AFE – Análise Fatorial Exploratória Modelo I

No modelo I, conforme demonstrado na tabela 3, em geral o valor de KMO é de 0,902, o que é excelente (Kaiser, 1974), e o teste de Bartlett foi significativo, um teste de esfericidade de Bartlett estatisticamente significante (sign. < 0,05) indica que correlações suficientes existem entre as variáveis para se continuar a análise (Hair et al., 2014, p.103). O coeficiente KMO também foi analisado para os constructos individualmente, verificando-se que o constructo "Consumo de influenciadores credenciados" e "Informatividade", possuem valores acima de 0,8, o que constituem um valor meritório (Kaiser, 1974), o construto "Conhecimento", tem um valor de 0,713, que remete para um valor aceitável, segundo Kaiser (1974), a "Consciencialização" e "Experiencia", possuem um valor de 0,693, estando no limiar aceitável segundo a escala de Kaiser (1974).

Verifica-se que cada construto tem dados apropriados para que se possa aplicar a analise fatorial exploratória, os valores encontram-se dentro do expectável esperado segundo Kaiser (1974), estando por isso validada a correlação entre os constructos.

De seguida procedeu-se à análise dos factor loading de todos os itens em relação a cada construto. Os factor loading transmitem-nos informação sobre a contribuição relativa que item, ou variável, dá a um fator (Field, A. P. 2009, p.631). Considera-se que as cargas fatoriais no intervalo de 0,30 a 0,40 satisfazem o nível mínimo para a interpretação da estrutura, cargas 0,50 ou superiores são consideradas praticamente significativas, cargas

superiores a 1,70 são consideradas indicativas de uma estrutura bem definida e constituem o objetivo (Hair et al., 2014, p.115). Os resultados obtidos são coincidentes com o modelo conceptual. Mais uma vez se verifica que o construto que construímos de raiz "Informatividade" tem valores altos e foram todos as variáveis agrupadas ao mesmo constructo, validando mais uma vez a importância e significância deste para o trabalho.

A variância total explicada, como se verifica na tabela 3, tem valores acima de 70% individualmente, e os constructos no geral tem 75,255 %, sendo superior ao valor limite de 60%, estando por isso validadas as escalas usadas no estudo (Hair et al., 2014, p. 107)

O último passo passa por avaliar a fiabilidade dos constructos, para isso foi aplicado o Alfa de Cronbach, que é a medida mais comum de fiabilidade da escala (Field, A. P. 2009, p.674), a ideia da consistência interna é que os itens ou indicadores individuais da escala devem medir o mesmo construto, e assim serem altamente intercorrelacionados. (Hair et al., 2014, p.123). Os valores obtidos como se verifica na tabela 3 individualmente para cada construto são superiores a 0,8, e na escala completa tem um valor superior a 0,9. Os resultados sendo superiores a 0,7 indicam alta consistência (Hair et al., 2014, p.90;123).

Construto	**Códigos**	**Factor Loading**	**Variância Total Explicada**	**Alpha Cronbach**	**KMO**
Consumo de Influenciadores Credenciados	CONS11	0,811	81%	0,92	0,839
	CONS12	0,876			
	CONS13	0,850			
	CONS14	0,755			
Informatividade	CONT2	0,837	76%	0,924	0,89
	CONT3	0,857			
	CONT4	0,776			
	CONT5	0,799			
	CONT6	0,828			
Consciencialização	CONSC1	0,739	73%	0,809	0,693
	CONSC2	0,779			
	CONSC3	0,842			
Experiência	EXP_D1	0,621	80%	0,864	0,693
	EXP_D2	0,867			
	EXP_D3	0,860			
Conhecimento	CONH1	0,535	80%	0,871	0,713
	CONH2	0,813			
	CONH3	0,770			

Kaiser Normalization Varimax rotation method Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) = 0.902 Bartlett's test sig. 0.000. Cronbach's α = 0.902 Variância total explicada= 75,255 %

Tabela 3 – Análise Fatorial Exploratória - (Modelo I)

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

4.1.2 Distribuição normal Modelo I e Modelo II

Para se efetuar testes paramétricos a distribuição normal tem de estar patente, de outro modo tem de ser utilizar testes não para métricos (Field, A. P. 2009, p.132), A forma de qualquer distribuição pode ser descrita por duas medidas: curtose e assimetria. Curtose refere-se à elevação ou achatamento da distribuição comparada com a normal, enquanto a assimetria é utilizada para descrever o equilíbrio da distribuição (Hair et al., 2014, p.69).

Os valores da curtose e da assimetria frequentemente utilizados como valores de referência são resultados compreendidos entre -3 e 3, com resultados dentro desses limites pode-se considerar que a distribuição é aproximadamente normal (Hair et al., 2014, p.71).

Como se pode constatar na tabela 4 o resultado dos valores de curtose e assimetria estão compreendidos entre -3 e 3, podendo ser possível a aplicação de testes paramétricos.

Construto	Códigos	Assimetria	Curtose
Consumo de Influenciadores Credenciados	CONS11	0,413	-0,951
	CONS12	0,217	-0,977
	CONS13	0,193	-1,040
	CONS14	0,267	-1,217
Informatividade	CONT2	-0,195	-1,166
	CONT3	-0,044	-1,109
	CONT4	-0,019	-1,113
	CONT5	-0,657	-0,713
	CONT6	-0,095	-1,181
Consciencialização	CONSC1	-0,323	-0,797
	CONSC2	-0,310	-0,571
	CONSC3	-0,945	0,082
Experiência	EXP_D1	0,138	-1,409
	EXP_D2	1,015	-0,154
	EXP_D3	1,033	-0,172
Conhecimento	CONH1	-0,372	-0,900

	CONH2	0,272	-0,762
	CONH3	0,381	-0,742

Tabela 4 – Análise da Distribuição normal - (Modelo I)

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

Como se pode constatar na tabela 5 o resultado dos valores de curtose e assimetria estão compreendidos entre -3 e 3, podendo ser possível a aplicação de testes paramétricos.

Construto	Códigos	Assimetria	Curtose
Consumo de Influenciadores Independentes	CONS21	0,583	-0,710
	CONS22	0,420	-0,933
	CONS23	0,427	-0,803
	CONS24	0,641	-0,624
Informatividade	CONT2	-0,195	-1,166
	CONT3	-0,044	-1,109
	CONT4	-0,019	-1,113
	CONT5	-0,657	-0,713
	CONT6	-0,095	-1,181
Consciencialização	CONSC1	-0,323	-0,797
	CONSC2	-0,310	-0,571
	CONSC3	-0,945	0,082
Experiência	EXP_D1	0,138	-1,409
	EXP_D2	1,015	-0,154
	EXP_D3	1,033	-0,172
Conhecimento	CONH1	-0,372	-0,900
	CONH2	0,272	-0,762
	CONH3	0,381	-0,742

Tabela 5 – Análise da Distribuição normal - (Modelo II)

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

4.1.3 AFE – Análise Fatorial Exploratória Modelo II

No modelo II, conforme demonstrado na tabela 5, constata-se que o valor geral de KMO é de 0,893 o que é bom (Kaiser, 1974), e o teste de Bartlett foi significativo, um teste de esfericidade de Bartlett estatisticamente significante (sign. < 0,05) indica que existem correlações suficientes entre as variáveis para se continuar a análise (Hair et al., 2014,

p.92). O coeficiente KMO também foi analisado para os constructos individualmente, verificando-se que o constructo "Informatividade", possui um valor acima de 0,8, "Conhecimento" e "Consumo de influenciadores independentes" possuem valores acima de 0,7, o constructo "Consciencialização" e "Experiencia" possuem valor de 0,693 estando no limiar aceitável segundo a escala de Kaiser (1974).

Verifica-se que cada construto tem dados apropriados para que se possa aplicar a analise fatorial exploratória, os valores encontram-se dentro do expectável esperado segundo Kaiser (1974), estando por isso validada a correlação entre os constructos.

De seguida procedeu-se à análise dos factor loading de todos os itens em relação a cada construto. Os factor loading transmitem-nos informação sobre a contribuição relativa que um item, ou variável, dá a um fator (Field, A. P. 2009, p.631). Considera-se que as cargas fatoriais no intervalo de 0,30 a 0,40 satisfazem o nível mínimo para a interpretação da estrutura, cargas 0,50 ou superiores são consideradas praticamente significativas, cargas superiores a 1,70 são consideradas indicativas de uma estrutura bem definida e constituem o objetivo (Hair et al., 2014, p.115), os resultados obtidos são coincidentes com o modelo conceptual. Mais uma vez se verifica também no modelo II, que o construto que construímos de raiz "Informatividade" tem valores altos e foram todos as variáveis agrupadas ao mesmo constructo, validando mais uma vez a importância e significância deste construto para o trabalho.

A variância total explicada, como se verifica na tabela 6, tem valores acima de 70% individualmente, e os constructos no geral têm 77,047 %, sendo superior ao valor limite de 60%, estando por isso validadas as escalas usadas no estudo (Hair et al., 2014, p. 107).

O último passo passa por avaliar a fiabilidade dos constructos. Os valores obtidos na analise fiabilidade dos constructos como se verifica na tabela 5 individualmente para cada construto são superiores a 0,8, e na escala completa tem um valor superior a 0,9. Os resultados sendo superiores a 0,7 indicam alta consistência (Hair et al., 2014, p.90;123).

Construto	**Códigos**	**Factor Loading**	**Variância Total Explicada**	**Alpha Cronbach**	**KMO**
Consumo de Influenciadores Independentes	CONS11	0,859	88%	0,955	0,799
	CONS12	0,887			
	CONS13	0,874			
	CONS14	0,869			
Informatividade	CONT2	0,781	77%	0,924	0,89

	CONT3	0,846			
	CONT4	0,800			
	CONT5	0,814			
	CONT6	0,820			
Consciencialização	CONSC1	0,738	73%	0,809	0,693
	CONSC2	0,794			
	CONSC3	0,844			
Experiência	EXP_D1	0,617	80%	0,864	0,693
	EXP_D2	0,843			
	EXP_D3	0,824			
Conhecimento	CONH1	0,573	80%	0,871	0,713
	CONH2	0,838			
	CONH3	0,807			
Kaiser Normalization Varimax rotation method Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) = 0.893 Bartlett's test sig. 0.000. Cronbach's α = 0.924 Variância total explicada= 77,047 %					

Tabela 6– Análise Fatorial Exploratória - (Modelo II)

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

4.2 AFC – Analise Fatorial Confirmatória

A análise fatorial confirmatória (AFC) é um procedimento estatístico frequentemente utilizado para testar o ajuste dos dados aos modelos de medição (Graham, J et al., 2003), sendo que um modelo é uma representação e operacionalização de uma teoria (Hair et al., 2014, p.544) .Na AFC são testadas hipóteses específicas sobre a estrutura e relações entre as variáveis latentes (não observáveis) e variáveis observadas (Field, A. P. 2009, p.783, Byrne, 2022,p.7), a AFC permite-nos testar até que ponto as variáveis medidas representam bem os constructos (Hair et al., 2014, p.600)

A AFC é mais apropriada de ser usada quando o investigador tem alguma informação da estrutura da variável latente subjacente (Byrne, 2022, p. 6), e por norma quando existe uma forte teoria acerca da estrutura (Orcan, F. 2018), uma teoria é a tentativa do investigador de especificar todo o conjunto de relações de dependência que explicam um determinado conjunto de resultados (Hair et al., 2014, p.546). Neste presente trabalho a AFC foi aplicada tendo por base o resultado da AFE. O software de aplicação da AFC foi o AMOS-SEM 20.0.

Segundo Maroco (2021, p.234), é necessário avaliar a qualidade global do ajustamento, a fiabilidade e a validade do modelo. Para avaliar a qualidade global do ajustamento do modelo, foi efetuada uma nova analise aos itens com o objetivo de melhorar os índices de ajuste do modelo. Com base no índice de Modificação no software AMOS-SEM avaliou-se as correlações de erro ou cargas cruzadas entre itens (Whittaker, 2012)

Para avaliar o ajustamento do modelo, a AFC baseou-se nas seguintes métricas, considerando os índices de ajustamento a analisar: a razão entre o qui-quadrado (X2) e graus de liberdade (DF), sendo X2/DF (Kline,2023) ; O CFI de Bentler é um índice de ajustamento incremental que é também uma estatística de qualidade do ajustamento - CFI – Comparative Fit Index, o CFI compara a quantidade de desvios do modelo do investigador em relação ao modelo hipotético (Kline,2023 p.276) ; o TLI – Tucker-Lewis Index, calcula o ajuste relativo do modelo observado, ao compará-lo com um modelo base (Hair et al., 2014, p.277); IFI – Incremental Fit Index, ajusta dimensão da amostra que que se sabe estarem associados ao NFI, contrariamente ao NFI, tem em conta os graus de liberdade (Byrne, 2022, p.79); GFI – Goodness of Fit Index efetua o ajuste entre o modelo hipotético e a matriz de covariância observada (Hair et al., 2014, p.595); NFI – Normed Fit Index – O NFI foi introduzido por Bentler e Bonett (1980) como uma medida de ajuste que compara o modelo especificado com um modelo nulo, que assume que todas as variáveis não estão correlacionadas. O NFI avalia o quanto o modelo especificado melhora o ajuste em relação ao modelo nulo (Byrne, 2022, p.78); RMSEA – Root Mean Square Error of Aproximation – mede a discrepância por grau de liberdade entre o modelo observado e o modelo hipotético (Kline,2023, p.273); RFI – Relative Fit Index – medida de ajuste relativa que compara o modelo especificado com um modelo nulo, mas ajusta para a complexidade do modelo, ao contrário do NFI (Byrne, 2022, p.79)

4.2.1 Fiabilidade dos Constructos

O Alfa de Cronbach é a medida mais utilizada para avaliar a fiabilidade de um construto, este deve ser de 0,7 ou mais, para indicar convergência adequada ou consistência interna (Hair et al., 2014, p.123).

As tabelas 3 e 5 apresentam o alfa obtido através da AFE, e as tabelas 7 e 8 apresentam o alfa obtido na AFC.

Hair (2009, p.115) sugere, que para que as escalas do modelo de analise fatorial tenham uma boa validade total, a variância total explicada deve ser superior a 60%, a variância

representa a quantia total de dispersão de valores para uma única variável em torno de sua média (Hair et al., 2009, p.112)

4.2.1.1 Fiabilidade dos Constructos Modelo I e Modelo II

É possível verificar na tabela 7 que todos os valores do Alfa de Cronbach são superiores a 0,7, confirmando assim uma boa fiabilidade (Hair et al., 2014). A variância total explicada tem um valor geral de 75,255% e valores individuais superiores a 70%, podendo concluir a validade total das escalas. (Hair et al., 2009, p.100). Todos os constructos foram considerados exógenos e correlacionados. Isto também é conhecido como um modelo de análise fatorial confirmatória (Hair et al., 2014, p.585).

Construto	Códigos	Factor Loading	Variância Total Explicada	Alpha Cronbach	KMO
Consumo de Influenciadores Credenciados	CONS11	0,811	81%	0,92	0,839
	CONS12	0,876			
	CONS13	0,850			
	CONS14	0,755			
Informatividade	CONT2	0,837	76%	0,924	0,89
	CONT3	0,857			
	CONT4	0,776			
	CONT5	0,799			
	CONT6	0,828			
Consciencialização	CONSC1	0,739	73%	0,809	0,693
	CONSC2	0,779			
	CONSC3	0,842			
Experiência	EXP_D1	0,621	80%	0,864	0,693
	EXP_D2	0,867			
	EXP_D3	0,860			
Conhecimento	CONH1	0,535	80%	0,871	0,713
	CONH2	0,813			
	CONH3	0,770			
Variância total explicada= 75,255 %					

Tabela 7 – Factor Loading, Variância e Alfa de Cronbach(Modelo I)

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

Na tabela 8 relativamente ao modelo II, é possível verificar que todos os valores do Alfa de Cronbach são superiores a 0,7, confirmando assim uma boa fiabilidade (Hair et al., 2014). A variância total explicada tem um valor geral de 77,047% e valores individuais superiores a 70%, podendo concluir a validade total das escalas. (Hair et al., 2009, p.100).

Construto	Códigos	Factor Loading	Variância Total Explicada	Alpha	KMO	Média	Desvio Padrão
Consumo de Influenciadores Independentes	CONS11	0,859	88%	0,955	0,799	2,22	1,359
	CONS12	0,887				2,40	1,311
	CONS13	0,874				2,41	1,332
	CONS14	0,869				2,23	1,351
Informatividade	CONT2	0,781	77%	0,924	0,89	3,11	1,360
	CONT3	0,846				2,93	1,263
	CONT4	0,800				2,94	1,149
	CONT5	0,814				3,50	1,176
	CONT6	0,820				3,00	1,480
Consciencialização	CONSC1	0,738	73%	0,809	0,693	3,32	1,255
	CONSC2	0,794				3,27	1,285
	CONSC3	0,844				3,92	1,290
Experiência	EXP_D1	0,617	80%	0,864	0,693	2,75	1,220
	EXP_D2	0,843				1,99	1,206
	EXP_D3	0,824				2,01	1,192
Conhecimento	CONH1	0,573	80%	0,871	0,713	3,37	1,239
	CONH2	0,838				2,64	1,217
	CONH3	0,807				2,53	1,234
Variância total explicada= 77,047 %							

Tabela 8 –Factor Loading, Variância e Alfa de Cronbach (Modelo II)

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

4.2.2 Validade dos Constructos

Para além da análise á validade do construto e unidimensionalidade das escalas de avaliação, foi também analisada a validade convergente e discriminante das mesmas.

Para esta análise foi realizado um modelo de medida que se apresentará nas tabelas 9 e 12, verificando se o mesmo se apresenta válido, tendo em conta os índices de ajustamento obtidos. Este modelo permite também analisar as correlações entre as variáveis, que são pertinentes e relevantes para analisar a validade discriminante, os dados espelham os resultados obtidos, tendo por base recomendações e dados de diferentes autores.

4.2.2.1 Validade dos Constructos Modelo I e Validade dos Constructos Modelo II

Verificando-se os resultados obtidos e demonstrados na tabela 9, constata-se que os resultados vão de encontro com a sugestão dos autores, os resultados da AFC indicam um bom ajustamento do modelo.

Indicadores	Recomendações	Valores Obtidos	Análise do ajustamento
X2/DF (X2 - chi-square; DF - degrees of freedom)	X2/DF = 1,00-5,00 (Kline, 2023); X2/DF = 1,00-3,00 (Bollen, 1989)	186,155 / 84 = 2,216	Válido
CFI - Comparative Fit Index	CFI > 0,90 (Kline, 2023)	0,954	Válido
TLI - Tucker Lewis Index or NNFI - Non-Normed Fit Index	TLI > 0,90 (Hair et al., 2014)	0,943	Válido
NFI - Normed-Fit Index	NFI > 0,90 (Garver & Mentzer, 1999)	0,921	Válido
IFI- Incremental Fit Index IFI	IFI > 0,90 (Hair et al., 2014)	0,955	Válido
GFI - Goodness of Fit Index	GFI > 0,90 (Hair et al.,2014)	0,901	Válido
RFI – Relative fit index	RFI > 0,90 (Hair et al., 2014)	0,901	Válido
RMSEA - Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA < 0.05 - very good; RMSEA 0.05 > 0.08 – good (Hair et al., 2014)	0,074	Válido

Tabela 9 – Indicadores de ajustamento do Modelo I

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

Para a analise unidimensional e a validade convergente do modelo serem verificados, utilizaram-se outros indicadores, como o CR – Composite Reliability ; AVE – Average Variance Extracted; MSC – Maximum Shared Variance ; ASV – Average Shared Variance.

Segundo Hair et al., (2014), os valores dos indicadores acima mencionados devem ter valores que se devem enquadrar segundo a tabela 10

Indicadores	Valores
CR	CR > 0.7
AVE	AVE > 0.5
MSV	MSV < AVE
ASV	ASV < AVE

Tabela 10 Valores dos indicadores

Fonte: Elaboração própria com base em (Hair, 2014)

Fornell & Larcker (1981), afirmam que para garantir a validade discriminante a raiz quadrada das medidas do AVE deve ser superior a todas as correlações entre todos os constructos, para alem dos pressupostos já enunciados na tabela 10.

Constructos	CR	AVE	MSV	ASV	Exp	Use_of	Informatividade	Conh	Cons
Exp	0,912	0,838	0,482	0,211	**0,915**				
Use_of	0,925	0,755	0,413	0,234	0,345	**0,869**			
Informatividade	0,907	0,71	0,413	0,231	0,271	0,643	**0,843**		
Conh	0,775	0,634	0,482	0,319	0,694	0,471	0,439	**0,796**	
Cons	0,816	0,597	0,381	0,244	0,412	0,425	0,493	0,617	**0,773**

Exp - Experiência
Use_of - Consumo de influenciadores credenciados
Info - Informatividade
Conh - Conhecimento
Cons – Consciencialização

Tabela 11 – Indicadores da validade convergente e discriminante do Modelo I

Nota: a negrito encontram-se os valores da raiz quadrada de AVE

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

De acordo com a tabela 11, são apresentados os resultados dos indicadores de validade convergente e discriminante. Verifica-se que o valor da raiz quadrada de AVE (a negrito), se apresenta superior à correlação com os outros fatores, confirmando-se a validade discriminante das escalas, confirmando a teoria de Fornell e Larcker (1981), verifica-se

também o pressuposto do valor de AVE ser superior a MSV e ASV (Hair et al., 2014). Os valores obtidos estão em conformidade com as recomendações dos autores indicando um nível excelente de unidimensionalidade e validade convergente e discriminante do modelo.

Verificando-se os resultados obtidos e demonstrados na tabela 12 do modelo II, constata-se que os resultados vão de encontro com a sugestão dos autores, os resultados da AFC indicam um bom ajustamento do modelo.

Indicadores	**Recomendações**	**Valores Obtidos**	**Análise do ajustamento**
X2/DF (X2 - chi-square; DF - degrees of freedom)	X2/DF = 1,00-5,00 (Kline, 2023); X2/DF = 1,00-3,00 (Bollen, 1989)	150,681 / 71 = 2,12	Válido
CFI - Comparative Fit Index	CFI > 0,90 (Kline, 2023)	0,966	Válido
TLI - Tucker Lewis Index or NNFI - Non-Normed Fit Index	TLI > 0,90 (Hair et al., 2014)	0,956	Válido
NFI - Normed-Fit Index	NFI > 0,90 (Garver & Mentzer, 1999)	0,938	Válido
IFI - Incremental Fit Index	IFI > 0,90 (Hair et al., 2014)	0,966	Válido
GFI - Goodness of Fit Index	GFI > 0,90 (Hair et al.,2014)	0,91	Válido
RFI – Relative fit index	RFI > 0,90 (Hair et al., 201)	0,92	Válido
RMSEA - Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA < 0.05 - very good; RMSEA 0.05 > 0.08 – good (Hair et al., 2014)	0,071	Válido

Tabela 12 – Indicadores de ajustamento do Modelo II

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

De acordo com a tabela 13, são apresentados os resultados dos indicadores de validade convergente e discriminante. Os valores obtidos estão em conformidade com as

recomendações dos autores indicando um nível excelente de unidimensionalidade e validade convergente e discriminante do modelo.

Constructos	CR	AVE	MSV	ASV	Exp	Uso_nao_of	Informat	Consc	Conh
Exp	0,911	0,836	0,552	0,237	**0,915**				
Uso_nao_of	0,949	0,862	0,37	0,176	0,376	**0,928**			
Informat	0,903	0,7	0,37	0,214	0,295	0,608	**0,837**		
Consc	0,816	0,598	0,262	0,192	0,41	0,298	0,499	**0,773**	
Conh	0,89	0,802	0,552	0,267	0,743	0,323	0,386	0,512	**0,896**

Exp - Experiência
Use_nao_of - Consumo de influenciadores Independentes
Informat - Informatividade
Conh - Conhecimento
Cons – Consciencialização

Tabela 13 – Indicadores da validade convergente e discriminante do Modelo II

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

4.3 Modelo Estrutural e Teste de Hipóteses

Um modelo estrutural, descreve as relações entre os constructos (Byrne 2022, p. 7), ajuda a entender como os constructos estão relacionados e como as suas relações podem influenciar os resultados observados numa pesquisa (Hair et al., 2014, p.546).

O modelo estrutural representado na Figura 3, apresenta os constructos e os relacionamentos hipotéticos avaliados.

4.3.1 Modelo Estrutural e Teste de Hipóteses Modelo I

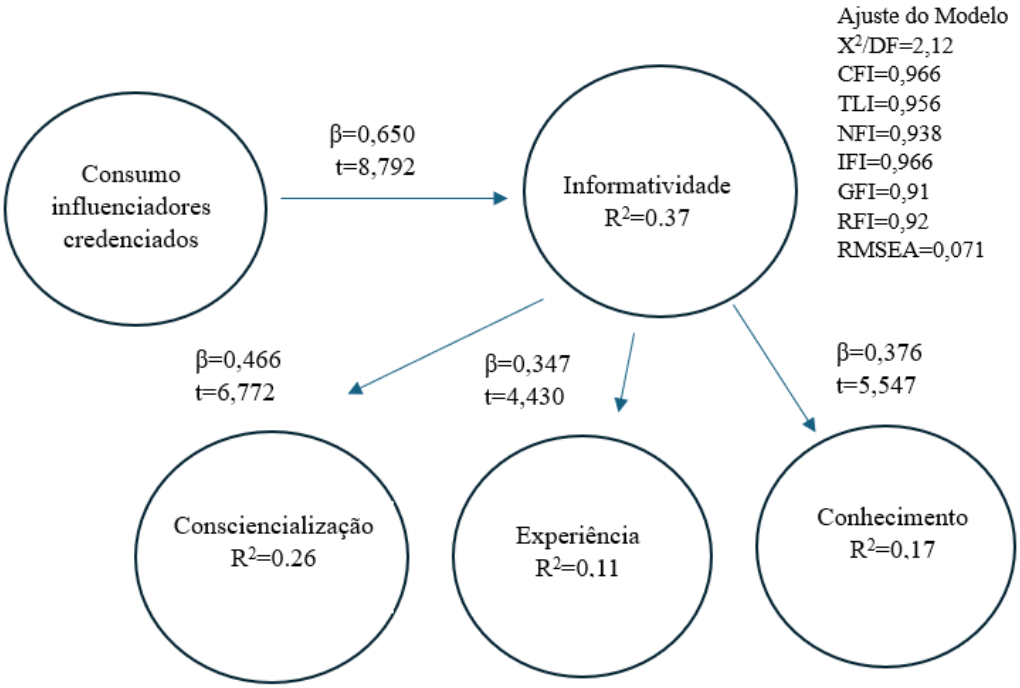


Figura 3 – Modelo das Equações Estruturais – Modelo I

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

A figura 3, ilustra a representação gráfica das relações entre constructos, e as estimativas padronizadas dos coeficientes. Abaixo efetua-se a analise de modo a avaliar se esses valores são estatisticamente significativos. O β representa uma trajetória que representa uma relação causal (coeficiente de regressão) de um constructo η para outro constructo η (Hair et al., 2014, p.594), o valor t é o valor das variáveis na equação, mede a significância da correlação parcial da variável refletida no coeficiente de regressão, indica se o investigador pode afirmar com confiança, com um determinado nível de erro, que o coeficiente não é igual a zero (Hair et al., 2014, p.208), o valor p, é o valor pelo qual se avalia a significância estatística, níveis significantes são valores $p < .001$(Hair et al., 2014, p.617).

Para avaliar as hipóteses H1a, H2a, H3a, H4a, foram analisados os efeitos diretos, que representam as relações e influencias de uma variável noutra, sem interferências de variáveis intermediarias (Hair et al., 2009, p. 660).

Após análise, podemos concluir que os efeitos diretos para o Modelo I demonstram o abaixo exposto:

- O Consumo de influenciadores financeiros digitais credenciados "use_of" tem efeitos positivos e significativos na Informatividade com β=0.671; t=9.285; p<0.001, suportando H1a.
- A Informatividade tem efeitos positivos e significativos na Consciencialização "Cons", com β=0.485; t=6.921; p<0.001, suportando H2a.
- A Informatividade tem efeitos positivos e significativos na Experiência "Exp com β=0.317; t=4.155; p<0.001, suportando H3a.
- A Informatividade tem efeitos positivos e significativos no Conhecimento "Conh", com β=0.434; t=5.836; p<0.001, suportando H4a.

4.3.2 Modelo Estrutural e Teste de Hipóteses Modelo II

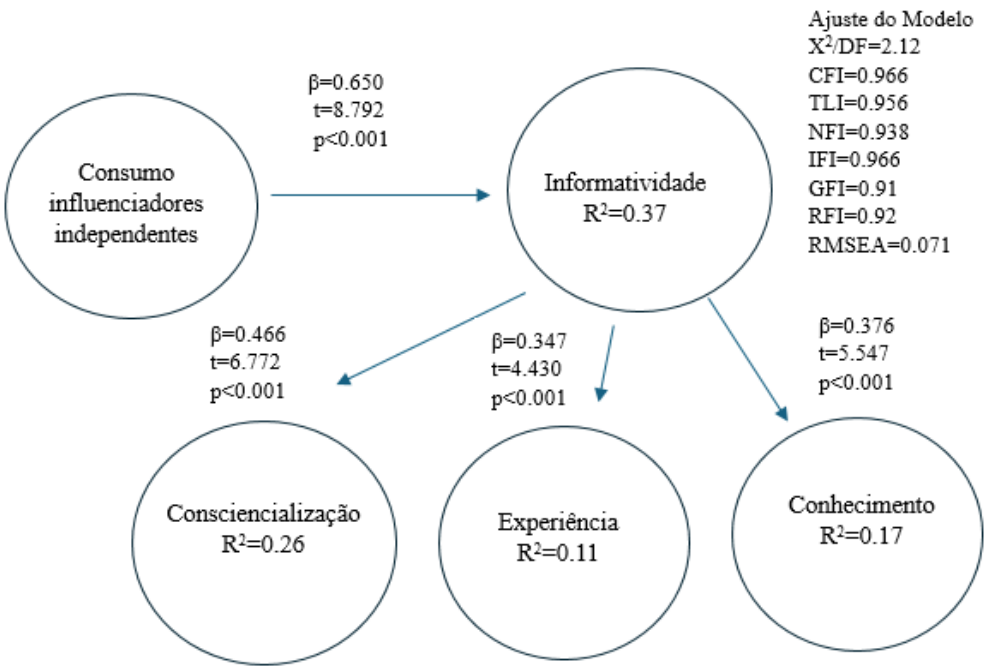


Figura 4 – Modelo das Equações Estruturais – Modelo II

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

Para avaliar as hipóteses H1b, H2b, H3b, H4b, foram analisados os efeitos diretos, que representam as relações e influencias de uma variável noutra (Hair et al., 2009, p. 660).

Após análise, podemos concluir que os efeitos diretos para o Modelo II demonstram o abaixo exposto:

- O Consumo de influenciadores financeiros independentes "uso_nao_of", tem efeitos positivos e significativos na Informatividade com β=0.650; t=8.792; p<0.001, suportando H1b.
- A Informatividade "Informat", tem efeitos positivos e significativos na Consciencialização "Consc", com β=0.466; t=6.772; p<0.001, suportando H2b.
- A Informatividade "Informat", tem efeitos positivos e significativos na Experiência "Exp com β=0.347; t=4.430 p<0.001, suportando H3b.
- A Informatividade "Informat", tem efeitos positivos e significativos no Conhecimento "Conh", com β=0.376; t=5.547; p<0.001, suportando H2b.

4.4 Análise Complementar

Como verificado, as conclusões do estudo revelam que ambos os modelos são válidos o que significa que não é possível distinguir um maior consumo de influenciadores credenciados face a influenciadores independentes.

Após análise, verifica-se que a maioria das respostas nas questões relativas ao consumo de informação de influenciadores credenciados e independentes, não evidencia nenhuma distinção absoluta ao ponto de se afirmar categoricamente que as pessoas preferem informação de entidades, indivíduos credenciados face a entidades, indivíduos independentes. Na tabela 14 pode-se verificar essas respostas, existe um maior número de respostas com conotação mais negativa na questão de consumo de informação proveniente de influenciadores independentes, mas não é um resultado do qual se possa tirar elações muito conclusivas.

Questões	1 - Não tenho interesse; 5- Muito interesse					
Influenciadores Credenciados	1	2	3	4	5	Total
Vejo fotos de influenciadores digitais sobre LF digital, mas apenas de influenciadores credenciados	73	45	55	33	16	222
Leio posts de influenciadores sobre LF, mas apenas de influenciadores credenciados	51	52	59	41	19	222
Assisto vídeos de influenciadores sobre LF digital, mas apenas de influenciadores credenciados	55	43	62	38	24	222
Recomendo apenas os influenciadores credenciados sobre LF digital	68	35	54	31	34	222
Influenciadores Independentes						
Vejo fotos de influenciadores independentes sobre LF digital	84	50	52	27	9	222
Leio posts de influenciadores independentes sobre LF digital	71	52	51	36	12	222
Assisto videos de influenciadores independentes sobre LF digital	68	52	59	30	13	222
Recomendo os influenciadores independentes sobre LF digital	88	44	55	22	13	222

Tabela 14 – Resultado das respostas ao interesse de influenciadores credenciados e independentes

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

Das 222 respostas, 128 acreditam que os influenciadores financeiros digitais têm impacto positivo, mas apenas 36 efetuaram algum tipo de ação financeira influenciada pelos mesmos, não obstante "*o aconselhamento financeiro é extremamente necessário para muitos indivíduos, uma vez que a sua LF é geralmente baixa*" (Van Raaij,2016).

Quando correlacionado idade com o nível de impacto dos influenciadores verifica-se o exposto abaixo na tabela 15.

Escalas	Impacto Positivo	Impacto Negativo	Sem impacto significativo
12 a 29	35	12	20
30 a 43	62	15	17

44 a 58	29	12	16
59 a 78	2	0	2

Tabela 15 – Resultado das respostas entre correlação de idade e impacto dos influenciadores

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS

Podemos constatar que as respostas de impacto positivo se verificam com maior incidência e consistência nos dois grupos etários mais jovens. Segundo um estudo da Lloyds Bank (2024), dois em cada 5 indivíduos nas idades compreendidas entre os 18 e os 25 começaram a investir em 2023, e o principal motivo é a compra de uma casa. O que vai de encontro ao exposto na tabela 15 que demonstra que nessas faixas etárias é percebido que a influencia financeira tem impacto positivo, há cada vez mais provas de que as gerações mais jovens são cada vez mais cautelosas nos investimentos do que os seus familiares mais velhos.

Relativamente às respostas ao questionário, das 222 respostas 129 foram respostas fornecidas por pessoas do sexo feminino, 92 respostas foram fornecidas por pessoas do sexo masculino e uma reposta por uma pessoa não binário. A tabela 16 correlaciona o género com o grau de confiabilidade nos influenciadores. Verifica-se que a maioria das respostas se mantém neutra, nos graus mais baixos de confiabilidade as respostas em ambos os géneros são muito equilibrados, nos graus neutro e confiável face ao género é onde se verifica maior discrepância.

Escalas	**Nada confiável**	**Pouco confiável**	**Neutro**	**Confiável**	**Muito confiável**
Masculino	7	14	49	21	1
Feminino	7	18	72	31	1
Não Binário			1		

Tabela 16 – Resultado das respostas entre correlação de género com confiabilidade nos influenciadores

Fonte – Elaboração própria com base no SPSS

Relativamente às características dos influenciadores, verifica-se respostas mais confirmatórias relativamente a esses dados, independente de ser credenciados ou

independentes. As respostas na escala de 1 a 5, situadas em 1 e 2 são bastante inferiores às respostas nas escalas 4 e 5, as mais superiores, no dobro, características como clareza das informações, experiência demonstrada na área financeira, estilo de comunicação e personalidade, consistência na disseminação de informação são valorizadas pelos indivíduos.

CAPÍTULO V – [DISCUSSÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS]

5.1 Sumário dos Resultados

Relativamente aos resultados obtidos objetos de estudo, verifica-se que ambos os modelos são válidos, ou seja, tanto os influenciadores financeiros digitais credenciados como independentes influenciam positivamente e significativamente a informatividade, que por sua vez tem efeitos positivos e significativos na consciencialização financeira, na experiência financeira e no conhecimento financeiro digital.

A analise fatorial exploratória (AFE), foi aplicada segundos os princípios recomendados por Andy Field (2009), o tamanho da amostra foi avaliado, o qual se revelou adequado, a qualidade dos itens também foram no sentido de se verificar se eram apropriados para a análise, verificou-se a adequação de cada construto para os dois modelos que se revelaram também adequados.

No passo seguinte, aplicou-se o Alfa de Cronbach, aos constructos dos dois modelos, os quais saíram com altos resultados de confiabilidade quando em conjunto, e individualmente também obtiveram valores validados de acordo com a literatura existente.

Analisando o modelo I e o modelo II verifica-se que todas as hipóteses se encontram suportadas, assim verifica-se que os influenciadores credenciados e independentes têm impactos positivos e significativos sobre a informatividade de finanças digitais, validando H1a e H1b respetivamente, a informatividade, ou seja, como já verificado, a qualidade da informação, sobre finanças digitais tem impactos positivos e significativos na consciencialização financeira digital do consumidor, assim como sobre a experiencia financeira digital do consumidor, como no conhecimento financeiro digital do consumidor, validando H2a, H3a e H4a e H2b, H3b e H4b respetivamente em cada modelo.

5.2 Interpretação dos resultados

Os resultados obtidos levam a concluir que não existe grande distinção entre consumir informação proveniente de fontes credenciadas ou independentes, o que não vai de encontro ao que defendem alguns autores tais como Shapira & Venezia (2001), que identificam que investidores profissionais credenciados estão mais bem informados e gerem as contas dos seus clientes de maneira mais eficaz, especialmente em termos de diversificação de portfólio, de forma similar Nicola Gennaiolir et al., (2015) argumentam

que o serviço de aconselhamento financeiro deve ser prestado por profissionais qualificados, que possuam o conhecimento adequado para investir e fornecer tais serviços, Lusardi A. (2008), também defende que indivíduos que estudam economia, seja no ensino secundário, superior ou em níveis mais avançados, têm maior probabilidade de apresentar elevados níveis de LF posteriormente na vida, proporcionando assim um melhor aconselhamento.

Portanto, os resultados do estudo sugerem que a confiança e credibilidade dos influenciadores, independentemente de serem credenciados, parecem depender mais de fatores como a qualidade e consistência do conteúdo, da habilidade de comunicar de forma clara e acessível, da interação com o público, da transparência e de feedback proveniente diretamente de testemunhos e histórias de sucesso de seguidores. Estes fatores permitem que influenciadores, mesmo sem credenciação formal, conquistem a confiança dos seguidores e tenham um impacto significativo nas suas decisões financeiras. Esta conclusão, na prática, está em desacordo com a visão tradicional de que apenas profissionais qualificados devem fornecer aconselhamento financeiro (Lusardi, 2008; Gennaioli et al., 2015). Esta análise também revela também que não há uma distinção clara entre a eficácia de influenciadores credenciados e independentes na promoção da informatividade financeira.

Esta falta de distinção clara entre aconselhamento credenciado e independente, que pode ser igualmente eficaz, ressalta a necessidade de possuir um bom nível de LF para fazer essa distinção, até porque a motivação fundamental para o comportamento dos consultores financeiros independentes é a procura da maximização dos seus próprios interesses (Wu, C., & Tang, Q. 2019), este estudo e os dados obtidos, refletem os níveis de LF presentes, na Europa, e particularmente em Portugal. De acordo com o estudo da Bruegel (2024), Portugal encontra-se entre os três últimos lugares em termos de LF, o que vai de encontro ao que defendem autores como Lusardi A. & Mitchel O. (2023) que reforçam a recomendação do estudo da LF nas escolas desde o ensino primário até ao superior, além de ser tema de formação contínuo ao longo da vida.

Importa também realçar que a abertura de brechas para a entrada de influenciadores cujas intenções não sejam tão benévolas foi, em parte, facilitada pelas próprias instituições, embora existam entidades reguladoras e de supervisão tanto em Portugal quanto nos demais Estados-membros europeus, segundo um estudo da Intrum (2023), persiste uma certa liberdade na aplicação das diretrizes, entre os membros devido à ausência de uma

diretiva clara com requisitos detalhados e objetivos aplicáveis de forma uniforme. Esta lacuna normativa pode propiciar comportamentos menos adequados e abusivos por parte de algumas entidades.

O estudo também confirma que a qualidade da informação fornecida (informatividade) é um fator determinante para a eficácia da comunicação financeira, independentemente da origem do influenciador. Isto desafia a visão de que apenas fontes credenciadas são confiáveis, destacando a importância da clareza, precisão e relevância das informações para o público-alvo (Si, K., Jalees et al., 2023). Além disso, a validação do modelo revela que a caracterização da LFD como um conceito multidimensional, composto por conhecimento de produtos e serviços financeiros digitais, consciência dos riscos, controle dos riscos e conhecimento dos direitos do consumidor, é essencial para compreender a complexidade das finanças digitais. A Alliance for Financial Inclusion (2021) reforça que a LFD integra a LF tradicional, capacidade financeira e a Literacia digital, o que amplia o entendimento do conceito para além do simples uso de tecnologia. A falta de conhecimento financeiro digital é uma barreira significativa para a participação no mercado financeiro, especialmente em países em desenvolvimento. Por conseguinte, esta análise destaca a importância de programas de educação financeira contínuos para melhorar o conhecimento financeiro digital e não digital e capacitar os indivíduos a saberem navegar de forma eficaz no ambiente financeiro, conforme discutido por Lusardi et al., (2023) e a OECD (2023).

5.3 Contribuições Teóricas

O presente estudo revela várias implicações teóricas significativas. Em primeiro lugar impacta a literatura sobre LF ao reforçar a conceção da LFD como um conceito multidimensional. Esta contribuição é significativa para o avanço da compreensão da LF tradicional. De acordo com Morgan (2019), a LFD é composta por quatro dimensões: conhecimento dos produtos e serviços financeiros digitais, consciência dos riscos financeiros digitais, controle digital dos riscos financeiros e conhecimento dos direitos do consumidor e procedimentos de recurso. Esta estrutura multidimensional oferece uma base teórica robusta que pode ser utilizada para a criação de programas educativos e políticas voltadas para a melhoria da LFD.

Em segundo lugar, o estudo destaca o papel crucial da informatividade para a educação financeira, abrangendo a importância da qualidade de fornecer informações valiosas e

relevantes. A ênfase na qualidade, clareza e relevância da informação sublinha a necessidade de fontes confiáveis e bem-informadas para promover a LF. Este conceito reforça a importância de uma comunicação eficaz e transparente na educação e no aconselhamento financeiro, seja ele proveniente de fontes tradicionais ou de influenciadores digitais. Esta contribuição teórica oferece uma base sólida para a formulação de políticas, para o desenvolvimento de programas educacionais e para a realização de futuras pesquisas sobre LFD e inclusão financeira.

Em terceiro lugar, o estudo sugere que provavelmente não há uma distinção significativa entre fontes credenciadas e independentes, o que desafia o conhecimento convencional, sugerindo que a qualidade da informação e a confiança construída com o público são mais importantes do que as credenciais formais. Esta observação abre novas linhas de pesquisa sobre a dinâmica da confiança e da autoridade no fornecimento de informações financeiras no contexto digital.

Por fim, a quarta implicação teórica surge da validação do modelo, revelando a eficácia dos influenciadores financeiros digitais, tanto credenciados quanto independentes, na promoção da informatividade e na melhoria da consciencialização financeira. Estes resultados fornecem um novo entendimento teórico sobre como o conhecimento financeiro pode ser disseminado de forma eficaz. Esta validação de modelos oferece uma base para futuras investigações sobre o papel dos influenciadores digitais na educação financeira.

5.4 Contribuições Praticas

O resultado do presente estudo revela também implicações prática que podem ser aplicadas em diferentes contextos para promover uma melhor compreensão e uso de serviços financeiros digitais.

Primeiramente, destacam-se as implicações para os seguidores de influenciadores financeiros. Estes seguidores são consumidores de conteúdo financeiro que procuram orientação e informações para tomar decisões financeiras informadas. As implicações práticas para estes incluem a necessidade de melhorar a compreensão, a consciencialização e a capacidade de tomar decisões financeiras seguras. É fundamental que os seguidores sejam capazes de avaliar de forma critica as informações financeiras recebidas, o que exige um investimento na sua própria formação. Esta formação pode incluir cursos de longa duração, como pós-graduações ou especializações em finanças,

bem como cursos de curta duração, como webinars gratuitos sobre como avaliar a credibilidade de informações financeiras online e identificar possíveis fraudes.

Em segundo lugar, sugerem-se implicações para os influenciadores financeiros. Estes influenciadores têm uma responsabilidade significativa na disseminação de informações precisas e confiáveis. As implicações práticas para estes, incluem a promoção de práticas éticas e a melhoria da qualidade dos seus conteúdos. Por exemplo, influenciadores podem colaborar com instituições financeiras na criação de vídeos didáticos sobre temas como orçamento, investimentos e prevenção de fraudes. Estes canais são fundamentais para a disseminação de informações e têm um impacto significativo na promoção da LF. A qualidade da informação distribuída através de canais digitais (redes sociais, sites especializados, podcasts) e com o apoio de instituições financeiras credíveis será um passo importante para garantir que os consumidores recebam dados fiáveis. Além disso, os influenciadores podem realizar pesquisas frequentes com os seus seguidores para entender melhor as suas necessidades e ajustar as suas abordagens conforme necessário. Estes estudos podem também ser úteis para as instituições financeiras.

Em terceiro lugar, o estudo destaca implicações para as instituições financeiras. Estas instituições podem colaborar mais ativamente com influenciadores financeiros, criando e implementando mecanismos que promovam o papel dos influenciadores com mais transparência, ética e informatividade. Estas ações podem também ajudar a alertar as instituições sobre a necessidade de monitorizar de forma mais eficaz os canais de comunicação existentes no mundo digital, assim como estas instituições podem lançar campanhas de consciencialização sobre a importância de práticas seguras de navegação e transações financeiras online.

Por fim, os resultados do estudo sugerem implicações para as universidades. A inclusão da LF no percurso escolar é fundamental para promover um entendimento financeiro abrangente, contribuindo para a prosperidade económica individual e coletiva. As universidades podem oferecer cursos de LFD como parte dos currículos de gestão e economia, com a possibilidade de workshops conduzidos por influenciadores financeiros reconhecidos. Além disso, as universidades podem criar centros de pesquisa focados na inovação financeira digital, promovendo a colaboração entre académicos, empresas de tecnologia, instituições financeiras e influenciadores digitais. Na verdade, as instituições financeiras e universidades desempenham um papel crucial na promoção da LFD através da educação e da oferta de produtos e serviços financeiros seguros.

CAPÍTULO VI [CONCLUSÕES]

A presente pesquisa oferece uma visão abrangente sobre a eficácia dos influenciadores financeiros, tanto credenciados como independentes, na promoção da LFD. Os resultados desafiam a visão tradicional de que apenas profissionais qualificados e credenciados são capazes de fornecer aconselhamento financeiro eficaz. Ao contrário de autores como Shapira & Venezia (2001), Gennaioli et al. (2015), Kramer (2011), Lusardi A. (2008), que defendem a superioridade de profissionais credenciados, este estudo revela que a qualidade da informação, a clareza na comunicação e a confiança estabelecida com o público são fatores importantes que determinam a eficácia dos influenciadores, independentemente de serem ou não credenciados.

As descobertas deste estudo demonstram que influenciadores independentes podem ter um impacto significativo na consciencialização e nas decisões financeiras dos indivíduos, desde que apresentem conteúdos de qualidade e relevantes (informatividade). A competência de comunicar de forma clara e acessível, a interação contínua com os seguidores e a transparência são fatores fundamentais que contribuem para a credibilidade desses influenciadores. Este fenômeno pode ser explicado pela necessidade de possuir um bom nível de LF para distinguir e avaliar criticamente as informações recebidas, como indicado por Wu, C., & Tang, Q., (2019).

A falta de distinção clara entre as fontes credenciadas e independentes sublinha a importância de fomentar a LF desde cedo na vida escolar. Dados recentes indicam que Portugal está entre os países com os mais baixos níveis de LF na Europa, o que reforça a urgência de integrar a educação financeira em todos os níveis de ensino, desde o primário até o superior, e promover a formação contínua ao longo da vida (Demertzis, M. et al., 2024).

A pesquisa destaca a necessidade de uma regulamentação mais rigorosa e uniforme para o setor financeiro digital, de modo a prevenir comportamentos inadequados e abusivos por parte de influenciadores com intenções menos éticas. A ausência de diretrizes claras e detalhadas em toda a UE permite a existência de lacunas normativas que podem ser exploradas de maneira prejudicial, conforme observado no estudo da Intrum (2023).

Em suma, este estudo contribui para a compreensão da LFD como um conceito multidimensional que inclui a consciencialização, a experiência e o conhecimento financeiro digital do consumidor. A qualidade da informação fornecida é também um fator determinante para a eficácia da comunicação financeira, destacando a necessidade

de fontes confiáveis e bem-informadas. Os resultados sublinham a importância de programas educativos contínuos e da inclusão da LFD nos currículos escolares. A pesquisa também abre novas direções para futuras investigações sobre a dinâmica da confiança e da autoridade no fornecimento de informações financeiras no contexto digital, promovendo uma sociedade financeiramente mais informada e resiliente.

6.1 Limitações

A investigação apresenta algumas limitações derivadas da natureza da amostra, já que se trata de uma amostra por conveniência.

Uma das principais limitações deste estudo é o tamanho modesto da amostra, embora possua um tamanho considerado apropriado para a execução da tese, contudo uma amostra maior poderia fornecer dados mais robustos e aumentar a generalização dos resultados. É possível que, com um tamanho de amostra alargada, pudessem emergir diferenças mais subtis ou significativas entre os dois tipos de influenciadores, já que os resultados indicam que não há uma distinção clara entre a eficácia de consumo de informação proveniente de influenciadores financeiros credenciados e independentes na promoção da LF.

Ambos os modelos testados no estudo demonstraram que não há distinção entre a informação proveniente de influenciadores credenciados e independentes. No entanto, a semelhança nos resultados dos modelos pode indicar a necessidade de explorar diferentes abordagens metodológicas ou incluir variáveis adicionais que possam captar nuances não abordadas neste estudo.

6.2 Futuros Estudos

Para futuros estudos, seria pertinente incluir novas dimensões ou métodos de análise que permitam uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas entre influenciadores financeiros e os seus seguidores. Poder-se-ia investigar como diferentes gerações respondem à influência de influenciadores financeiros, explorando as preferências, níveis de confiança, capacidade de verificar desinformação e, a partir daí, identificar padrões e retirar elações relevantes.

Outro estudo a ser efetuado seria analisar e perceber se as diferenças no acesso à educação financeira, oportunidades econômicas e sistemas digitais, assim como a exposição a

influenciadores, impactam diversas comunidades (exemplo rurais e urbanas) e qual é a perspetiva dessas comunidades sobre os influenciadores financeiros.

Outra perspetiva a poder ser analisada seria verificar como a educação financeira pode ajudar na prevenção de endividamento excessivo, má gestão de crédito, entre outros maus comportamentos financeiros que podem comprometer a estabilidade financeira individual e familiar.

Investigar se e como, a educação financeira promove a elaboração de planos financeiros incluindo orçamento, poupança, investimento e preparação para emergências, e avaliar se as gerações atuais estão adequadamente conscientes das projeções e discussões atuais sobre uma possível redução significativa nos benefícios da reforma.

Por fim, um outro estudo poderia ser a análise dos diferentes requisitos para acreditação de influenciadores financeiros nos diversos estados-membros, quais as diferenças e verificar se a constatação atual de não uniformidade entre os estados está também ela diretamente relacionada com aparecimento de influenciadores independentes com más práticas.

ADAM HAYES (2024) - Demographics: How to Collect, Analyze, and Use Demographic Data

Alkhalil, Z., Hewage, C., Nawaf, L., & Khan, I. (2021). Phishing Attacks: A Recent Comprehensive Study and a New Anatomy. In Frontiers in Computer Science (Vol. 3). Frontiers Media S.A. https://doi.org/10.3389/fcomp.2021.563060

Atkinson, A. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study Flore-Anne Messy. https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en

Barber, B.M., Y.T. Lee, Y.J. Liu, and T. Lee, (2009), "Just How Much Do Individual Investors Lose by Trading?" Review of Financial Studies 22, 609-632. doi:10.1093/rfs/hhn046

Bastos, J. E. de S., Sousa, J. M. de J., Silva, P. M. N. da, & Aquino, R. L. de. (2023). O Uso do Questionário como Ferramenta Metodológica. Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences, 5(3), 623–636. https://doi.org/10.36557/2674-8169.2023v5n3p623-636

Bollen, K.A. (1989), A new incremental fit index for general structural equation models, *Sociological Methods and Research*, 17(1), pp. 303–316. https://doi.org/10.1177/0049124189017003004

Bucci, A., Calcagno, R., Tiago, S. M., Sequeira, N., Simone, „ , & Tiago, M. (2023). *FINANCIAL LITERACY, HUMAN CAPITAL AND LONG-RUN ECONOMIC GROWTH*.

Byrne, Barbara M. (2022) Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming / Barbara M. Byrne. -- 2nd ed.

Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. Finance Research Letters, 58. https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438

CMVM.(2023).Entidades autorizadas (2023). Acedido em 23 de Março de 2024 em: https://investidor.cmvm.pt/PInvestidor/Content?Input=07D419590495176787CBC8290D95B30F1235C4ACE874EA8E408B180D23294F55

Commission, E., for Financial Stability, D.-G., Services, F., & Markets Union, C. (2023). *European Financial Stability and Integration Review 2023*. https://europa.eu/!hywqdP

Commission, E. (2022). COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT Report on the current framework for qualification of financial advisors in the EU and assessment of possible ways forward. https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12755-Retail-Investment-

Collard, S., de La Mata, A., Frade, C., Kempson, E., Leskinen, J., Lopes, C., Gianni, N. M., Didier, N., Raijas, N. A., & Selosse, C. (2006). *Consumer Financial Capability: Empowering European Consumers*. http://www.ecri.be/HTM/research/capability.htm.Website:www.ecri.be

Demertzis, M., L. Lery Moffat, A. Lusardi and J. Mejino Lopez (2024) 'The state of financial knowledge in the European Union', *Policy Brief* 04/2024, Bruegel

Diederick Van Thiel, & Fred Van Raaij. (2017). Explaining Customer Experience of Digital Financial Advice. *Economics World*, *5*(1). https://doi.org/10.17265/2328-7144/2017.01.007

DIGITAL FINANCIAL LITERACY GUIDELINE NOTE 2. (2021). AFI_Guideline45_Digi_Finance_Literacy_aw5.pdf (afi-global.org)

Egan, Mark and Matvos, Gregor and Seru, Amit, The Market for Financial Adviser Misconduct (September 1, 2017). Journal of Political Economy, Forthcoming, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2739170 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2739170

Estratégia de LF Digital para Portugal | Portal do Cliente Bancario (bportugal.pt)

European Consumer Payment Report 2023. (Intrum).

European Comission (2022). Overview of digital finance. Acedido em 12 de Junho de 2024 em: https://finance.ec.europa.eu/digital-finance/overview-digital-finance_en

Field, A. P. (2009). Discovering statistics using SPSS: (and sex and drugs and rock "n" roll). 3RD edition. SAGE Publications.

Fischer, Rene and Gerhardt, Ralf, Investment Mistakes of Individual Investors and the Impact of Financial Advice (August 23, 2007). 20th Australasian Finance & Banking Conference 2007 Paper, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1009196 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1009196

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50. https://doi.org/10.2307/3151312

Fornero, E., & lo Prete, A. (2023). Financial education: From better personal finance to improved citizenship. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, *1*(1), 12–27. https://doi.org/10.1017/flw.2023.7

Greenlaw, C., & Brown-Welty, S. (2009). A comparison of web-based and paper-based survey methods: Testing assumptions of survey mode and response cost. Evaluation Review, 33(5), 464–480. https://doi.org/10.1177/0193841X09340214

Graham, J. M., Guthrie, A. C., & Thompson, B. (2003). Consequences of not interpreting structure coefficients in published CFA research: A reminder. *Structural Equation Modeling*, *10*(1), 142–153. https://doi.org/10.1207/S15328007SEM1001_7

Gennaioli, N., Shleifer, A., & Vishny, R. (2015). Money doctors. *Journal of Finance, 70*(1), 91–114. https://doi.org/10.1111/jofi.12188

Garth, A. (2008). Sheffield Hallam University - Analysing data using SPSS.

Garver, M.S. and Mentzer, J.T. (1999), Logistics research methods: Employing structural equation modelling to test for construct validity. *Journal of Business Logistics*, 20(1), pp. 33-57.

Hair Jr., J. F., Gabriel, M. L. D. da S., & Patel, V. K. (2014). Modelagem de Equações Estruturais Baseada em Covariância (CB-SEM) com o AMOS: Orientações sobre a sua aplicação como uma Ferramenta de Pesquisa de Marketing. *Revista Brasileira de Marketing*, *13*(2), 44–55. https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2718

Hair, Jr. J. F., Black, W. C., & Sant'Anna, A. Schlup. (2009). *Análise multivariada de dados (6a. ed.).* Grupo A - Bookman.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*.

Hilgert, M. A., & Hogarth, J. M. (2003). Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior. www.nefe.org/amexeconfund/index.html

Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. Journal of Consumer Affairs, 44(2), 296–316. https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x

Hogarth, Jeanne M. and Hilgert, Marianne A. "Financial Knowledge, Experience, and Learning Preferences: Preliminary Results from a New Survey on Financial Literacy." Paper published in the Consumer Interest Annual, Proceedings of the American Council on Consumer Interests 2002 Annual Conference, March, 2002. Available online at http://www.consumerinterests.org/public/articles/\public\articles\FinancialLiteracy-02.pdf

Jhonson, B. (2023). Rike Andriani 2), Irma Noviana 3) , Dewi Tamara 4) 1,2,3) Student of Magister Management. Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR), 6(2). THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY ON FINANCIAL WELL-BEING THROUGH SPENDING, SAVING, AND INVESTMENT BEHAVIOR IN INDONESIA. https://doi.org/10.22437/jbsmr.v6i2.24793

Jiménez-Castillo, D., & Sánchez-Fernández, R. (2019). The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their impact on engagement, expected value and purchase intention. *International Journal of Information Management*, *49*, 366–376. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.009

Joo, S.-h., & Grable, J. E. (2004). An Exploratory Framework of the Determinants of Financial Satisfaction. *Journal of Family and Economic Issues*, *25*(1), 25–50. https://doi.org/10.1023/B:JEEI.0000016722.37994.9f

Jappelli, T., & Padula, M. (2013). Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking and Finance*, *37*(8), 2779–2792. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.03.019

Kaiser, H.F. An index of factorial simplicity. Psychometrika 39, 31–36 (1974). https://doi.org/10.1007/BF02291575

Khan, M. S., et al 2024 Azad, I., Moosa, S., & Javed, M. Y. (2024). Do we really need financial literacy to access the behavioral dynamics of generation Z? A case of Oman. *Heliyon*, *10*(13). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32739

Kline, R. B. (2023). Principles and practice of structural equation modeling. (4th edition) Guilford publications.

Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age—A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, *57*(1), 507–528. https://doi.org/10.1111/joca.12510

Kramer, M. M. (2011). *Financial Advice and Individual Investor Portfolio Performance Forthcoming: Financial Management, 2012*.https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2012.01185.x

Kumar, P., Pillai, R., Kumar, N., & Tabash, M. I. (2023). The interplay of skills, digital financial literacy, capability, and autonomy in financial decision making and well-being. Borsa Istanbul Review, 23(1), 169–183. https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.09.012

Levesque, N., & Pons, F. (2023). Influencer Engagement on Social Media: A Conceptual Model, the Development and Validation of a Measurement Scale. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 18(4), 1741–1763. https://doi.org/10.3390/jtaer18040088

Li, B., & Xu, Z. (2021). Insights into financial technology (FinTech): a bibliometric and visual study. In Financial Innovation (Vol. 7, Issue 1). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1186/s40854-021-00285-7

Li, H., & Yang, S. (2023). The Road to Common Prosperity: Can the Digital Countryside Construction Increase Household Income? *Sustainability (Switzerland)*, *15*(5). https://doi.org/10.3390/su15054020

Lin, C. A., & Bates, T. C. 2022. Smart people know how the economy works: Cognitive ability, economic knowledge and financial literacy. *Intelligence*, *93*. https://doi.org/10.1016/j.intell.2022.101667

Loonen, A.J.C.C.M., 2006, "Een Kwestie van Vertrouwen," ISBN: 9067204048. Doctoral Dissertation, University of Amsterdam.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The Importance of Financial Literacy: Opening a New Field. Journal of Economic Perspectives, 37(4), 137–154. https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2006). Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education Programs. DOI: 10.2145/20070104

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2006). Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education Programs. DOI: 10.2145/20070104

Lusardi, A. (2008). Financial literacy: An essential tool for informed consumer choice? Standard-Nutzungsbedingungen. DOI 10.3386/w14084

Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). Debt Literacy, Financial Experiences, and Overindebtedness. DOI 10.3386/w14808

Lusardi, A., Mitchell, O. S., Alesina, A., Alessie, R., Botticini, M., Campbell, J., Caplin, A., Chan, S., Engelhardt, G., Gustman, A., Hurd, M., Kapteyn, A., Mastrogiacomo, M., Ofstedal, M. B., Rodgers, W., Snyder, C., van Rooij, M., van Soest, A., Helpful, S. U., & Washington, G. (2011). *NBER WORKING PAPER SERIES FINANCIAL LITERACY AND PLANNING: IMPLICATIONS FOR RETIREMENT WELLBEING Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. DOI 10.3386/w17078

Lucas-Alfieri, D. (2015). Marketing the 21st century library: the time is now. Chandos Publishing.

Lyons, Angela and Kass-Hanna, Josephine, A Multidimensional Approach to Defining and Measuring Financial Literacy in the Digital Age (June 24, 2021). Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=3873386 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3873386

Marina Marconi, Eva Lakatos_(2010) Fundamentos de metodologia científica. 8th edição. Publicação Atlas

Maroco, J (2021). Análise de Equações Estruturais: Fundamentos Teóricos, Software e Aplicações (3ª Ed). Report Number.

Collins, J. Michael, Financial Advice: A Substitute for Financial Literacy? (2012). Financial Services Review, Vol. 21, No. 4, 307-322, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2046227 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2046227

Morgan, P. J., Trinh, L. Q., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The need to promote digital financial literacy for the digital age (issue June 2019) MHL_PB2019_NeedtoPromoteDigitalFinancialLiteracyfortheDigitalAge. (n.d.).

Moore, Danna (2003), “Survey of Financial Literacy in Washington State: Knowledge, Behavior, Attitudes, and Experiences,” Technical Report n. 03-39, Social and Economic Sciences Research Center, Washington State University. DOI: 10.13140/2.1.4729.4722

Muñoz-Murillo, M., Álvarez-Franco, P. B., & Restrepo-Tobón, D. A. (2020). The role of cognitive abilities on financial literacy: New experimental evidence. *Journal of Behavioral and Experimental Economics, 84*. https://doi.org/10.1016/j.socec.2019.101482

OECD (2022), Evaluation of National Strategies for Financial Literacy https://www.oecd.org/financial/education/evaluation-of-national-strategies-for-financial-literacy.htm

OECD, Recommendation of the Council on Financial Literacy, OECD/LEGAL/0461 (2020)

OECD (2020), OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy. www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeglobalfinancialliteracysurveyreport.htm

OECD (2023) A Digital Financial Literacy Strategy for Portugal, https://www.oecd.org/finance/financial-education/a-digital-financial-literacy-strategy-for-portugal.htm.

Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. Borsa Istanbul Review, 18(4), 329–340. https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003

Orcan, F. (2018). Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Which One to Use First? *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, *9*(4), 414–421. https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003

Pham, M. H., Nguyen, H., Young, M., & Dao, A. (2024). Who Keeps Company with the Wolf will Learn to Howl: Does Local Corruption Culture Affect Financial Adviser Misconduct? *Journal of Business Ethics*. https://doi.org/10.1007/s10551-024-05618-x

PRESS RELEASE Gen Z investing for a head start on financial life goals. (2024). www.blackrock.com/corporate. Lloyds Bank

Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business and Information Systems Engineering*, *59*(1), 69–76. https://doi.org/10.1007/s12599-017-0464-6

Pires, V., & Trez, G. (2018). Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance. *Revista de Gestao*, *25*(1), 47–64. https://doi.org/10.1108/REGE-11-2017-005

Pinto J., Abreu T. (2022) "Influenciadores digitais e as novas regras da intermediação financeira" ECO Sapo. Acedido em 23 de Março de 2024 em: "Influenciadores digitais e as novas regras da intermediação financeira – ECO (sapo.pt)

Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, *23*(1), 78–94. https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205)

Rahman, A., & Muktadir, Md. G. (2021). SPSS: An Imperative Quantitative Data Analysis Tool for Social Science Research. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, *05*(10), 300–302. https://doi.org/10.47772/ijriss.2021.51012

Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. Journal of Consumer Affairs, 44(2), 276–295. https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x

Si, K., Jalees, T., Zaman, S. I., Alam, S. H., & Khan, S. (2023). The role communication, informativeness, and social presence play in the social media recruitment context of an emerging economy. Cogent Business & Management, 10(3). https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2251204

Shapira, Z., & Venezia, I. (2001). Patterns of behavior of professionally managed and independent investors. In *Journal of Banking & Finance* (Vol. 25). https://doi.org/10.1016/S0378-4266(00)00139-4

Schreiber, J. B. (2021). Issues and recommendations for exploratory factor analysis and principal component analysis. In *Research in Social and Administrative Pharmacy* (Vol. 17, Issue 5, pp. 1004–1011). Elsevier Inc. https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.07.027

The Global Findex Database 2017. (n.d.). World Bank Document https://documents1.worldbank.org/curated/en/332881525873182837/pdf/126033-PUB-PUBLIC-pubdate-4-19-2018.pdf

Van Raaij, W. F. (2016). *Understanding consumer financial behavior: Money management in an age of financial illiteracy*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-54425-4

Valaskova, K., Bartosova, V., & Kubala, P. (2019). Behavioural Aspects of the Financial Decision-Making. Organizacija, 52(1), 22–31. https://doi.org/10.2478/orga-2019-0003

Vieira, K. M., Moreira Júnior, F. D. J., & Potrich, A. C. G. (2020). Measuring financial literacy: proposition of an instrument based on the Item Response Theory. *Ciência e Natura*, *42*, e38. https://doi.org/10.5902/2179460x39864

Vitt, L. A., Director Carol Anderson, P., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., Ward, J., Adkins, J., Arnone, B., Bradley, J., Brennan, P., Conover, D., Garman, T., Garnett, K., Graham, F., Hass, S., Herrmann, S., Jurney, T., Laffargue, J., McLamar, S., … Templeton, I. (n.d.). Personal Finance and the Rush to Competence: Financial Literacy Education in the U.S. ACKNOWLEDGMENTS AND DEDICATION. www.ISFS.org

Wang J. Q., Yin Z. C. & Jiang J. L. (2023). The effect of the digital divide on household consumption in China. International Review of Financial Analysis, 87. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.102593

Whittaker, T. A. (2012). Using the modification index and standardized expected parameter change for model modification. The Journal of Experimental Education, 80(1), 26-44. https://doi.org/10.1080/00220973.2010.531299

Wu, C., & Tang, Q. (2019). Reward meritocracy or nepotism: The case of independent financial advisors appointed by Chinese listed companies. *China Journal of Accounting Research*, *12*(3), 315–335. https://doi.org/10.1016/j.cjar.2019.03.001

Yang, J., Wu, Y., & Huang, B. (2023). Digital finance and financial literacy: Evidence from Chinese households. *Journal of Banking and Finance*, *156*. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.107005

Ying, Z., Cheng, D., Chen, C., Li, X., Zhu, P., Luo, Y., & Liang, Y. (2024). Predicting stock market trends with self-supervised learning. *Neurocomputing*, *568*. https://doi.org/10.1016/j.neucom.2023.127033

Yulianti, N., & Silvy, M. (2013). Sikap Pengelola Keuangan Dan Perilaku Perencanaan Investasi Keluarga Di Surabaya. In *Journal of Business and Banking* (Vol. 3, Issue 1).

Questionário

Conteúdos financeiros digitais: Análise dos impactos na Informatividade e Literacia Financeira Digital do Consumidor.

Este questionário enquadra-se numa investigação no âmbito de uma tese de Mestrado em GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES RAMO GESTÃO DE EMPRESAS , realizada no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Os resultados obtidos serão utilizados
apenas para fins académicos (tese de Mestrado).O questionário é anónimo, por isso lhe solicitamos que responda de forma espontânea e
sincera a todas as questões.

1. Gênero

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino
- Não Binário

2. Data de nascimento

Marcar apenas uma oval.

- Antes de 1946
- Entre 1946 - 1965
- Entre 1966 - 1980
- Entre 1981 - 1994
- Entre 1995 - 2012

3. Educação

Marcar apenas uma oval.

- Ensino básico
- Ensino secundário / profissional
- Formação universitária Licenciatura
- Formação universitária Mestrado
- Formação universitária Doutoramento
- Outro

4. Situação Profissional

Marcar apenas uma oval.

- Desempregado
- Trabalhador dependente em tempo parcial
- Trabalhador dependente em tempo integral
- Empreendedor / Trabalhador Independente
- Reformado
- Estudante

5. Rendimento liquido médio mensal

Marcar apenas uma oval.

- Sem rendimentos
- < 751€
- 751 - 1000 €
- 1001 - 1250 €
- 1251 - 1500 €
- 1501 - 1750 €
- 1751 - 2000 €
- > 2000 €

6. Já experimentou algum produto financeiro recomendado por um influenciador financeiro digital?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não tenho interesse neste tema

7. Costuma pesquisar ou verificar as informações fornecidas pelos influenciadores financeiros digitais antes de tomar uma decisão financeira?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não tenho interesse neste tema

8. Acredita que os influenciadores financeiros digitais têm um impacto positivo ou negativo na educação financeira das pessoas?

Marcar apenas uma oval.

- Impacto positivo
- Impacto negativo
- Sem impacto significativo

9. Com que frequência consome conteúdo de influenciadores financeiros digitais?

Marcar apenas uma oval.

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente
- Raramente
- Nunca

10. Que tipo de conteúdo gosta de ver dos influenciadores financeiros digitais? Numa escala de 1 a 5 confirme o seu grau de concordância, onde 1 é não tenho interesse e 5 tenho muito interesse

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Dicas práticas de economia doméstica					
Estratégias de investimento					
Análises de tendências de mercado					
Entrevistas com especialistas financeiros					
Educação financeira					
Avaliação de produtos financeiros					

11. Quais as principais características que valoriza nos influenciadores financeiros digitais que acompanha? Escala de 1 a 5, onde 1 é não valorizo e 5 valorizo muito

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Clareza e simplicidade das informações					
Experiência demonstrada na área financeira					
Estilo de comunicação e personalidade					
Consistência nas postagens					

12. Consciencialização Financeira Digital

Fintech - termo referente a empresas que utilizam tecnologia para fornecer serviços financeiros de modo eficiente e inovador (Revolut, Klarna, Coverflex)

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Estou consciente sobre o potencial de risco financeiro no uso de influencers digitais e/ou fintech, como a legalidade do fintech, tx de juros e tx de transação					

Confio nos serviços financeiros digitais, como transações online, pagamentos eletrônicos e bancos digitais.					
É importante a educação financeira para o sucesso financeiro pessoal e das fintech nos dias de					

13. Experiencia financeira digital. Escala de 1 a 5, onde 1 é não tenho nenhuma e 5 tenho muita experiencia.

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Tenho experiencia na utilização de produto e serviço de fintech para pagamento digital					

Tenho experiencia na utilização de produto e serviços de fintech para financiamento (emprestimo) e investimento.					
Tenho experiencia na utilização de produtos e serviços de fintech para gestão de ativos.					

14. Conhecimento financeiro digital. Escala de 1 a 5, onde 1 é não tenho conhecimento e 5 tenho muito conhecimento.

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Tenho um bom conhecimento sobre produtos de pagamento digital, como débito eletronico, crédito eletronico, dinheiro eletronico, banco movel/ internet, carteira eletronica.					
Tenho um bom conhecimento sobre a gestão de ativos e produtos digitais					

Tenho um bom conhecimento sobre os direitos e proteção do cliente, bem como do procedimento de reclamação de serviços financeiros digitais					

15. Numa escala de 1 a 5 confirme o seu grau de concordância, onde 1 é não tenho interesse e 5 tenho muito interesse

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Vejo fotos de influenciadores digitais sobre literacia financeira digital, mas apenas de influenciadores credenciados					
Leio posts de influenciadores sobre literacia financeira, mas apenas de influenciadores credenciados					
Assisto vídeos de influenciadores sobre literacia financeira digital, mas apenas de influenciadores credenciados					

Recomendo apenas os influenciadores credenciados sobre literacia financeira digital					

16. Numa escala de 1 a 5 confirme o seu grau de concordância, onde 1 é não tenho interesse e 5 tenho muito interesse

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Vejo fotos de influenciadores independentes sobre literacia financeira digital					
Leio posts de influenciadores independentes sobre literacia financeira digital					
Assisto videos de influenciadores independentes sobre literacia financeira digital					
Recomendo os influenciadores independentes sobre literacia financeira digital					

17. Numa escala de 1 a 5, classifique o quanto confia nas informações fornecidas por influenciadores financeiros digitais?

Marcar apenas uma oval.

- 1 - Nada confiável
- 2 - Pouco confiável
- 3 - Neutro
- 4 - Confiável
- 5 - Muito confiável

18. Quais são os principais canais ou plataformas onde costuma acompanhar esses influenciadores?

Marcar tudo o que for aplicável.

- [ ] Youtube
- [ ] Instagram/Facebook
- [ ] Televisão
- [ ] Páginas de web do tema
- [ ] Não acompanho nenhum tipo de canal sobre literacia financeira

19. Devia existir uma creditação para influenciadores financeiros digitais por entidades competentes, tais como CMVM, Banco de Portugal?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não tenho interesse neste tema

20. Indique o grau de concordância de 1 a 5 no qual 1 é nada importante e 5 é muito importante.

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
O respeito pela tradição é importante para mim					
Planeio a longo prazo					
A herança familiar é importante para mim					
Trabalho duro para ter sucesso no futuro					
Não me importo de abdicar de diversão hoje para ter sucesso no futuro					
Os valores tradicionais são importantes para mim					
A persistencia é importante para mim					