

BANCA DIGITAL: do Multibanco ao Homebanking

Julho, 2007

flash report



OberCom

Investigação e Saber em Comunicação

BANCA DIGITAL: do Multibanco ao Homebanking

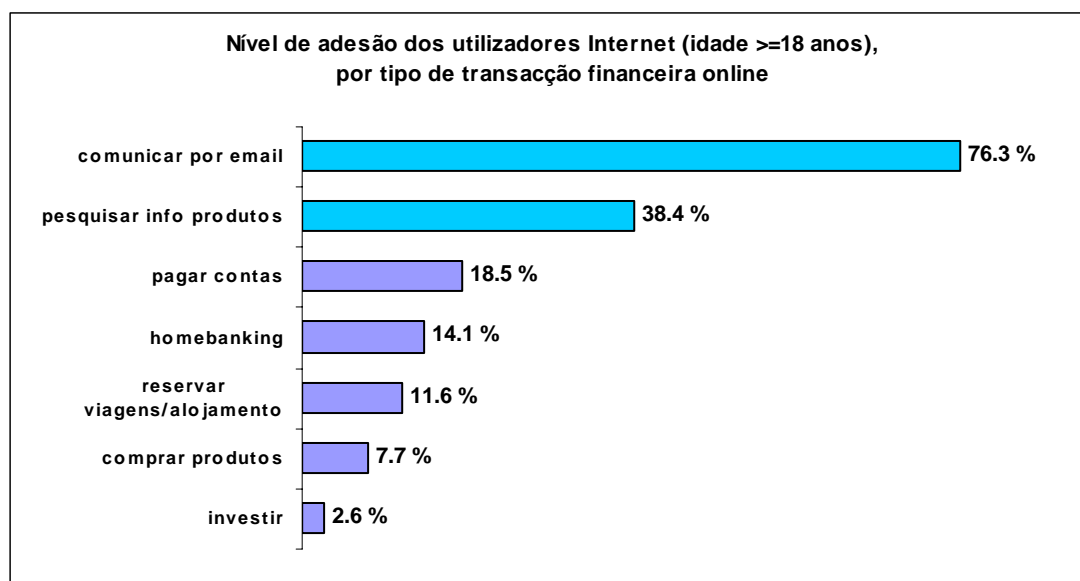
Rita Cheta
OberCom 2007

Quais os níveis de adesão às transacções financeiras electrónicas entre os utilizadores da Internet com idade igual ou superior a 18 anos? Que relação estabelecem os indivíduos com a banca online? Sobressaem diferenças quando se comparam os níveis de adesão ao Internet banking versus Multibanco? Qual o perfil dos actuais e potenciais utilizadores de banca online e comércio electrónico?

Estas são questões às quais procuraremos dar resposta neste Flash Report dedicado à leitura dos dados do bloco temático sobre Compras e Transacções Financeiras Electrónicas, incluído no Inquérito “Sociedade em Rede em Portugal 2006”.¹

1. TRANSACÇÕES FINANCEIRAS ONLINE

Considerando globalmente o conjunto das transacções financeiras online utilizadas regularmente pelos utilizadores da Internet maiores de 18 anos, conclui-se que são relativamente baixas, com níveis de utilização entre 18.5% e 2.6%, especialmente quando comparados com a pesquisa de informação de produtos e serviços online (38.4%) e a comunicação por email (76.3%).



¹ Nota Metodológica:

Os resultados apresentados foram recolhidos através de um inquérito por questionário a uma amostra representativa da população portuguesa, de 2 mil indivíduos, com 8 ou mais anos, residentes em Portugal Continental, no âmbito de um estudo sobre a Sociedade Portuguesa em Rede 2006 (CIES-ISCTE), com coordenação de Gustavo Cardoso (Cardoso, Espanha e Gomes, A Sociedade em Rede em Portugal 2006). O trabalho de campo foi realizado pela MetrisGfK, durante o 2º trimestre de 2006.

Dada a natureza das questões que constituem o tema do presente Flash Report, utilizaram-se dados da subamostra representativa para os indivíduos com idade igual ou superior a 18 anos (n=1755), e dentro desta, a subamostra dos indivíduos com 18 ou mais anos que se autodeclararam utilizadores da Internet (n=510, que representam 29% da subamostra).

Especificando o tipo de transacções online utilizadas regularmente por aqueles que usam a Internet, o pagamento de contas é a transacção mais utilizada (entre 18.5%), seguido do homebanking (14%), com valores superiores ao comércio electrónico, enquanto os investimentos em acções e fundos é a transacção menos utilizada (2.6%).

Deste modo, a gestão corrente de contas parece ganhar prioridade nas transacções online, suplantando claramente a adesão ao comércio electrónico e os investimentos online.

Neste sentido, seria interessante questionar porque motivos os utilizadores de internet parecem resistir mais à mudança nos hábitos de compras do que à adesão aos serviços bancários e gestão de contas online?

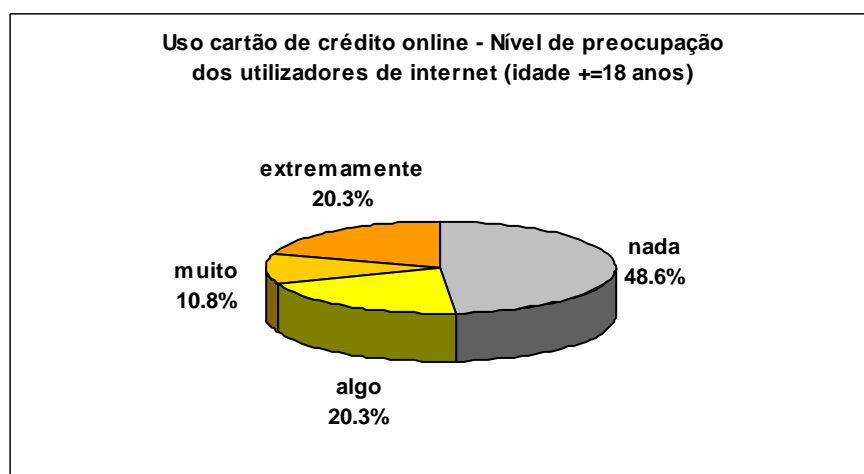
Será que a baixa taxa de adesão ao comércio online encontra explicação em questões de segurança na utilização do cartão de crédito através da Internet, ou outros factores mais genéricos relacionados com a segurança da informação e dados pessoais na rede?

Será que as contrapartidas em termos do custo dos serviços e tempo dispendido são percebidos pelos indivíduos como mais compensadores para os serviços do que para os produtos?

Neste Flash Report iremos circunscrever a análise mais detalhada apenas ao sector da banca online, um dos sectores que se tem revelado paradigmático quer pelo lado da oferta (com inúmeras vantagens em termos preço, sistema segurança, interactividade), quer pelo crescimento rápido no lado da procura. Analisaremos, ainda, as potencialidades de crescimento das taxas de adesão por perfil de utilizador.

Relativamente à regularidade das transacções financeiras efectuadas online, os indivíduos declararam uma regularidade semanal para o pagamento de contas e o acesso aos serviços de homebanking, por contraste com a ocasionalidade das compras online, as reservas de alojamento e viagens e os investimentos em acções e fundos. Quando questionados directamente sobre a sua adesão ao comércio electrónico, em termos da mudança de hábitos de compras de produtos e serviços dos locais habituais para a rede, a esmagadora maioria dos inquiridos (cerca 92%) responde que os seus hábitos de compras não se alteraram, continuando a realizá-las nos locais tradicionais e em quantidades semelhantes às anteriormente efectuadas.

Quanto às preocupações relacionadas com a segurança da informação e dados pessoais ao utilizar o cartão de crédito online para efectuar compras de produtos e serviços online, as opiniões dos utilizadores da Internet dividem-se. Aproximadamente metade destes não se preocupa com o assunto, enquanto a outra metade revela vários graus de preocupação desde o extremamente preocupado (20%), muito preocupado (11%) e o algo preocupado (20%).



Na realidade, uma percentagem muito baixa de inquiridos (0.8%) declarou já terem sido roubadas informações do seu cartão de crédito. Apesar da prática de fraude ser muito baixa, a percepção do risco/insegurança da rede é média-alta entre os inquiridos, pelo que tendem a restringir o seu uso do cartão de crédito online.

São igualmente muito reduzidos os casos de ocorrência declarada de outros problemas relacionados com a segurança da informação: ser contactado a pedir dados pessoais (9%); ser contactado para pedir dados da conta bancária (3%); comprar um produto mal apresentado na internet (1.6%); receber mensagens abusivas/obscenas (16.5%). O problema com maior ocorrência é a introdução de vírus no computador (36%)

Por outro lado, quando se analisa os níveis de adesão às transacções financeiras online, à luz da antiguidade de utilização da internet por parte dos indivíduos (medida em anos de uso da Internet), conclui-se que existe uma clara diferenciação na realização regular de transacções online entre utilizadores 'iniciados' e 'veteranos' da internet. Quanto maior a longevidade no uso da internet, maior a taxa de transacções realizadas online.

Taxa de adesão dos utilizadores de Internet por tipo de transacção online realizada regularmente, segundo a antiguidade no uso da internet

Tipo de Transacções Online	Anos de uso da Internet			
	2 anos 'iniciados'	2-5 anos 'regulares'	5-10 anos 'consolidados'	+ 10 anos 'veteranos'
Pagar contas	14.7	19.1	21.4	33.3
Banca / Homebanking	11.4	14.2	16.7	25.0
Reservar viagens/alojamento	7.4	11.8	14.8	33.3
Comprar produtos	6.0	6.8	10.3	25.0
Investir em acções/ fundos	2.7	0.9	5.1	12.5
% amostra	37.3	41.2	20.2	1.3

Entre os 'veteranos' da Internet, cerca de 1/3 já paga contas e reserva viagens/alojamento online e 1/4 compra produtos e usa serviços bancários regularmente. Estas percentagens decrescem para valores entre 10-20% entre os utilizadores 'consolidados' e os utilizadores 'regulares', e para 6-15% entre os 'iniciados'. Se atendermos ao facto que a maioria da população portuguesa se encontra nas categorias 'iniciados' (37%) e 'regulares' (41%), o panorama actual da adesão regular ao comércio electrónico é ainda tímido, embora com potencialidades de crescimento.

Especificando o tipo de transacções online utilizadas regularmente por aqueles que usam a Internet, e considerando a antiguidade no acesso à rede, o pagamento de contas é a transacção mais utilizada (entre 15-33%), enquanto os investimentos em acções e fundos é a transacção menos utilizada (entre 1-13%).

Entre os restantes tipos de transacção electrónica, os serviços disponibilizados pela banca online revelam valores particularmente interessantes, não só pelo facto de serem relativamente recentes quando comparados com o comércio electrónico, como também por ser o tipo de transacção electrónica que apresenta uma das menores diferenças da taxa de adesão entre os 'utilizadores iniciados' os 'veteranos', e por estar entre os tipos de transacção realizada com maior regularidade, ie, semanalmente por contraste com a maioria das restantes que são utilizadas apenas ocasionalmente (compras online, reservas, investimentos). Iremos abordar este facto mais adiante, quando analisarmos a adesão ao sector da banca online por comparação com o fenómeno de sucesso que constituiu a adesão aos serviços electrónicos do Multibanco em Portugal.

2. BANCA ONLINE

Em Portugal, a banca foi um dos primeiros sectores a perceber o potencial do negócio electrónico e a oferecê-lo aos seus clientes.

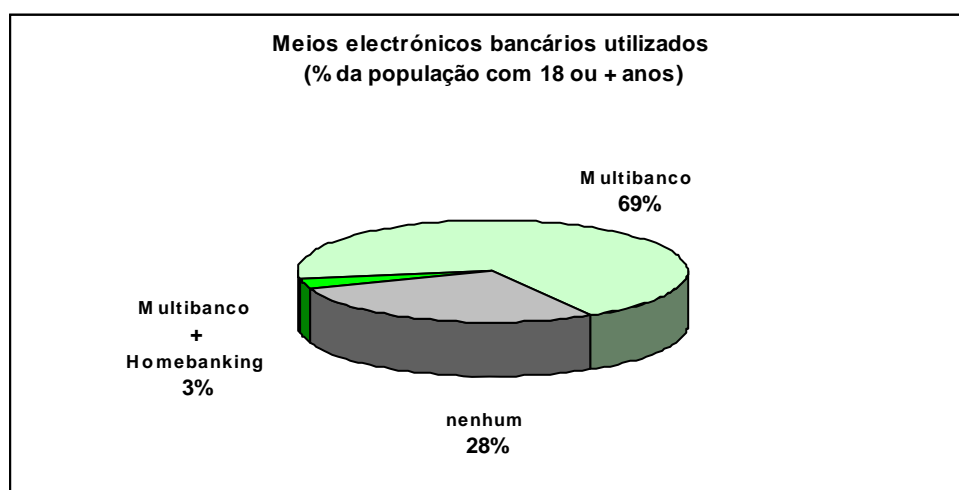
A relação mediada electronicamente dos clientes particulares com o seu banco (e a triangulação dessa relação com entidades públicas ou privadas prestadoras de serviços) não se iniciou com a utilização do Internet Banking, remontando antes à utilização do Multibanco, o qual surgiu em Portugal no ano de 1985.

A utilização de cartões e máquinas automáticas para realizar operações/transacções bancárias está amplamente divulgada no nosso país (meios electrónicos de pagamento). No entanto, verifica-se, em sentido oposto, uma baixa utilização do homebanking decorrente sobretudo da baixa taxa de utilização de computadores e de competências na utilização da Internet, o que limita ainda a adesão aos serviços Homebanking, por contraste com o Multibanco cujos equipamentos e acesso são de acesso público e gratuito.

A banca portuguesa oferece uma vasta rede de pontos de pagamento por cartão de débito e crédito e uma outra rede alargada de equipamentos de serviço automático (vulgo Multibanco), ambas com cobertura nacional, que impulsionou uma mudança muito significativa no modo como clientes e sector bancário se relacionam. A multiplicação exponencial do número de cartões de débito e crédito, a disponibilidade de transacções e operações electrónicas disponíveis 24h por dia e realizadas fora dos bancos (levantar dinheiro, efectuar transferências, pagamentos de bens e serviços, etc.), reduziu as deslocações e o tempo dispendido. A mobilidade e imediatividade associadas aos meios de pagamento electrónicos são claramente uma das suas vantagens mais apelativas. Sabendo que o Homebanking acentua ainda mais estas características, é previsível que uma vez vencidas as **barreiras da literacia tecnológica** – não apenas em termos de acesso como sobretudo em termos de competências de uso de Internet –, as suas taxas de adesão cresçam exponencialmente.

2.1. Internet Banking versus Multibanco. Taxas de utilização e Perfis de Utilizadores

Com base nos dados do Inquérito “Sociedade em Rede em Portugal 2006” realizado no âmbito do CIES-ISCTE, quando contrastamos as taxas de utilização do Multibanco e do Homebanking entre a população portuguesa com idade igual ou superior a 18 anos, verificamos que a difusão do uso do Multibanco é incomparavelmente mais ampla no conjunto da população (quer entre os utilizadores da internet quer, sobretudo, entre os não utilizadores de Internet).



Na população com idade igual ou superior a 18 anos, 72% utilizam Multibanco. Desses, 69% utilizam exclusivamente o Multibanco e apenas 3% utiliza cumulativamente Multibanco e Homebanking. Contudo, ainda existe cerca de um quarto da população (28%) que não utiliza qualquer meio bancário electrónico.

Quem são, então, os indivíduos que não utilizam qualquer meio electrónico bancário?

Os não-utilizadores do Multibanco são sobretudo os indivíduos reformados, com idade superior a 65 anos, detentores de níveis escolaridade muito baixos (até 4ª classe), profissões desqualificadas e mulheres. Contudo, mesmo entre a população em idade activa (entre 18 e 65 anos), a proporção daqueles que não utiliza sequer Multibanco decresce para 17%, um valor não menosprezável. São principalmente trabalhadores manuais e não qualificados, detentores de baixos níveis de escolaridade.

No conjunto dos utilizadores portugueses de internet com idade igual ou superior a 18 anos (os quais representam 29% da população nestas faixas etárias), a taxa de adesão ao Multibanco cresce para 92%. E destes, cerca de metade (54%) autodeclararam-se utilizadores de Homebanking. Complementarmente a esta taxa de adesão ao internet banking, há que considerar como potenciais utilizadores os cerca de 10% de indivíduos que actualmente declaram consultar o site do(s) banco(s) de que são clientes exclusivamente para obter informações e sem efectuar operações através do serviço de homebanking.

Em Portugal, praticamente todas as instituições financeiras possuem serviços de banca acessíveis a partir da Internet, permitindo aos seus clientes acederem a partir de casa ou outro local às suas contas. O tipo e a complexidade das operações permitidas são variados e permitem realizar quase todas as operações que a banca tradicional permite aos seus clientes, particulares ou empresas. Apesar do custo associado aos serviços de Homebanking ser actualmente menor do que o praticado por via tradicional (ao balcão da agência bancária) ou via utilização de cheques, ainda apresenta uma fraca adesão explica sobretudo pela baixa taxa de utilização de computadores e da Internet, o que limita ainda a adesão aos serviços Homebanking. Seguidamente, apresentam-se os dados recolhidos pelo inquérito sobre as taxas de utilização de algumas operações bancárias mais commumente realizadas através do Multibanco (MB) e do Internet Banking (HB), entre os utilizadores destes serviços.

**Quais das seguintes operações bancárias costuma realizar?
Comparação utilizadores de Multibanco (MB) e utilizadores de Homebanking (HB)**

	MB <i>n=1255</i>	HB <i>n=52</i>
Consultar saldos e movimentos	97.1	100.0
Consulta info sobre contas bancárias (NIB, IBAN)	39.6	45.5
Pagamento de serviços	73.5	69.7
Transferências intra-bancárias	16.0	41.6
Transferências inter-bancárias	13.1	42.7
Pagto impostos e/ou segurança social	12.4	17.1
Aplicações financeiras e fundos investimento	n.d.	13.2
Comprar e vender acções	n.d.	11.7
Contactar o gestor de conta, via email	n.d.	4.7

Salienta-se a maior diversidade de operações realizadas pelos utilizadores de Internet Banking, sobretudo ao nível das operações de tipo transaccional (transferências bancárias e pagamentos) e operações de investimento (aplicações financeiras, fundos de investimento, compra e venda de acções).

É contudo interessante registar a baixíssima taxa da uso do email no contexto do Homebanking para contacto com o gestor de conta (apenas 4.7%), sendo preferido o uso de meios mais tradicionais de contacto. Este facto que contrasta com a elevada taxa de penetração do uso de email entre a população portuguesa utilizadora de Internet em geral (74% entre a população utilizadora de internet), onde se destacam outros contextos para o seu uso (por ex. entre colegas trabalho, amigos, familiares; nos pedidos de informações a entidades comerciais e institucionais, etc).

Relativamente ao número de operações realizadas mensalmente, os utilizadores de Homebanking realizam em média maior número de transacções financeiras do que os utilizadores de Multibanco, 4 e 3 respectivamente. Cerca de 30% dos utilizadores de Homebanking realizam 5 ou mais transacções financeiras mensalmente, enquanto esta proporção de apenas 7% entre os utilizadores Multibanco.

2.2. Perfis de Utilizadores – Multibanco versus HomeBanking

Existirão diferenças assinaláveis no perfil sociodemográfico dos utilizadores do Multibanco e do Homebanking?

Actualmente, as principais razões para a não utilização dos serviços de Internet banking, por contraste com a ampla difusão do uso do Multibanco, parecem ser explicadas tendencialmente mais pelas desigualdades no acesso à Internet e à literacia tecnológica, do que por razões de segurança da informação na utilização da Internet. Vejamos os factores de diferenciação social salientados pelo seguinte quadro:

Utilizadores de Multibanco e de Homebanking, e Não Utilizadores – dados sociodemográficos

	Amostra	Multibanco	HomeBanking	Não Utilizadores
Escalão etário*				
18-24	12.9	15.2	9.3	7.2
25-34	19.1	24.2	33.3	5.8
35-44	17.8	22.4	35.2	6.4
45-54	15.4	17.0	14.8	11.2
55-64	14.5	13.1	7.4	18.4
>= 65	20.3	8.0	-	51.0
Sexo				
Masculino	48.0	51.0	61.1	39.1
Feminino	52.0	49.0	38.9	60.9
Nível de habilitações*				
Sem escolaridade	9.4	2.6	-	30.8
4º ano	33.9	26.5	-	49.0
9º ano	37.0	42.5	27.8	14.9
12º ano	14.3	20.6	37.0	3.7
Ensino superior	5.4	7.7	35.2	1.7
Situação perante Emprego*				
Trabalhador	44.7	61.6	88.9	18.7
Desempregado	6.3	7.9	1.9	4.8
Reformado	22.3	13.2	1.9	57.8
Doméstica	10.6	10.3	3.7	16.4
Estudante	16.0	7.2	3.7	2.3
Profissão*				
Dirigentes Estado e Empresas	2.6	3.0	10.2	1.8
Prof Intelectuais e Científicos	2.8	3.6	8.2	0.8
Técnic Profissionais Intermédios	5.4	6.6	18.4	2.3
Administrativos	9.9	11.7	24.5	2.6
Pessoal Serviços e Vendedores	13.0	15.0	14.3	7.8
Trab Manuais Qualificados	27.5	27.7	12.2	27.4
Trab Não Qualific Serv/Comércio	25.2	23.1	12.2	29.8
Trab Manuais Não Qualificados	14.2	9.3	-	27.4

* Relação estatisticamente significativa ($p < 0.001$)

Ao compararmos os perfis sociodemográficos dos utilizadores de Multibanco e de Homebanking, observa-se que os principais factores de diferenciação social são a idade, o nível de habilitações literárias, a condição perante o trabalho e a profissão.

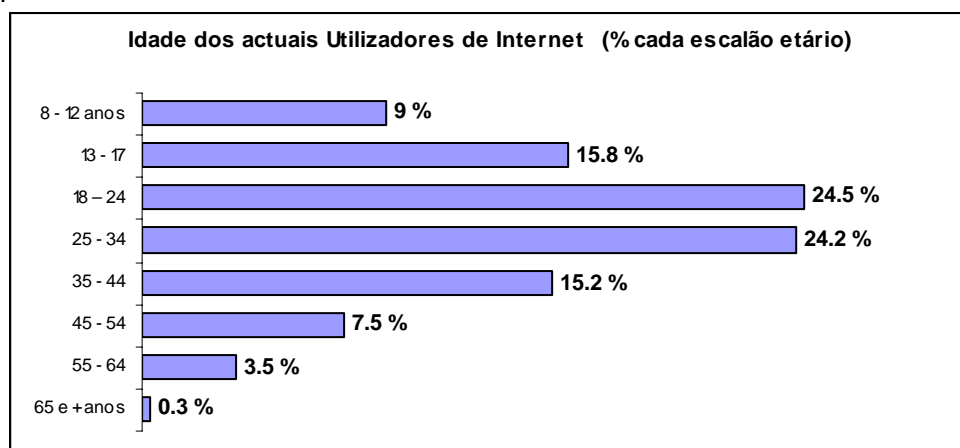
Se compararmos o perfil dos utilizadores Multibanco e de Homebanking com o perfil da amostra, concluímos que o perfil dos utilizadores do Multibanco tem uma distribuição semelhante à dos indivíduos na amostra, ou seja, semelhante ao perfil sociodemográfico da população portuguesa, o que indica uma distribuição ampla e relativamente democratizada do uso do Multibanco.

O mesmo não acontece com os utilizadores de Internet banking, cujo perfil de utilizadores expõe de forma evidente os factores de desigualdade no acesso e competências de utilização da internet: a idade (os indivíduos entre 25 e 44 anos são os principais utilizadores de Homebanking); o sexo (os homens utilizam mais que as mulheres); o grau de escolaridade (indivíduos sem a escolaridade obrigatória não são utilizadores e indivíduos com 12º ano e ensino superior são os principais utilizadores); a situação perante o emprego e a profissão (os trabalhadores activos constituem a grande maioria dos utilizadores e entre estes, as profissões mais qualificadas e administrativas estão fortemente representadas em desfavor das profissões desqualificadas e manuais.

3. ACTUAIS E POTENCIAIS UTILIZADORES DA BANCA e COMÉRCIO ONLINE

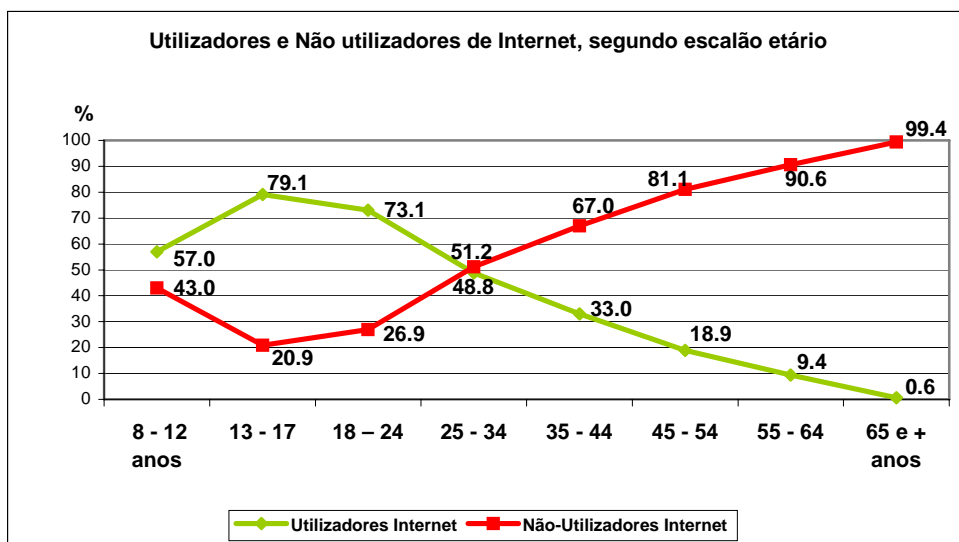
Quando se analisa o uso (actual e futuro) de Internet Banking e das Compras Online é imprescindível contextualizar esse uso no conjunto mais vasto da utilização da Internet, a qual é influenciada por factores como a 'idade', o 'grau de escolaridade' e 'a profissão' dos utilizadores.

Relativamente à idade dos actuais utilizadores da Internet, os escalões etários 18-24 anos e 25-34 anos abrangem cerca de 50% dos actuais utilizadores de Internet. Seguem-se os escalões etários imediatamente adjacentes (13-17 anos e 35-44 anos) os quais somam mais 30% dos utilizadores actuais. Estes quatro escalões (indivíduos entre os 13 e 44 anos) perfazem um total de 80% dos actuais utilizadores de Internet.



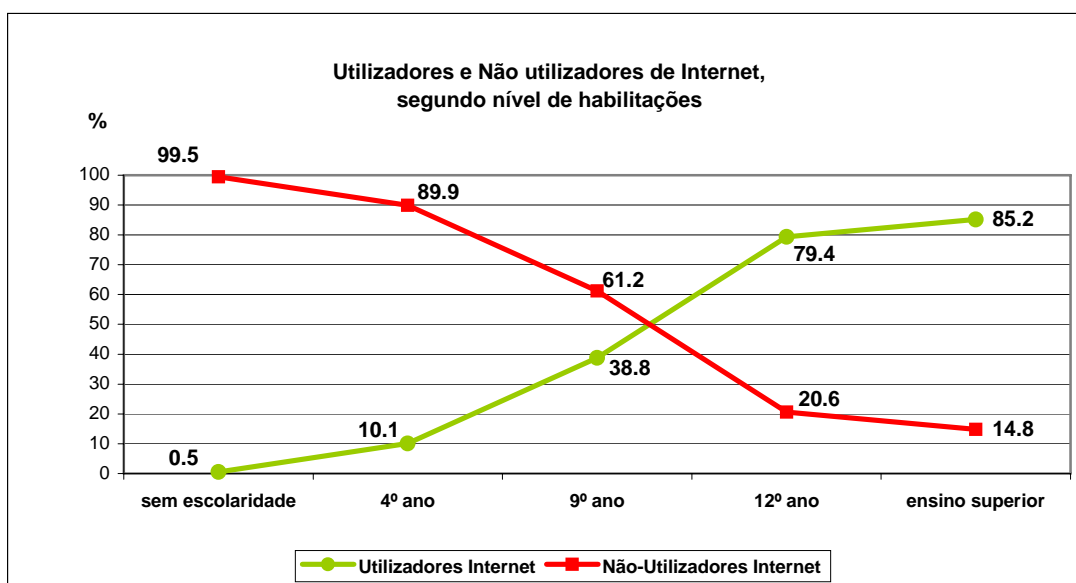
Contudo se analisarmos a relação idade/uso da internet² de forma mais aprofundada, verifica-se que o potencial de utilização futura se localiza é nas faixas mais jovens (13-17 e 8-12 anos), uma vez que uma percentagem maioritária dos indivíduos destas faixas etárias são já utilizadores da Internet, ao contrário do que sucede nas faixas etárias acima dos 35 anos. Conforme se pode observar no gráfico seguinte, nos escalões etários infanto-juvenis e jovens até aos 24 anos, predominam os utilizadores sobre os não-utilizadores (entre 73-79%). Nos escalões acima dos 35 anos predominam os não utilizadores, tendência que se acentua à medida que a idade avança (entre 67% e 99.4% de não utilizadores). O escalão etário de transição é 25-34 anos em que cerca de metade são utilizadores e metade não-utilizadores.

² Relação estatisticamente significativa ($p < 0.001$)



Tendo em conta que não será tanto o acesso tecnológico (acesso ao computador e à internet) mas sobretudo a literacia tecnológica o factor fundamental para ser um utilizador de Homebanking, considera-se que a maioria dos indivíduos nas faixas etárias jovens (13-17 anos e 18-25 anos) constituem potenciais utilizadores da banca online assim como de compras online. Deste modo, serão os responsáveis pelo crescimento exponencial da taxa de utilizadores de Homebanking no curto-médio prazo, assim como os infantis (8-12 anos) no médio-longo prazo.

Relativamente ao grau de escolaridade, níveis mais elevados de habilitações correspondem tendencialmente a níveis mais elevados de utilização da internet/literacia tecnológica. Entre os indivíduos com ensino superior 85% são utilizadores e 79% entre aqueles que completaram o 12º ano. Entre os indivíduos sem escolaridade a utilização internet é praticamente inexistente, entre aqueles que têm 4º ano a taxa utilização é muito baixa (10%) e entre os que possuem o 9º ano esta taxa cresce para 39%.



O 9º ano de escolaridade (actualmente, o grau de escolaridade obrigatória em Portugal) ainda não constitui o ponto de charneira entre utilização e não utilização da internet. No futuro próximo, o grau de escolaridade obrigatório tenderá a constituir esse limiar mínimo

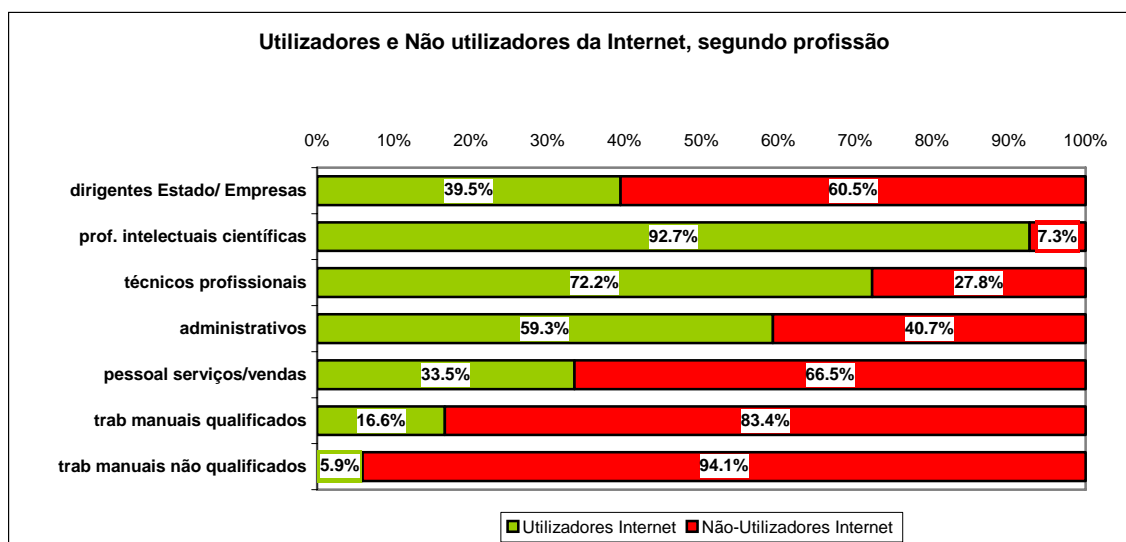
entre utilização e não utilização, prevendo-se que a percentagem dos utilizadores suplante os não utilizadores.

Relativamente à profissão, esta variável está fortemente interligada com a variável nível de habilitações e com as qualificações profissionais dos indivíduos. Tendencialmente maiores níveis de habilitações e qualificação profissional denotam maiores taxas de utilização da Internet. Inversamente entre os trabalhadores não qualificados e manuais.

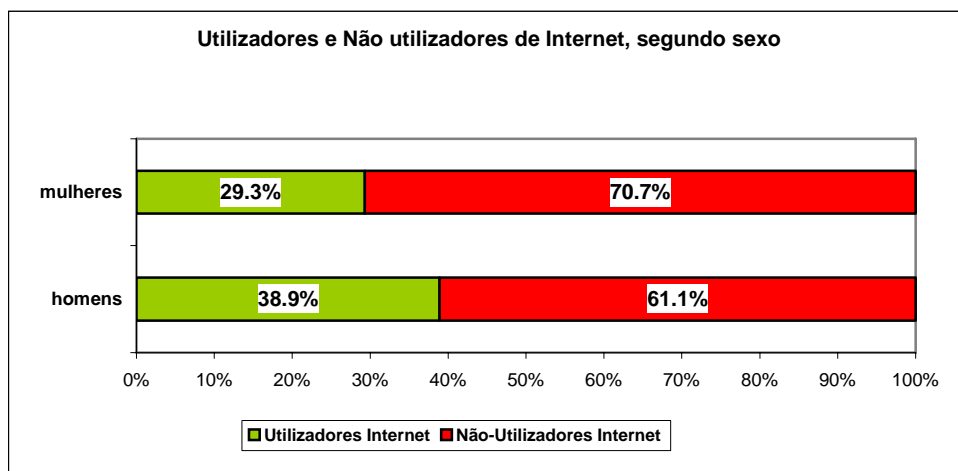
Neste sentido, os maiores níveis de utilização da Internet são por parte dos profissionais intelectuais e científicos (92.7% destes são utilizadores), dos profissionais técnicos de nível intermédio (destes 72% são utilizadores) e dos administrativos (59% destes são utilizadores).

Entre os Não Utilizadores predominam os trabalhadores manuais qualificados ou não-qualificados (83% e 94% destes respectivamente), os trabalhadores qualificados e não qualificados do comércio e serviços (entre 67% e 78% destes respectivamente).

Uma categoria híbrida é constituída pelos dirigentes do Estado e Empresas, na qual convergem indivíduos com elevados níveis de habilitações e qualificações a par de indivíduos com baixos níveis de habilitações e qualificações. Consequentemente, nesta categoria ainda predominam os não utilizadores de Internet (cerca de 61%).



A variável sexo do inquirido não é uma variável diferenciadora entre utilizadores e não utilizadores, ao contrário do que acontece com as variáveis idade e escolaridade. Quer entre os homens quer entre as mulheres, a maioria ainda não utiliza a Internet.



CONCLUSÃO

Quando analisado do ponto de vista do uso de meios electrónicos bancários que é feito pela população portuguesa, actualmente o sector da Banca parece funcionar em três linhas paralelas:

- **Os utilizadores da banca digital** (internet banking) – aqueles que privilegiam uma relação com a banca mediada electronicamente e aderem rapidamente às inovações tecnológicas nos serviços bancários (internet banking). Este grupo ainda tem uma expressão muito residual no conjunto da população portuguesa. Mas é um grupo em franco crescimento entre a população utilizadora regular da Internet. São os indivíduos que sobrevalorizam a desterritorialização, a mobilidade, e a atemporalidade da relação com a banca. É previsível que venha a cecer exponencialmente no médio prazo devido à adesão das gerações mais jovens familiarizadas com Internet.
- **Os utilizadores da primeira geração meios electrónicos bancários** (multibanco) – aqueles que preferem uma relação com a banca mediada electronicamente através dos meios electrónicos gratuitos e de ampla difusão e implementação territorial (ATMs, Multibanco). Este grupo é esmagadoramente maioritário, e é previsível que se mantenha fortemente expressivo entre a população portuguesa enquanto os factores estruturais condicionantes do acesso e aquisição de competências de literacia tecnológica não se alterarem e, por consequência, os níveis de utilização da Internet no conjunto da população não crescerem acentuadamente. Por outro lado, é um indicador de que novos serviços bancários tendencialmente gratuitos e de ampla difusão territorial poderão ter uma taxa de adesão elevada e transversal à população.
- **Os utilizadores da banca convencional** – aqueles que se relacionam com a banca de modo exclusivamente presencial, através da visita periódica ou ocasional à agência bancária. Actualmente, este grupo dos resistentes à utilização de meios electrónicos bancários é ainda expressivo mas tenderá a diminuir futuramente, devido ao forte peso de população envelhecida neste grupo. Contudo, o factor ‘nível de habilitações’ não deve ser esquecido, uma vez que os baixos níveis de habilitações revelam-se um forte condicionador da adesão a serviços mediados tecnologicamente, bancários ou outros.

Entre as práticas diárias de uso de serviços por parte da população portuguesa, a relação com a banca é um excelente medidor da penetração das tecnologias de informação. Tal acontece porque a rede bancária, ou seja, a rede física e de relações constituída pela relação entre utentes e banca, é uma rede de sustentação da própria sociedade em rede. Nas sociedades informacionais quase todas as actividades estão relacionadas com transacções directas ou indirectas de carácter monetário, pelo que as redes bancárias constituem um exemplo fundamental para a percepção da realidade social e económica na sociedade em rede.

Ficha Técnica

Título	BANCA DIGITAL: do Multibanco ao Homebanking
Coordenador Científico	Gustavo Cardoso
Investigadores	Rita Cheta e Gustavo Cardoso
Coordenação Editorial	Rita Espanha



OBERCOM - Observatório da Comunicação
Palácio Foz - Praça dos Restauradores
1250-187 LISBOA

e-mail: obercom@obercom.pt
tel.: 213221319
fax.:213221320
<http://www.obercom.pt>