



Eduardo H. Diniz
FGV-EAESP
eduardo.diniz@fgv.br

Celular banking

DEPOIS DAS FRUSTRADAS TENTATIVAS DE POPULARIZAR O CELULAR COMO CANAL BANCÁRIO, REALIZADAS NO INÍCIO DOS ANOS 2000, HÁ UMA NOVA ONDA DE SERVIÇOS FINANCEIROS PELO CELULAR

O impulso dos novos serviços surgiu de uma conjunção de fatores, como a evolução da tecnologia, particularmente com o lançamento iminente da tecnologia 3G (terceira geração), e o crescimento constante do número de linhas disponíveis no mercado. Isso tem animado os bancos e muitos deles voltaram a se interessar em ofertar serviços pelo celular.

Entretanto, como já havia sido alertado pela revista *The Economist* há cerca de um ano, talvez a melhor oportunidade para fazer acelerar o uso do celular como canal de acesso a serviços financeiros esteja com a população de baixa renda, cada vez mais equipada com celulares e, na maioria das vezes, sem conta em bancos.

Em 2005, o número total de celulares no Brasil chegou a 86 milhões. Até o final de 2007, acredita-se que tenhamos alcançado a marca de 115 milhões de aparelhos. Contudo, nem os mais otimistas com o desempenho de nossa economia acreditam que, nesse mesmo período, a população empregada (formal ou informalmente) tenha aumentado de forma equivalente.

Ora, se compararmos esses números com os da bancarização no país no mesmo período, o contraste será gritante. Tomando como base os quase 90 milhões da população economicamente ativa, estima-se que um terço, pelo menos,

não tenha conta em banco. Ou seja, é possível dizer que há milhões de brasileiros, economicamente ativos, que possuem celular mas não têm conta em banco. Moral da história: essas pessoas têm demanda reprimida por serviços financeiros e já possuem um canal apropriado para obtê-los, o celular.

Entretanto, uma pesquisa da Forrester Research de 2007 revela que, nos EUA, mais de 70% das pessoas que possuem celulares não estão interessadas em utilizá-lo como canal bancário. É bem provável que, nos EUA, assim como no Brasil, pessoas com acesso a bancos não tenham tanto interesse na nova onda de serviços bancários pelo celular, principalmente se considerarmos que elas dispõem de outros canais – por exemplo, Internet, caixas eletrônicos etc.

Esse, porém, não é o caso das pessoas que possuem celulares e fazem parte da população economicamente ativa, mas que não têm acesso a serviços financeiros. Aos milhões, são um alvo em potencial para se tornarem novos clientes bancários. Portanto, é melhor que os bancos brasileiros comecem a focar nessa população “desbancarizada”, mas armadas com celulares, pois as operadoras de telefonia celular já estão prontas para oferecer serviços financeiros aos seus atuais clientes. ✖