



Tendencia #2

Gasto sostenible: qué pueden hacer las instituciones financieras por los consumidores ecologistas

En enero, nuestros consultores globales de *Visa Consulting & Analytics (VCA)* utilizaron los datos de *VisaNet*, entrevistas profesionales e investigaciones propias para identificar [diez tendencias que están destinadas a definir el panorama de los pagos en 2023](#).

Cada mes, analizamos una de estas tendencias (si te perdiste la publicación de febrero, puedes leer [Tendencia #1, La generación Z ingresa al mercado de trabajo](#)).

En este artículo, *VCA* parte de nuestra experiencia trabajando con clientes y aborda la segunda tendencia de los consumidores en la adopción de prácticas de gasto sostenible: cómo impacta en los pagos, cómo se pueden preparar las instituciones financieras y los tipos de respuestas en los que deberían pensar.

Iremos desarrollando las ocho tendencias restantes en los próximos meses; no te pierdas estos *insights*: “B2B evoluciona a 3.0”, “La importancia de las tecnologías de la Web 3”, “Cómo protegerse del fraude”, “Las billeteras móviles se están universalizando”, “La banca abierta acelera el ritmo”, La transformación de las finanzas integradas, “El auge de la economía compartida” y “El salto al BNPL está sucediendo”.

¿Qué impacto tiene el gasto sostenible en el panorama de pagos?

En todo el mundo, los consumidores comparten el mismo objetivo de lucha contra el cambio climático. Parte de este esfuerzo global tiene que ver con analizar la forma en que las prácticas de compra y gasto de los consumidores afectan el ambiente. En una encuesta reciente realizada por Visa en EUA, **el 72 por ciento de los encuestados señaló que la sostenibilidad es muy importante.**¹ Además, en otra encuesta, **el 85 por ciento de los consumidores globales dijo haber modificado sus hábitos de compra en los últimos cinco años para hacerlos más sostenibles.**² Este cambio de perspectiva y conducta es transversal a los perfiles demográficos, con mayor énfasis en los consumidores *millennials* y de la generación Z.

El aumento en la adopción y demanda de productos y servicios “verdes” representa una oportunidad de crecimiento para cualquier empresa. Pero, hasta ahora, por lo general fueron los comercios quienes se hicieron cargo de atender esta demanda y encontrar formas creativas de ser sostenibles y reducir su huella de carbono.

Un ejemplo son los minoristas, que utilizan envases recargables en reemplazo del plástico de un solo uso (por ejemplo, las tiendas de comestibles con residuo cero y los comercios de venta de recargas, como Lush, The Body Shop y L'Occitane) o que revenden o alquilan productos usados (como thredUP, Preloved y Rent the Runway). Otros comercios informan a sus clientes la huella de carbono que generan con cada compra. Por donde mires en el mundo minorista, encontrarás ejemplos de comercios que replican y atienden el comportamiento sostenible de los consumidores.

Mientras tanto, hay presión de otros grupos involucrados, como los inversores institucionales, los grupos de intereses especiales y los reguladores, quienes, cada vez más, esperan que todas las organizaciones de todos los sectores entiendan, mejoren y demuestren el impacto de sus operaciones en la sostenibilidad.

Si bien muchos comercios cumplieron con éxito estas exigencias de prácticas ecoamigables, las instituciones financieras no están muy rezagadas. Las pequeñas instituciones financieras y *fintechs* comenzaron a desarrollar e implementar productos y servicios sostenibles en mercados altamente especializados. Su éxito fue el puntapié inicial para aumentar la adopción en todos los ámbitos.



Qué respuesta pueden dar las instituciones financieras

Mientras se siguen acelerando los esfuerzos para luchar contra el cambio climático y los consumidores adjudican cada vez más importancia a la sostenibilidad, los productos y servicios sostenibles representan una enorme oportunidad para que las IF aumenten la fidelización de sus clientes actuales y consigan otros nuevos.

Según una encuesta reciente de Visa, el 53 por ciento de los consumidores de EUA dijo que un motivo para continuar la relación con su banco actual sería que este les ofreciera una tarjeta de crédito sostenible, y el 49 por ciento dijo que esa sería una razón decisiva para comenzar una relación con un nuevo banco.³

Estos porcentajes aumentan a 66 y 68 por ciento, cuando los encuestados son *millennials*, de la generación Z o consumidores más afluentes, con lo cual las IF tienen una oportunidad única para atraer y retener estos segmentos de alto valor.⁴ Las funciones que más les interesa aprovechar a los clientes son obtener puntos adicionales o recompensas por su comportamiento sostenible y canjearlos por productos amigables con el ambiente.

Otra oportunidad que tienen las IF para cumplir con la creciente demanda de sostenibilidad es informar acerca de las opciones sostenibles de inversión, como los fondos integrados con criterios ESG (ambiental, social y de gobierno) y brindar acceso a ellas como parte de sus soluciones de administración patrimonial.

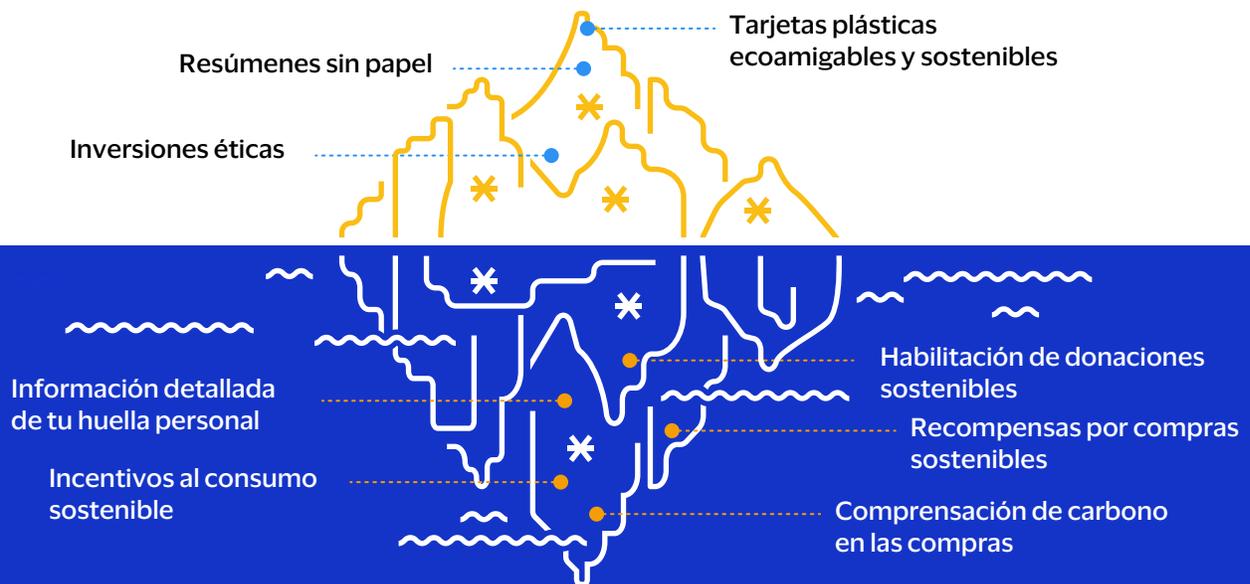
99%

de los millennials expresó al menos algún grado de interés en invertir de manera sostenible, un 15 por ciento más que hace seis años.⁵

En los últimos tres años, los activos sostenibles prácticamente se duplicaron y llegaron a US\$ 255 000 millones a finales de 2022.⁶ Mediante inversiones sostenibles, los participantes pueden usar su capital para crear un mundo más sostenible que sea acorde con sus valores y que, además, les dé ganancias. Por ello, además de ayudar al planeta, las IF participantes pueden sostener la relación con los inversores si se convierten en un aliado confiable y con intereses similares que los ayude a lograr sus objetivos ecológicos y financieros.

También existe un amplio margen para que las IF cumplan con creces las expectativas de los consumidores, más allá de las recompensas, los materiales y las inversiones sostenibles.

Lo que los consumidores piensan que es la sostenibilidad bancaria...



... abanico de posibilidades para que las IF superen las expectativas de los consumidores

El hecho es que una IF puede utilizar los datos relacionados con los pagos para obtener una mirada directa de los gastos diarios del consumidor y sus características de sostenibilidad. Esta ventaja única que proveen los datos puede ayudar a que los consumidores entiendan y optimicen el impacto ambiental de su comportamiento.

Con la ayuda de la tecnología de banca abierta, las IF les pueden mostrar a sus clientes el impacto climático de cada una de las compras que realizan, comparar las cifras con los promedios del país o de otros grupos similares, y darles consejos sobre cómo reducir el efecto.

Por su parte, en relación con la aceptación de las empresas, los adquirentes pueden ofrecer y promover gastos relacionados con la sostenibilidad, como los servicios de carga de vehículos eléctricos o las soluciones de *re-commerce* (comercio reversible). También pueden permitir que los comercios incentiven las donaciones benéficas; por ejemplo, solicitando a los consumidores que redondeen el valor de su compra y donen el cambio chico para una buena causa.

Como resultado final, debido a que la mayoría de los consumidores no pensó demasiado en la sostenibilidad de los servicios bancarios y las soluciones de pago, las IF tienen la posibilidad de avanzar en la iniciativa y así incrementar la lealtad de sus clientes actuales, atraer la atención de una nueva clase de consumidores y establecer una clara diferenciación entre su marca y la competencia.



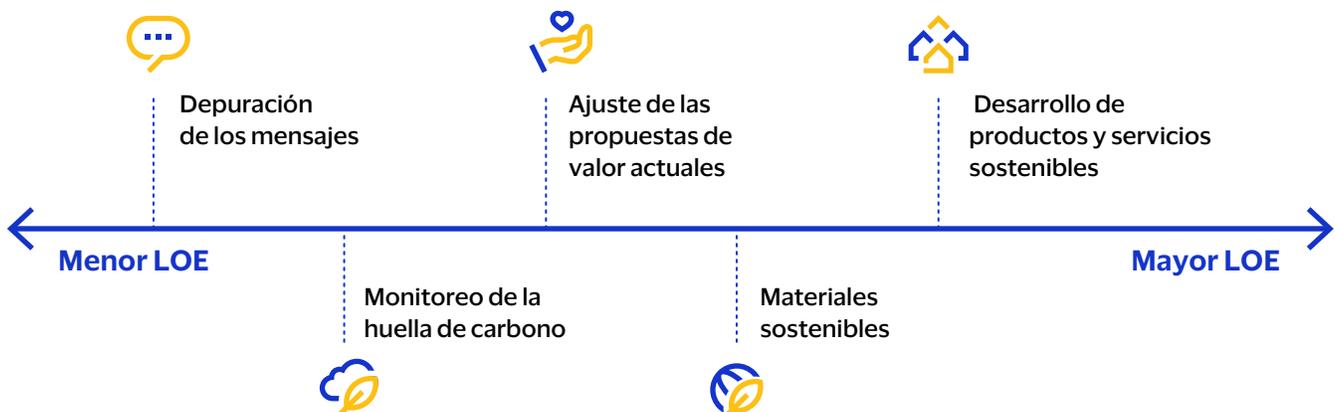
Qué respuesta están dando algunas instituciones financieras con visión de futuro

Existen muchas formas en que las instituciones financieras pueden responder a las expectativas de los clientes actuales y futuros en relación con la sostenibilidad. En VCA, consideramos los esfuerzos en pos de la sostenibilidad como un continuo. En el primer escalón del espectro, que requiere un menor nivel de esfuerzo (LOE), las empresas pueden alcanzar objetivos más sencillos, como auditar y ajustar los anuncios sobre ESG, o expandir el marketing a nivel interno y externo. En el otro extremo del espectro, con alto LOE,

las empresas pueden adoptar un rol de gran impacto en la industria y reestructurar las estrategias y los objetivos comerciales para enfocarse en productos, procesos y propuestas sostenibles.

Este continuo sirve también como una herramienta útil de referencia para las operaciones de las IF, que pueden identificar cuáles son las iniciativas que mejor se ajustan a sus características estructurales, a su clientela meta y a sus ambiciones estratégicas.

Continuo financiero sostenible para autorreferencia de las IF



A lo largo del continuo, vemos algunas iniciativas interesantes propuestas por las IF. Conforme las tendencias de gasto sostenible se vayan afianzando, creemos que surgirán y proliferarán muchos más ejemplos, como los siguientes:



Depuración de los mensajes existentes

Cuando se trata de sostenibilidad, los consumidores quieren transparencia, y algunas IF está respondiendo. ¿Cómo? Asegurándose de que sus clientes puedan encontrar información sobre sus prácticas y ofertas de sostenibilidad de manera fácil y en un lenguaje claro, conciso y sin tecnicismos.⁷



Monitoreo de la huella de carbono

Con la ayuda de algunos proveedores de tecnología de banca abierta, como Tink, y de *fintechs* como ecolytiq, las IF de todo el mundo están ofreciendo a sus clientes la posibilidad de calcular la huella de carbono asociada a sus compras.⁸ También les permiten compararla con otras referencias y les ofrecen consejos útiles para mejorar su rendimiento.⁹



Ajuste de las propuestas de valor actuales

Muchas IF están proponiendo nuevas estrategias. Por ejemplo, U.S. Bank renovó las propuestas de valor de sus productos de tarjeta de manera que la recompensa por cargar el vehículo eléctrico sea igual a la recompensa por cargar combustible en una estación, una categoría popular entre los consumidores.¹⁰ Además, varios bancos en Asia Pacífico comenzaron a ofrecer descuentos en la tasa de interés de los préstamos hipotecarios a los clientes que cumplan determinados requisitos (por ejemplo, haber instalado paneles solares).¹¹



Materiales sostenibles

Una gran cantidad de IF comenzaron a emitir (o anunciaron que lo harán) tarjetas hechas con plástico reciclado u otros materiales ecoamigables.¹² Además, algunos consumidores estarían dispuestos a prescindir por completo de la tarjeta física y utilizar solo la tarjeta virtual con su *smartphone*.



Desarrollo de productos y servicios sostenibles

Future, Tomorrow Bank y otras *fintechs* desarrollaron productos y servicios con la sostenibilidad como estandarte de su propuesta de valor. Por lo general, se trata de un paquete completo de programas de recompensas relacionadas con la sostenibilidad, el monitoreo de la huella de carbono y capacidades de *benchmarking*, así como materiales sostenibles y una postura abiertamente orientada a la sostenibilidad.

Sobre Visa Consulting & Analytics

Somos un equipo global de cientos de consultores de pago, especialistas en marketing digital, científicos de datos y economistas en los seis continentes.

- Nuestros consultores cuentan con décadas de experiencia en la industria de pagos y son expertos en estrategia, producto, gestión de portafolio, riesgos, recursos digitales y más.
- Nuestros científicos de datos son expertos en estadísticas, analítica avanzada y *machine learning*, con acceso exclusivo a datos obtenidos a través de VisaNet, una de las redes de pago más grandes del mundo.
- Entender las condiciones económicas que afectan al consumo permite a nuestros economistas brindar información única y oportuna sobre las tendencias de consumo global.

La combinación de nuestra amplia experiencia en consultoría de pagos, nuestra inteligencia en estrategias económicas y la amplia variedad de datos con la que contamos nos permite identificar conocimientos prácticos y recomendaciones que ayudan a tomar mejores decisiones comerciales.



Tenemos amplia experiencia acompañando los esfuerzos de sostenibilidad de nuestros clientes. Si te gustaría conocer más sobre el gasto sostenible y saber cuáles son las oportunidades de crecimiento que tiene tu empresa, comunícate con tu ejecutivo de cuenta Visa o envía un correo electrónico a VCA@Visa.com

1. Encuesta de Visa. "Identifying Opportunities to Engage Consumers on Sustainable Banking Products". Octubre de 2021
2. *Global Sustainability Study*, Simon-Kucher & Partners, 2021
3. Encuesta de Visa. "Identifying Opportunities to Engage Consumers on Sustainable Banking Products". Octubre de 2021
4. Encuesta de Visa. "Identifying Opportunities to Engage Consumers on Sustainable Banking Products". Octubre de 2021
5. BCG. "Sense and Sustainability Report 2022", <https://www.bcg.com/publications/2022/why-sustainability-in-global-retail-banking-matters>
6. BlackRock. "What is sustainable investing?", <https://www.blackrock.com/us/financial-professionals/investment-strategies/sustainable>
7. Página web de Bank of the West, <https://www.bankofthewest.com/>
8. Tink. *How epap is using transactional data for sustainable finances*, agosto de 2021, <https://tink.com/blog/use-cases/epap-sustainable-receipts/>
9. *Fintech Finance News*, Vancity's Visa credit cards are counting carbon footprints with ecolytiq, febrero de 2023, <https://ffnews.com/newsarticle/vancitys-visa-credit-cards-are-counting-carbon-footprints-with-ecolytiq/>
10. US Bank, "U.S. Bank Expands Card Rewards to Put EV Charging Transactions on Par With Gas", enero de 2022, <https://ir.usbank.com/news-releases/news-release-details/us-bank-expands-card-rewards-put-ev-charging-transactions-par>
11. Bank of Australia, *Clean energy Home Loan* <https://bankaust.com.au/banking/home-loans/clean-energy-home-loan> y Commonwealth Bank, *Green home offer*, <https://www.commbank.com.au/articles/newsroom/2022/04/CBA-Green-Home-Offer.html>
12. Bank of America newsroom, "Bank of America Will Transition to Recycled Plastic for All Plastic Credit and Debit Cards Beginning in 2023", abril de 2022, <https://newsroom.bankofamerica.com/content/newsroom/press-releases/2022/04/bank-of-america-will-transition-to-recycled-plastic-for-all-plas.html>, US Bank, "Eco-friendly debit cards that make a difference", <https://www.usbank.com/bank-accounts/checking-accounts/debit-cards/eco-friendly-debit-cards.html>, Tomorrow Bank, <https://www.tomorrow.one/en-EU/accounts/zero/wooden-card/>

Declaraciones referidas al futuro

Este contenido puede incluir declaraciones referidas al futuro según se las define en la ley estadounidense de reforma de litigios sobre valores privados de 1995. Dichas declaraciones se pueden identificar por el uso de términos como "esperar", "continuar", "suponer", "poder", "deber" y otras referencias al futuro similares. Todas las declaraciones que no sean sobre hechos históricos pueden ser consideradas declaraciones al futuro, que se refieren solo a la fecha en que se realizan, no constituyen garantías de cumplimiento futuro y están sujetas a riesgos, incertidumbres, suposiciones y otras circunstancias que exceden nuestro control y son difíciles de predecir. Todas las marcas, logos o marcas registradas son propiedad de sus respectivos titulares y se los utiliza únicamente para identificarlos sin que ello implique aval o afiliación del producto con Visa.

Deslinde de responsabilidad: Los casos de estudio, las comparaciones, estadísticas, investigaciones y recomendaciones se presentan "COMO ESTÁN" y su único fin es el de informar. De ningún modo debe considerarse la información como consejos sobre operatoria, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros, o de cualquier otra índole. Visa Inc. no formula declaración ni garantía alguna sobre la integridad o precisión de la información contenida en este documento, como tampoco asume ninguna responsabilidad derivada del uso que se pueda hacer de ella. La información contenida en este documento no pretende ser un asesoramiento legal o sobre inversión, y se recomienda a los lectores acudir al asesoramiento de un profesional competente cuando dicho asesoramiento resulte necesario.

©Copyright 2023. Todos los derechos reservados. Visa Public.