

Tendência N.º 2

Gastos sustentáveis: como as instituições financeiras podem estar preparadas para os consumidores verdes

Em janeiro, nossos consultores globais da Visa Consulting & Analytics (VCA) usaram dados da VisaNet, entrevistas com especialistas e pesquisas internas para identificar as [dez tendências definidas para moldar o cenário de pagamentos de 2023](#).

A cada mês, examinamos a fundo cada uma das dez tendências (se você perdeu a que foi destaque em fevereiro, veja a [Tendência n.º 1. A geração Z entra no mercado do trabalho](#)).

Neste documento, baseado em nossa experiência de trabalho com clientes, VCA aborda a segunda tendência sobre a adoção de práticas de gastos sustentáveis por parte dos consumidores, analisando como isso vem afetando os pagamentos, como as instituições financeiras (IFs) podem estar melhor preparadas e os tipos de respostas que elas devem considerar.

Destacaremos as oito tendências restantes, uma a cada mês, durante os próximos meses, então, fique atento aos seguintes *insights*: O B2B se torna 3.0, As tecnologias Web3 são importantes, Proteção contra fraudes, A universalização das carteiras móveis, A consolidação do *open banking*, A transformação das finanças incorporadas, O boom da economia *gig* e Uma mudança está em andamento no BNPL.

Como os gastos sustentáveis afetam o cenário de pagamentos?

Os consumidores em todo o mundo estão unidos na adoção da meta de lidar com as mudanças climáticas. Parte desse esforço global envolve a análise de como as práticas de compras e de gastos dos consumidores afetam o meio ambiente. Em uma recente pesquisa da Visa nos EUA, **72% dos entrevistados indicaram que a sustentabilidade era muito importante para eles.**¹ Além disso, em uma pesquisa separada, **85% dos consumidores globais indicaram que alteraram seus comportamentos de compra nos últimos cinco anos para se tornarem mais sustentáveis.**² Essa mudança de perspectiva e comportamento é verdadeira em todos os perfis demográficos e é particularmente notável entre os consumidores da geração dos *millennials* e da geração Z.

A adoção e a defesa cada vez maiores de produtos e serviços "verdes" representam uma oportunidade de crescimento para qualquer empresa. Mas, até agora, são os estabelecimentos comerciais que têm geralmente tomado a dianteira para atenderem a essa demanda e encontrado formas criativas para serem sustentáveis e reduzirem suas pegadas de carbono.

Alguns desses casos são os varejistas que usam recipientes reutilizáveis em vez de plásticos de uso único (por exemplo, os supermercados e lojas de refil como Lush, The Body Shop e L'Occitane), ou revendem ou alugam produtos usados (por exemplo, thredUP, Preloved ou Rent the Runway). Outros estabelecimentos comerciais informam a seus clientes a pegada de carbono associada às suas compras. Para onde quer que se olhe no mundo do varejo, é possível ver exemplos de estabelecimentos comerciais que refletem e atendem aos comportamentos sustentáveis dos consumidores.

Enquanto isso, há pressão de outros grupos de partes interessadas, como investidores institucionais, grupos de interesses especiais e órgãos reguladores. Cada vez mais, eles esperam que todas as organizações - independentemente do setor - compreendam, melhorem e demonstrem os efeitos em termos de sustentabilidade das suas operações.

Embora muitos estabelecimentos comerciais tenham se destacado no sentido de atender a estas exigências por práticas comerciais ecologicamente corretas, as instituições financeiras não ficam muito atrás. As pequenas instituições financeiras e as *fintechs* começaram a desenvolver e oferecer produtos e serviços sustentáveis com sucesso em nichos de mercado, preparando o terreno para uma adoção mais abrangente.



Como as instituições financeiras podem responder

À medida que os esforços para lidar com a mudança climática prosseguem e a sustentabilidade se torna cada vez mais importante para os consumidores, os produtos e serviços que priorizam a sustentabilidade passam a representar uma enorme oportunidade para as instituições financeiras conquistarem novos clientes e aumentarem a fidelidade dos existentes.

Em uma pesquisa recente da Visa, 53% dos consumidores dos EUA afirmaram que se sentiriam motivados a manterem sua conta em um banco se ele oferecesse um cartão de crédito sustentável, e 49% disseram que a oferta de um cartão sustentável seria capaz de convencê-los de abrir uma conta em um novo banco.³

Esses percentuais saltam para 66% e 68%, respectivamente, quando se segmenta a geração dos *millennials*, a geração Z e os consumidores de renda mais alta, fornecendo às instituições financeiras uma oportunidade única de engajar e reter esses segmentos de alto valor.⁴ As principais funcionalidades relacionadas à sustentabilidade nas quais os clientes estão interessados são ganhar pontos ou recompensas adicionais por comportamentos sustentáveis e resgatar recompensas por produtos ecologicamente corretos.

Outra oportunidade para as instituições financeiras atenderem à crescente demanda por sustentabilidade é proporcionando acesso e educação sobre opções de investimento sustentável, como fundos integrados de ESG (ambiental, social e de governança, na sigla em inglês), em suas soluções de gestão de patrimônio.

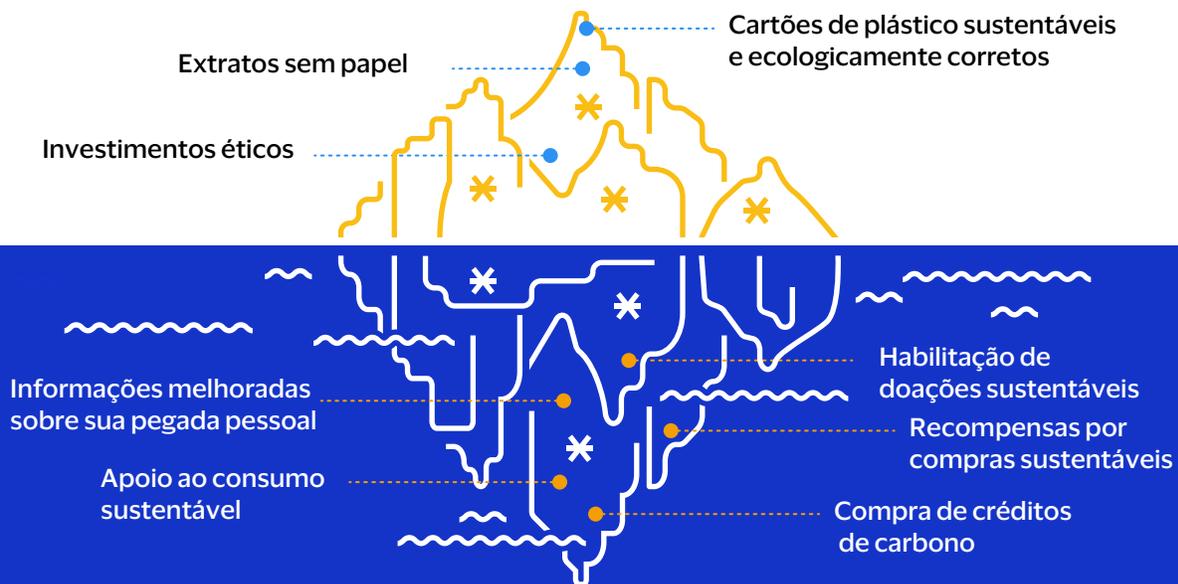
99%

dos *millennials* demonstraram pelo menos certo grau de interesse em investimentos sustentáveis - um aumento de até 15 pontos percentuais em seis anos.⁵

Os ativos sustentáveis quase dobraram nos últimos três anos, chegando a US\$ 255 bilhões no final de 2022,⁶ e o investimento sustentável permite que os participantes usem seu capital para criarem um mundo mais sustentável que se alinhe com seus valores enquanto criam riqueza. Assim, além de ajudar o planeta, as instituições financeiras participantes podem aumentar a adesão por parte dos investidores ao se tornarem parceiros confiáveis e com mentalidades parecidas que os ajudam a atingir seus objetivos ecológicos e financeiros.

Há também um enorme espaço para que as instituições financeiras superem as expectativas dos consumidores, que vai além das recompensas e materiais sustentáveis e do investimento sustentável.

Percepção do consumidor sobre como é a sustentabilidade nas atividades bancárias...



... significativo potencial para as instituições financeiras superarem as expectativas dos consumidores

O fato é que os dados relacionados a pagamentos de uma instituição financeira têm o potencial de fornecer uma linha de visão direta dos gastos diários de um consumidor e suas características de sustentabilidade. Esse ativo de dados único pode ser usado para ajudar os consumidores a entenderem e otimizarem o impacto ambiental de seus próprios comportamentos.

Com a ajuda da tecnologia de *open banking* (ou sistema bancário aberto), as instituições financeiras podem mostrar a seus clientes o impacto climático de cada compra que fazem, comparar esses números com as médias nacionais e de grupos de pares, e até mesmo oferecer sugestões sobre como reduzir o impacto.

Enquanto isso, do lado da aceitação do negócio, existe o potencial para os credenciadores apoiarem e promoverem gastos relacionados à sustentabilidade, como serviços de carga de veículos elétricos ou soluções de *recommerce*. Eles também podem permitir que os estabelecimentos comerciais apoiem e promovam doações de caridade, talvez incentivando os consumidores a arredondarem o valor de suas compras e a doarem o "troco" para uma boa causa.

O resultado final é que, como a maioria dos consumidores ainda não pensou muito sobre soluções bancárias e de pagamento sustentáveis, há uma oportunidade para as instituições financeiras saírem na frente: aumentando a fidelidade dos clientes existentes, atraindo a atenção de uma nova camada de consumidores e diferenciando claramente sua marca da concorrência.



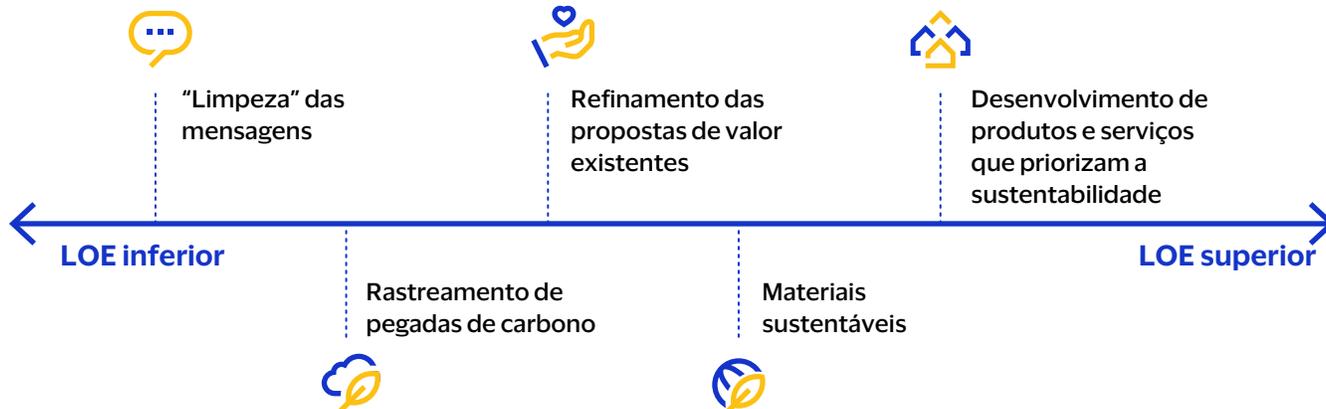
Como algumas instituições financeiras com visão de futuro estão respondendo

Há muitas maneiras como as instituições financeiras podem responder às expectativas relacionadas à sustentabilidade dos clientes atuais e futuros. Na VCA, consideramos os esforços de sustentabilidade como parte de um *continuum*. Na extremidade inferior do espectro, que exige um menor nível de esforço (LOE, na sigla em inglês), as empresas podem atingir objetivos mais simples, como auditar e reformular suas mensagens relacionadas a ESG e ampliar seu marketing tanto interna como externamente. Na extremidade superior do

espectro com nível de esforço (LOE) alto, as empresas podem assumir um papel de impacto no setor, reestruturando as estratégias e os objetivos de negócio para que se concentrem em produtos, processos e propostas sustentáveis.

O *continuum* também funciona como uma ferramenta de planejamento útil, com a qual as instituições financeiras podem comparar suas próprias operações e identificar quais iniciativas são mais adequadas às suas características organizacionais, clientela-alvo e ambições estratégicas.

Continuum de finanças sustentáveis para referência própria das instituições financeiras



Em todo o *continuum*, temos visto algumas iniciativas interessantes de instituições financeiras com visão de futuro e, à medida que as tendências de gastos sustentáveis se consolidem cada vez mais, esperamos ver muitos outros exemplos surgindo e se proliferando, entre eles:



“Limpeza” das mensagens existentes

Os consumidores querem transparência no que diz respeito à sustentabilidade, e algumas instituições financeiras estão atendendo a essa demanda, garantindo que seus clientes possam encontrar com facilidade informações sobre suas práticas e ofertas de sustentabilidade em linguagem clara e concisa, sem jargões técnicos.⁷



Rastreamento de pegadas de carbono

Com a ajuda de provedores de tecnologia de *open banking*, como a Tink, e de *fintechs*, como a ecolytiq, instituições financeiras do mundo todo estão oferecendo a seus clientes a capacidade de calcular as pegadas de carbono associadas às suas compras.⁸ Os clientes também podem comparar sua pegada com vários parâmetros de referência e obter dicas úteis para ajudá-los a melhorar seu desempenho.⁹



Refinamento das propostas de valor existentes

Muitas instituições financeiras estão criando novas abordagens. Por exemplo, o U.S. Bank atualizou as propostas de valor de seus produtos de cartão existentes, de modo que a taxa de recompensa para carga de veículos elétricos seja igual à taxa de recompensa para gastos em postos de gasolina, uma categoria popular entre os consumidores.¹⁰ Além disso, vários bancos da região Ásia-Pacífico começaram a oferecer descontos nas taxas de juros de empréstimos hipotecários para mutuários que atendem a determinados critérios (por exemplo, aqueles que instalaram painéis solares).¹¹



Materiais sustentáveis

Um número cada vez maior de instituições financeiras iniciou ou anunciou um plano para começar a emitir cartões feitos de plásticos reciclados ou outros materiais ecologicamente corretos.¹² Além disso, alguns consumidores podem estar dispostos a abrir mão de um cartão físico e confiar apenas em um cartão virtual por meio de seus *smartphones* para evitar totalmente o uso de um cartão material.



Desenvolvimento de produtos e serviços que priorizam a sustentabilidade

Fintechs como a Future, o Tomorrow Bank e outras instituições desenvolveram produtos e serviços tendo a sustentabilidade como prioridade na proposta de valor e normalmente incluem um pacote completo de programas de recompensas relacionados à sustentabilidade, capacidades de rastreamento de carbono e de comparação segundo referências, materiais sustentáveis e um claro posicionamento de sustentabilidade.

Sobre a Visa Consulting & Analytics

Somos uma equipe global composta por centenas de consultores de pagamento, especialistas em marketing digital, cientistas de dados e economistas espalhados por seis continentes.

- Nossos consultores têm décadas de experiência na indústria de pagamento e são *experts* em estratégia, produtos, gestão de portfólio, risco, digital e muito mais.
- Nossos cientistas de dados são *experts* em estatísticas, análises avançadas e *machine learning* e têm acesso exclusivo aos *insights* da VisaNet, uma das maiores redes de pagamento do mundo.
- Nossos economistas entendem a conjuntura econômica que afeta os gastos do consumidor e oferecem *insights* exclusivos e oportunos sobre as tendências de consumo no mundo.

A combinação de nossa profunda *expertise* em consultoria na área de pagamentos, nossa inteligência econômica e nossa ampla variedade de dados nos permite identificar *insights* e recomendações práticas que promovem decisões comerciais melhores.



Temos *expertise* no trabalho com clientes dando suporte a seus esforços de sustentabilidade. Se deseja receber informações sobre gastos sustentáveis e aprender sobre oportunidades de crescimento para sua empresa, contate seu executivo de contas Visa ou envie um e-mail para VCA@Visa.com

1. Pesquisa da Visa. "Identifying Opportunities to Engage Consumers on Sustainable Banking Products", outubro de 2021
2. Global Sustainability Study, Simon-Kucher & Partners, 2021
3. Pesquisa da Visa. "Identifying Opportunities to Engage Consumers on Sustainable Banking Products", outubro de 2021
4. Pesquisa da Visa. "Identifying Opportunities to Engage Consumers on Sustainable Banking Products", outubro 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 inicial 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, fevereiro 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", janeiro 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://bankaustralia.com.au/banking/home-loans/clean-energy-home-loan> e Commonwealth Bank, Green home offer, <https://www.commbank.com.au/articles/news-room/2022/04/CBA-Green-Home-Offer.html>
12. Sala de redação de Bank of America, "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/>

Declarações prospectivas

Este material pode conter declarações prospectivas de acordo com o significado da Lei de Reforma de Litígios de Títulos Privados dos EUA de 1995. Declarações prospectivas geralmente são identificadas por palavras como "acredita", "estima", "espera", "pretende", "pode", "projeta", "poderia", "deveria", "iria", "continuará" e outras expressões similares. Todas as declarações que não sejam sobre fatos históricos podem ser declarações prospectivas, que se referem apenas à data em que são feitas. Elas não são garantias de performance futura e estão sujeitas a riscos, incertezas e outros fatores, muitos dos quais estão fora do nosso controle e são difíceis de prever. Todos os nomes de marca, logos e/ou marcas registradas pertencem aos seus respectivos proprietários, são usados apenas para fins de identificação e não necessariamente sugerem um endosso de produto ou afiliação com a Visa. Isonção de responsabilidade: Estudos de caso, comparações, estatísticas, pesquisas e recomendações são fornecidos "TAL COMO ESTÃO" para fins meramente informativos, não devendo ser usados para aconselhamento operacional, de marketing, jurídico, técnico, tributário, financeiro ou de outro tipo. A Visa Inc. não oferece nenhuma garantia ou faz qualquer declaração a respeito da completude ou precisão das informações contidas neste documento, nem assume qualquer responsabilidade ou obrigação resultante do uso dessas informações. As informações aqui contidas não têm a intenção de ser uma recomendação de investimento ou jurídica. Os leitores são encorajados a buscar a orientação de um profissional competente sempre que tal recomendação for necessária.

©Copyright 2023. Todos os direitos reservados. Visa Public.