

SECTORES
ECONOMÍA VERDE

Al consumidor le preocupa la sobreexplotación de los recursos



MORSA IMAGES / GETTY

El consumidor premia las empresas más verdes

El cliente es consciente del poder de sus decisiones y cada vez le importa menos tener que pagar más

Lorena Farràs Pérez

Las encuestas llevan años reflejando la creciente preocupación del consumidor por el impacto social y ambiental de sus decisiones de compra. Sin embargo, la cosa cambia cuando llega el momento de rascarse el bolsillo: pocos están dispuestos a pagar más por marcas, productos o servicios de compañías comprometidas con la sociedad y el medio ambiente... pero cada vez menos. "El número de consumidores que estarían dispuestos a pagar un precio más elevado por un mismo producto ha aumentado en los últimos años", señala Laura Alonso, de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).

¿Cuánto de más están dispuestos a pagar? Dos ejemplos. La mitad de los ciudadanos (51%) estaría dispuesto a desembolsar entre un 5 y un 10% más por un pescado más sostenible, según revela una reciente encuesta del Instituto Ixè para Greenpeace. Mientras que la gran mayoría de los consumidores están dispuestos a pagar incluso un 50% más por una prenda de ropa sostenible, de acuerdo con una encuesta de la Universitat Oberta de Catalunya.

Por encima del precio, "lo que más valoran los consumidores es la sostenibilidad, que los productos o servicios que contratan no

sólo sean respetuosos con el medio ambiente sino que sean sostenibles, que no impliquen la sobreexplotación de los recursos", advierte Alonso. En concreto, "dos terceras partes de los consumidores se preocupa por el uso excesivo de productos químicos o de hormonas en el caso de la carne; más de la mitad tiene en cuenta la procedencia; y una cuarta parte prima aspectos como la sostenibilidad, el bienestar animal o el tipo de embalaje del producto, por ejemplo, que sea biodegradable y no plástico".

Las decisiones de compra se basan en cinco criterios de evaluación, según la OCU: la protección del medio ambiente, los derechos humanos y laborales, la ética de los negocios, los derechos de los consumidores y la transparencia y la información.

Las empresas peor valoradas en cuanto a protección del medio ambiente son, con diferencia, las del sector energético, entre las

que se incluyen las petroleras. Sin embargo, el sector financiero (bancos y aseguradoras) es el que tiene más mala fama entre los consumidores tanto en derechos humanos y laborales, ética de los negocios, derechos de los consumidores como en transparencia e información.

La información es la clave

La transparencia y la información es el factor que genera mayor incertidumbre entre los consumidores. "No nos fiamos de la sinceridad de las empresas y de sus declaraciones de intenciones", advierte Laura Alonso. Sólo el 5% de los encuestados por la OCU piensa que los planes de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas sean algo más que propaganda para lavarse la cara. Por otro lado, "el gran problema es que contamos con pocas fuentes independientes y de confianza para informarnos de lo que hacen realmente las compañías y de si cumplen o no con sus compromisos -explica Alonso-; cuesta mucho acceder a este tipo de información".

A pesar de las dificultades a la hora de informarse, la OCU señala que "más de la mitad de los encuestados ha decidido no comprar un producto basándose en lo que sabían del comportamiento ético de la empresa" y "el 40% afirma haber firmado una petición para pedir a una empresa cambios en su política y uno de cada tres ha participado en una manifestación con esa misma finalidad".

El consumidor es cada vez más consciente del poder de sus decisiones de compra o contratación y está cada vez más dispuesto a usar esta influencia. Las empresas deben tenerlo bien presente. ●

DATO



El poder del consumidor

El 55% de los ciudadanos tiene claro que sus decisiones de consumo tienen la capacidad de influir en el comportamiento de las compañías y obligarlas a mejorarlo.

Joaquín Maudos

Catedrático de la Universidad de Valencia-Ivie-CUNEF

Tipos negativos y exceso de liquidez



Por mucho que se empuje, el Banco Central Europeo no ha conseguido que la banca reduzca su exceso de liquidez, que tanto beneficiaría a la reactivación del crédito. Los últimos datos disponibles de principios de agosto del 2016 hablan por sí solos: la banca de la eurozona tiene *aparcados* cerca de un billón de euros (982.000 millones, para ser exactos) en forma de exceso de reservas por encima de las exigidas por el Banco Central Europeo (641.000 millones) y de la llamada facilidad marginal de depósito (341.000 millones). Sólo en el primer caso, la banca tiene seis veces más reservas de las mínimas exigidas por el supervisor para garantizar la retirada de depósitos. Son excesos de liquidez siete veces superiores a los que había hace sólo año y medio.

Esta enorme cantidad de dinero ocioso es más que llamativa si tenemos en cuenta que supone un coste para los bancos. En concreto, la penalización que aplica el Banco Central Europeo desde el mes de marzo de este año es del 0,4%. Por tanto, si el exceso de liquidez actual se mantuviera un año, el Banco Central Europeo ingresaría por ello nada menos que 3.930 millones de euros que obviamente salen de la cuenta de resultados de los bancos.

Préstamos Los bancos prefieren soportar la penalización del BCE por el exceso de liquidez que arriesgarse a prestar dinero

Lo que en el fondo explica esta anómala situación es la falta de demanda de crédito solvente que anime a los bancos a desmovilizar esa enorme bolsa de liquidez. Así, prefieren soportar la penalización del Banco Central Europeo que arriesgarse a invertir la liquidez en

préstamos excesivamente arriesgados en un contexto en el que la eurozona es el farolillo rojo del crecimiento mundial (con permiso del Reino Unido, tras el Brexit), con una previsión de aumento del PIB en el 2016 del 1,6%, frente al 3,1% de la economía mundial, el 2,2% de Estados Unidos o el 4,1% de las economías emergentes y en desarrollo.

Uno de los efectos de este mundo al revés de los tipos negativos es que afecta a la remuneración de los depósitos y, por tanto, al incentivo al ahorro. Si bien hay un suelo natural en el 0% en el tipo de interés de los depósitos de las familias (a ver quién es el banco que se atreva a cobrarles por sus ahorros), existe un subsuelo con tipos negativos en el caso de los depósitos de las empresas, como demuestran los últimos datos disponibles. Así, en algunos países de la eurozona, esos tipos ya son negativos, por lo que la gestión de tesorería de las empresas supone un auténtico quebradero de cabeza. No es de extrañar que algunas grandes empresas se planteen construir grandes cámaras de seguridad donde almacenar el dinero, aunque ese incentivo también se aplica a los propios bancos para evitar pagar el impuesto del tipo negativo del Banco Central Europeo. |

=====
El 51% pagaría entre un 5% y un 10% más por un pescado más sostenible

=====
El sector energético y el financiero son los que peor fama tienen entre los consumidores