



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

EL CONSUMIDOR FINAL ANTE LA INVERSIÓN SOSTENIBLE

Autor: Fernando Lisbona González
Director: Esther Vaquero Lafuente

MADRID | Febrero 2024

RESUMEN:

En el paradigma financiero en el que hoy nos encontramos sabemos de la creciente importancia de las finanzas sostenibles y los factores ESG, sin embargo, parece que esta rama de las finanzas está enfocada a los grandes inversores. Queda mucho por acercarse plenamente al consumidor final todo lo que las finanzas sostenibles pueden ofertar y para ello hay que analizar las causas del problema y qué posibles soluciones se pueden encontrar ante esta corriente de inversión que cobrará más importancia en los próximos años.

El objeto de desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado es investigar sobre si el consumidor final tiene interés realmente en este tema, si está informado plenamente y si la banca comercial hace por involucrar a todo tipo de consumidor en la cartera de productos sostenibles que ofrecen.

Para ello, se hará un acercamiento teórico a las finanzas sostenibles, su significado, su evolución conceptual a lo largo del tiempo y su situación actual. Tras ello, se estudiarán las opciones posibles de inversión sostenible para el inversor minoritario y junto a esto, se analizarán los resultados de una encuesta, para dilucidar tendencias y gustos de los consumidores ante este fenómeno el cual, pese a su potencial, parece limitarse en el pequeño inversor.

PALABRAS CLAVE: inversión sostenible, consumidor final, banca comercial, factores ESG, productos financieros.

ABSTRACT:

In the financial paradigm in which we find ourselves today we know of the growing importance of sustainable finance and ESG factors, however, it seems that this branch of finance is focused on large investors. There is still a long way to go to bring everything that sustainable finance has to offer to the end consumer, and to do this we must analyze the causes of the problem and what possible solutions can be found to this investment trend that will become more important in the coming years.

The purpose of this Final Degree Dissertation is to investigate whether the final consumer is really interested in this subject, whether he/she is fully informed and whether commercial banks are making efforts to involve all types of consumers in the portfolio of sustainable products they offer.

For this purpose, a theoretical approach to sustainable finance, its meaning, its conceptual evolution over time and its current situation will be made. After this, the possible sustainable investment options for the retail investor will be studied and together with this, the results of a survey will be analyzed, in order to elucidate trends and tastes of consumers before this phenomenon which, despite its potential, seems to be limited in the small investor.

KEY WORDS: sustainable investment, end consumer, commercial banking, ESG factors, financial products.

ÍNDICE

1. Introducción	6 -
1.1 Objetivos	6 -
1.2 Justificación e interés del tema	6 -
1.3 Metodología y estructura	7 -
2. La inversión sostenible	8 -
2.1 Concepto	8 -
2.2 Factores ESG	9 -
2.3 Inversión Socialmente Responsable	11 -
3. Tipos de productos financieros de inversión sostenible ofertados por la banca comercial	13 -
3.1 Préstamos verdes	14 -
3.2 Microcréditos verdes	15 -
3.3 Préstamos para coches ecológicos	15 -
3.4 Hipotecas para casas eficientes	17 -
3.5 Fondos de inversión verdes	18 -
3.6 Fondos de pensiones verdes	19 -
4. Análisis de las tendencias de la posición del inversor minoritario frente a las inversiones ESG	20 -
4.1 Conocimiento del concepto de finanzas sostenibles	24 -
4.2 Conocimiento sobre la oferta bancaria de productos sostenibles	25 -
4.3 Voluntad del consumidor por aprender a utilizar productos financieros sostenibles	28 -
4.4 Ponderación entre rentabilidad y riesgo a la hora de invertir	30 -
5. Conclusiones finales	32 -
6. Perspectiva de futuro	34 -
Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos de Fin de Grado	38 -

Bibliografía	- 39 -
Anexo. Encuesta	- 46 -

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Volumen de búsquedas del concepto ESG en Google.....	- 12 -
Figura 2: Evolución anual del número total de matriculaciones de vehículos eléctricos en España entre 2013 y 2022.....	- 16 -
Figura 3: Edad de los encuestados.....	- 20 -
Figura 4: Nivel de estudios del encuestado.....	- 21 -
Figura 5: Nivel de formación de la población adulta 2022.....	- 22 -
Figura 6: Graduación del conocimiento de los encuestados sobre el concepto de finanzas sostenibles.....	- 23 -
Figura 7: Conocimiento de productos financieros sostenibles básicos.....	- 25 -
Figura 8: Utilización de productos financieros sostenibles.....	- 26 -
Figura 9: Preferencias sobre la forma de aprendizaje de productos financieros sostenibles.....	- 28 -
Figura 10: Ponderación entre Política, Sostenibilidad, o Gestoría del fondo a la hora de invertir.....	- 30 -

1. Introducción

1.1 Objetivos

El objetivo de este TFG es averiguar cuál es la posición del consumidor final frente a los productos financieros encuadrados en el ámbito ESG que ofrece la banca comercial a través de una aproximación teórica y empírica de la inversión sostenible. Para ello, tras introducir el concepto en un marco teórico adecuado, se analizará una encuesta sobre qué conocimiento tienen los consumidores de este tema con el objeto de averiguar si la estrategia de comunicación e información de los bancos sobre estos productos financieros es realmente efectiva.

1.2 Justificación e interés del tema

La inversión sostenible es el tema principal a tratar en esta investigación. Incluida dentro del amplio concepto de finanzas sostenibles, resulta un tema de relevancia actual, pues a pesar de que no es un tema reciente ni novedoso, su interés ha aumentado en todos los sentidos a partir de la pandemia del COVID-19. Como se analizará más adelante, toda la banca está incluyendo en sus carteras de productos financieros todo tipo de elementos sostenibles. De esta manera, parece ser que lo sostenible en el terreno de lo financiero no es una moda pasajera, sino que cada vez está cobrando más importancia en nuestra sociedad y por tanto es conveniente realizar un estudio en profundidad sobre qué alternativas tiene el pequeño inversor para sumarse a esta corriente de inversión económica.

Es necesario hacer hincapié en que el objeto del trabajo es la inversión sostenible enfocada al pequeño consumidor. Esto es debido a que se asume que el inversor institucional tiene todas las herramientas y el conocimiento posible para acceder y saber sobre este tipo de inversión y en general al dedicarse a ello, conoce, trata y domina las finanzas sostenibles, en cambio, el pequeño inversor no tiene por qué estar familiarizado con estos conceptos y por ello se ha considerado interesante estudiar este tipo de inversor.

Asimismo, el enfocarlo al consumidor individual de banca comercial podrá aportar a la encuesta conclusiones que afecten directamente al análisis de la eficiencia de la comunicación de la banca comercial. Según los resultados que se extraigan de los datos de los encuestados se podrá apreciar si la comunicación de los productos financieros sostenibles es eficaz y que su posicionamiento dentro del mercado bancario es efectivo, siendo conocido y utilizado por los consumidores. O bien, a pesar del gran esfuerzo económico que realizan los bancos comerciales para que estos productos sean conocidos por el pequeño consumidor, no son del todo efectivos y a los consumidores ni les importan, ni tienen interés en aprender a utilizarlos en sus inversiones económicas del día a día.

1.3 Metodología y estructura

El trabajo está dividido en dos partes diferenciadas. La primera parte se ha centrado en realizar una introducción teórica a la inversión sostenible, los factores ESG y la Inversión Socialmente Responsable a través de una revisión de literatura de diversos manuales y artículos para así poder realizar un análisis, desde la óptica de la sostenibilidad y parámetros ESG, de los productos que la banca comercial pone a disposición del consumidor final.

La segunda parte del trabajo se ha enfocado en el análisis empírico de la encuesta realizada, partiendo de los objetivos que se pretendían cubrir con la misma, pasando por la explicación sobre los principales datos de los encuestados. Por último, se finalizará con un análisis de los resultados alcanzados y una conclusión de este análisis empírico donde se discierne sobre la efectividad de la comunicación en los productos financieros que pone a disposición la banca comercial para el consumidor social.

Como se verá más adelante, las preguntas realizadas son de índole cualitativa, por lo que los resultados se expondrán en gráficos a fin de facilitar su explicación e interpretación.

El objetivo de ello es aplicar de una manera intuitiva y aproximada los resultados de la encuesta a ver si realmente la inversión sostenible cala en la conciencia del consumidor final para finalmente inferir en si hay un problema de falta de demanda, o de comunicación o por el contrario si el posicionamiento de estos productos es eficiente y el consumidor final hace un uso real y efectivo de los mismos.

2. La inversión sostenible

2.1 Concepto

La inversión sostenible no es un concepto extremadamente novedoso y es que ya desde hace tiempo forma parte del glosario de términos económicos con los que convivimos diariamente. Pero a partir de la pandemia del COVID-19, ha experimentado un auge nunca visto anteriormente y es que la concienciación de la sociedad por la sostenibilidad ha visto un nicho en las finanzas a través de este nuevo paradigma (Cinco Días, 2020).

Para empezar a tratar el tema de la inversión sostenible conviene focalizarla en el concepto general de donde parte. A este tipo de inversión se le podría incluir en lo que llamamos economía sostenible, que la Real Academia de la Lengua define como: “Patrón de crecimiento que concilia el desarrollo económico, social y ambiental en una economía productiva y competitiva, favoreciendo el empleo de calidad, la igualdad de oportunidades y la cohesión social, y garantizando el respeto ambiental y el uso racional de los recursos naturales, de forma que permita satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades”.

Aunque la economía sostenible está perfectamente definida, surgen problemas a la hora de conceptualizar la inversión sostenible. A falta de una definición oficial por organismos oficiales, las diferentes bancas comerciales aportan su definición para dar una muestra al consumidor de lo que ofrecen. Así, si nos fijamos en los dos bancos más grandes en facturación del mercado español, encontramos dos definiciones, que, aunque distintas, nos aportan una perspectiva general de algo que viene para quedarse. Si seguimos la

definición del BBVA (2022), la inversión sostenible es aquel tipo de inversión que: “tiene un impacto en el medioambiente y la sociedad, es el futuro”. En cambio, la definición de la inversión sostenible para el Banco Santander (2020) incluye conceptos que se desarrollarán a posteriori. Ésta dice: “La inversión sostenible trata de tomar decisiones de inversión basándose en factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (factores ESG)”. Como vemos, son definiciones muy escuetas y someras, que no aportan nada más de lo que el razonamiento lógico nos podría indicar. Sin embargo, este concepto, esconde un potencial enorme y según las nuevas tendencias, que no parece que sea una moda pasajera en el mundo financiero, sino que cada vez más instituciones financieras van impulsándolo tanto para grandes inversiones enfocadas en bancos o países y hasta incluso para el pequeño consumidor.

En cambio, si expandimos nuestra búsqueda y no solo nos fijamos en un entorno geográfico próximo, en la doctrina económica americana el concepto sí está más desarrollado, así Harvard Business School (2022) lo define como: “una serie de prácticas con las que los inversores pretenden obtener rendimientos financieros al tiempo que promueven el valor medioambiental o social a largo plazo. Haciendo que la combinación de los enfoques de inversión tradicionales con los conocimientos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo lleve a los inversores a generar análisis más completos y a tomar mejores decisiones de inversión garantizando que las empresas no sean juzgadas únicamente por sus beneficios financieros a corto plazo, sino por su contribución a la sociedad”. Se aprecia que esta definición aporta una profundidad mayor al asunto a tratar, lo que nos muestra que este concepto lleva más tiempo en desarrollo fuera del mercado español.

2.2 Factores ESG

Dentro de este marco teórico hay que hacer referencia a dos conceptos que tienen mucha relación con los factores ESG (cuyas siglas hacen referencia a los aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza) y la Inversión Socialmente Responsable.

El primero, el aspecto medioambiental lo podríamos definir como: “la contribución de la empresa en la resolución de problemas ambientales como las emisiones de gases de efecto invernadero, la protección de la biodiversidad, los recursos hídricos o la deforestación” (Henkel, 2023). Al final, supone una actividad proactiva alineada con el desarrollo sostenible de los recursos naturales, que puedan llegar a suponer una mejora ambiental.

En segundo lugar, el aspecto social se refiere a la relación de la empresa con su entorno social, buscando el bienestar de los empleados, clientes y cualesquiera factores sociales afectados por sus operaciones, que reflejan en gran medida los valores corporativos de la empresa (Pacto Mundial, 2023).

Por último, el aspecto de gobernanza se puede definir como aquel que se basa en el gobierno y la estructura de la empresa, poniendo su foco en la responsabilidad corporativa, la ética, la transparencia empresarial, y el cumplimiento de las regulaciones y leyes en todos los países en los que opera la empresa (Iberdrola, 2022).

Al final, estos factores son un compendio de perspectivas que ponen su foco no en el gobierno corporativo clásico de máximo rendimiento en el menor tiempo posible, sino que enfocan su perspectiva hacia un capitalismo a largo plazo que valora aparte de una rentabilidad, otros factores como los clientes, las buenas prácticas gubernativas, los intereses de los empleados, el medioambiente, el desarrollo a largo plazo y a la sociedad en general. Este nuevo enfoque provoca a las empresas un doble reto, ya no solo han de fijarse en maximizar los factores de producción para obtener los mayores beneficios económicos posibles, sino que ahora han de combinar esto último con la creación de valor global (no solo económico) a largo plazo (Karppinen, U., 2019).

Sobre estas tesis, hay que mencionar la importancia de la propuesta del valor compartido (*shared value*) definida ya por Kramer y Porter en 2011, la cual se basa en una proposición mixta que tiene que hacer las empresas a favor de la sociedad el cual “no se debe identificar con la responsabilidad social, la filantropía o incluso la sostenibilidad, sino con una nueva forma de alcanzar el éxito económico. No se haya en el margen de lo que las compañías hacen, sino en el centro” (Porter y Kramer, 2011).

2.3 Inversión Socialmente Responsable

La inversión socialmente responsable supone incorporar criterios medioambientales, sociales y éticos, a la toma de decisiones en el proceso de la inversión, complementando a los tradicionales criterios financieros de rentabilidad, riesgo y liquidez (Viñuales, V. y Pueyo, M., 2019). Lo que busca este concepto es el compromiso de todo tipo de empresa a dirigir sus acciones a la mejora de la sociedad en todos sus aspectos. Por ello, tiene en cuenta a todos los agentes del mercado, desde la oferta, con el propósito de que los gestores de inversiones incorporen criterios de responsabilidad social, económica y ambiental en la definición de sus productos financieros y desde la demanda, con el propósito de que los inversores incorporen criterios de responsabilidad social, económica y ambiental en sus decisiones de inversión (Viñuales, V. y Pueyo, M., 2019).

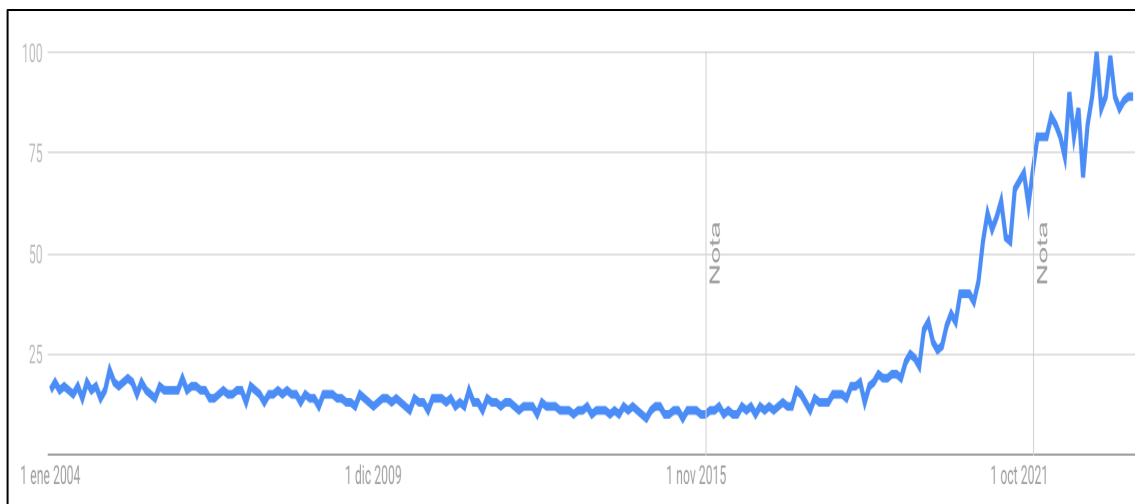
Con ello se pretende que las empresas dispongan de incentivos desde el mercado financiero para mejorar la sostenibilidad de sus prácticas de gestión.

Cabe aquí preguntarse cuál es la importancia de la ISR (Inversión Socialmente Responsable), pues ante este nuevo mundo de inversión que se abre tanto para instituciones como consumidores el foco ha cambiado, la inversión no solo se basa ya en la rentabilidad, sino en ser capaz de que la inversión satisfaga nuestras necesidades actuales, pero sin que ello implique comprometer o afectar a las necesidades de generaciones futuras (BBVA, s.f).

Para que esto cristalice en un cambio estructural y no derive en una moda pasajera, desde hace más de dos décadas se ha tratado este tema para marcar un cambio progresivo en la sociedad introduciendo este concepto. En 1999 se creó el Dow Jones Sustainability Index, que supuso el primer índice mundial que ponderaba criterios de sostenibles a la hora de realizar inversiones (Bankinter, 2019). Posteriormente en 2012, unos inversores institucionales junto con la Organización de las Naciones unidas desarrollaron seis principios de inversión socialmente responsables (UNPRI) que marcaron las primeras directrices claras a la hora de definir este tipo de inversiones (Bankinter, 2019). Por último, la ISR tiene su apogeo a partir del Acuerdo de París de 2015 donde se introdujeron 17 objetivos impuestos por las naciones unidas, suscritos por 193 países en donde se pone el foco en eliminar la pobreza, evitar desigualdades y

la protección del planeta, siendo para ello necesaria completamente este tipo de inversión en el mundo financiero (Bankinter, 2021). Todo esto ha hecho que cada vez más consumidores se acerquen a este concepto y que haya crecido en popularidad en los últimos años. De hecho, como se aprecia en el gráfico, si uno analiza datos del motor de búsqueda de Google, se demuestra el auge de búsqueda de este concepto en los últimos años, evidenciando el aumento de interés reciente por la ISR.

Figura 1. Volumen de búsquedas del concepto ESG en Google.



Fuente: Google Trends (2024).

En el ámbito de la inversión socialmente responsable, se exploran diversos temas comunes. Esto incluye la técnica del *negative screening*, es decir, evitar invertir en compañías involucradas en la producción o venta de sustancias adictivas como alcohol, juegos de azar y tabaco. Asimismo, se busca respaldar empresas comprometidas con la promoción de la justicia social, la sostenibilidad medioambiental, así como iniciativas relacionadas con energías alternativas y tecnologías limpias.

Un ejemplo ilustrativo de inversión socialmente responsable se manifiesta a través de la inversión en comunidades. Esta modalidad de inversión se enfoca en apoyar a organizaciones que cuentan con un historial sólido de responsabilidad social, especialmente en su colaboración con las comunidades locales. Estas organizaciones, sin embargo, no tienen acceso a financiación de fuentes convencionales como bancos o entidades financieras. Los fondos de inversión destinados a estas organizaciones les

permiten brindar servicios esenciales a sus comunidades, como la provisión de créditos accesibles o la construcción de viviendas asequibles. El propósito subyacente es mejorar la calidad de vida en la comunidad al reducir su dependencia de asistencia pública y programas sociales, lo que a su vez ejerce un impacto positivo en la economía local (ROBECO, 2022).

La inversión socialmente responsable se entrelaza de manera íntima con la noción de responsabilidad social corporativa (RSC). En esencia, la RSC implica el firme compromiso de una empresa para dirigir sus acciones y decisiones hacia la mejora no solo de sus beneficios económicos, sino también hacia un impacto positivo en el ámbito social y ambiental (Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, s.f). Esta perspectiva holística refleja un cambio significativo en la mentalidad empresarial, donde el propósito y la sostenibilidad son consideraciones clave junto con la rentabilidad. Lo que hace aún más notable este fenómeno es el hecho de que no son únicamente las organizaciones sin fines de lucro o las entidades gubernamentales las que abrazan la inversión socialmente responsable. En la actualidad, empresas de diversos sectores están adoptando esta filosofía, conscientes de que la sostenibilidad medioambiental y la inclusión social no solo son imperativos éticos, sino que también pueden impulsar su competitividad y reputación a largo plazo. Esta creciente sensibilización en torno a la importancia de equilibrar las metas financieras con las preocupaciones sociales y ecológicas está dando forma a un nuevo paradigma en el mundo empresarial, uno en el que el éxito se mide no solo en términos de ganancias, sino también en términos de impacto positivo en la sociedad y el planeta, asumiendo de manera unánime que el crecimiento económico ha de ir acompañado de crecimiento social (García M.M., 2023).

3. Tipos de productos financieros de inversión sostenible ofertados por la banca comercial

Actualmente el mercado español cuenta con una multitud de productos financieros que giran en torno a la inversión sostenible y a las finanzas verdes. Si bien no todos los bancos los ofertan sí que se puede enumerar una amplia lista con productos que pueden servir al consumidor final para iniciarse en la inversión sostenible.

3.1 Préstamos verdes

Los préstamos verdes son aquellos que cuentan con una revisión externa (evaluada por agentes independientes a los bancos) que evalúa mediante parámetros objetivos la sostenibilidad del préstamo. Dicha revisión externa puede ser completa o parcial y cubrir solo ciertos aspectos del préstamo verde. Con ella se pretende evaluar la alineación con los cuatro componentes centrales de las GLP (explicar detalladamente el uso de los fondos, evaluación y selección, la gestión de los fondos y el reporte periódico de los datos clave) como indica el documento de 2021 de los Green Loan Principles. Para concederlos los bancos analizarán la propuesta de inversión que presenta el cliente y comprobarán si cumple con los requisitos (que se centran en que la inversión cumpla con los criterios ESG) impuestos por estos agentes externos (BBVA, 2023).

Inicialmente las *green loans* solo estaban disponibles para medianas y grandes empresas, el éxito de estos productos ha hecho que se vayan diversificando hacia el pequeño consumidor. Se rigen por los mismos principios que los bonos verdes (pero estos destinados mayoritariamente a inversores institucionales) y buscan promover la sostenibilidad medioambiental, (Santander, 2022).

En el mercado, existen cuatro tipos de préstamos verdes, aunque solo dos los pueden utilizar consumidores individuales de banca comercial: el préstamo verde bilateral y las líneas de crédito *revolving* verdes.

El préstamo verde bilateral es el más clásico, en él que la institución financiera le otorga el dinero al cliente y éste se compromete a pagarla con la devolución de cierto interés pactado. Si el cliente dedica esta suma de dinero a inversión ESG, es de gran utilidad este préstamo pues los tipos de interés son mucho más bajos y las condiciones del préstamo son mucho mejores que uno convencional. Esto es debido a que de acuerdo con el artículo 501 del Reglamento (UE) 2019/876 del Parlamento Europeo y el Consejo el Banco Central Europeo ofrece una bonificación de hasta el 25% en los requerimientos de capital a todos los bancos que concedan financiación a este tipo de préstamos que fomentan prácticas ecológicas y sostenibles (EUDE, 2022).

Por otro lado, ha surgido un nuevo tipo de producto financiero que, aunque con mayor riesgo que el anterior, ofrece una infinidad de alternativas al pequeño inversor. Las líneas de crédito *revolving* verdes, las cuales funcionan exactamente igual que las tarjetas *revolving* (todas las compras efectivo que se realizan con ella se van aplazando y luego se van pagando a plazos con un interés) pero si el consumidor invierte en productos con el sello de ESG, el interés a pagar por el aplazamiento es menor. (Hernández, E., 2017) Reglamento (UE) 2019/876 del Parlamento Europeo y el Consejo el Banco Central Europeo de 20 de mayo de 2019.

3.2 Microcréditos verdes.

Aunque es una figura que se suele ver más en el mercado norteamericano, los microcréditos verdes sirven para las personas físicas con acceso limitado a los mercados crediticios tradicionales (por falta de garantía o historial crediticio). Con ellos pueden pedir prestado dinero (normalmente menos de 1.000 euros) para proyectos y actividades sociales, sostenibles y rentables. Están principalmente destinados a proporcionar capital para proyectos como plantar árboles, implantar sistemas de reciclaje en las casas, instalar sistemas de ahorro de agua y otras mejoras ambientales, (WorkCapital, 2023).

Los microcréditos verdes suelen ser ofrecidos por ONGs, instituciones financieras y otras organizaciones especializadas en financiar proyectos sostenibles. Su funcionamiento está basado en que antes de solicitar un préstamo, los prestamistas evalúan si hay un impacto potencial del proyecto en el medio, y si confirman dicho impacto positivo, se accede así a mejores condiciones crediticias, como pueden ser tipos de interés más bajos o plazos de devolución más largos (Dineo, 2023).

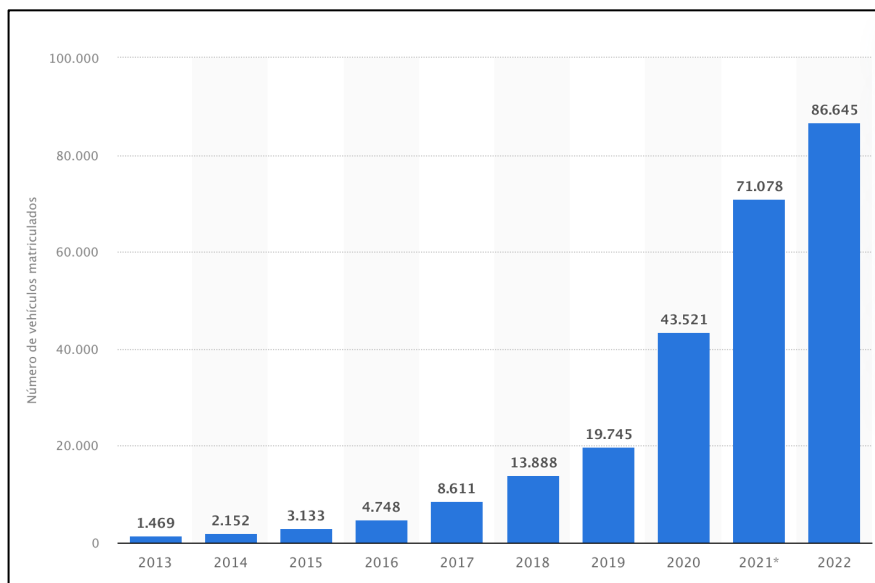
3.3 Préstamos para coches ecológicos

El fenómeno del coche eléctrico e híbrido se ha impuesto en el mercado español de la automoción. A través de Directivas Europeas (como la Directiva 2014/94 o la Directiva

2019/1161) se ha ido induciendo al consumidor a la compra de este tipo de vehículos, bien a través de restricciones de movilidad, de tipos impositivos más altos para aquellos propietarios de coches no eléctricos, o a través de subvenciones para la compra de este tipo de vehículos). Unido a esto, las diferentes compañías automovilísticas, han sabido aprovecharse de este movimiento incrementando sus gamas de vehículos eléctricos, han mejorado considerablemente sus prestaciones y también han aumentado la cantidad producida de los mismos, supliendo la demanda creciente por estos vehículos en la última década.

Como se aprecia en la figura 2, el número de matriculaciones de vehículos eléctricos ha aumentado considerablemente en los últimos 10 años por lo que se puede afirmar que esta tendencia no es pasajera, sino que estos vehículos van a ser sustitutivos a los de gasolina o diésel.

Figura 2: Evolución anual del número total de matriculaciones de vehículos eléctricos en España entre 2013 y 2022.



Fuente: Statista (2023).

Por ello, y al contrario que los microcréditos, los préstamos para coches ecológicos han llegado con fuerza al mercado español. De hecho, la mayoría de bancos comerciales los ofertan para sus consumidores (BBVA, Santander, Abanca, Caja Rural, entre otros). Estos préstamos están diseñados para ayudar a los consumidores a financiar la compra de

vehículos ecológicos (eléctricos e híbridos principalmente) y para ello ofrecen unas condiciones muy favorables. Para ello, ofrecen tasas de interés mucho más bajas, unos plazos más flexibles a lo largo del tiempo y bonificaciones en el precio final.

Gracias a estos tres tipos de préstamos se pretende incentivar la compra de estos vehículos cuyo precio es considerablemente mayor que el de los vehículos que utilizan combustibles fósiles de manera que así se reduce la brecha entre el elevado precio de estos coches en comparación con los de gasolina, ayudando a incentivar su demanda en el mercado español. De hecho, este tipo de productos ya no solo lo ofertan los bancos comerciales, sino que las propias marcas de coches han creado divisiones de *financing* que ofrecen este tipo de préstamos también como pueden ser Mercedes o Audi, entre otros.

3.4 Hipotecas para casas eficientes

Las hipotecas para casas eficientes, también denominadas hipotecas sostenibles, verdes o ecológicas son un producto financiero que promueven la compra o rehabilitación de viviendas con estándares de eficiencia energética.

Este tipo de financiación hipotecaria conlleva tres claras ventajas (Rodríguez, D., 2023). La primera, que los bancos que las ofertan ofrecen tasas de interés más bajas y plazos de amortización más extensos para los prestatarios. Para ello, la banca comercial suele ofrecer unos tipos de interés rebajados entre 0,05 y 0,10 puntos de media respecto a una hipoteca convencional. La segunda, que al hacer la vivienda más energética se reduce el consumo de energía y por tanto las facturas de los clientes. Por último, y pensando en un posible valor de reventa futuro, la inversión en eficiencia energética consigue que la valoración de los inmuebles se revalorice y aumente de precio más que una vivienda que no tenga estas características (Mezcúa, J., 2023).

La banca comercial ha empezado a lanzar este producto para el consumidor final, así vemos que grandes bancos como el BBVA, Santander, Bankinter, Unicaja o Abanca ya lo ofrecen. Para contratar una hipoteca sostenible la mayoría de bancos exigen como

requisito que la vivienda a comprar o reformar tenga como mínimo una calificación energética B, A o A+ y si se va a rehabilitar la casa para mejorar su eficiencia energética se suele exigir que se reforme como mínimo un 30% de la vivienda para alcanzar esa eficiencia energética (Rodríguez, D., 2023).

3.5 Fondos de inversión verdes

Los fondos de inversión según la Comisión Nacional del Mercado de Valores (s.f) consisten en “un patrimonio formado por las aportaciones de un número de partícipes”. El fondo es creado por una entidad gestora, que siguiendo una serie de parámetros invierte esas aportaciones en diferentes activos financieros (que pueden ser de renta fija, renta variable, derivados o combinados de los mismos). El partícipe es propietario según lo que ha aportado y queda limitado a las ganancias o pérdidas de sus aportaciones.

Dentro de todos los tipos de inversión que existen, ha aparecido en estos últimos años una categoría de fondo que centra su foco no solo en la rentabilidad sino en otros aspectos beneficiosos para la sociedad, los fondos de inversión verdes. Son definidos como “instituciones de inversión colectiva que eligen los activos que conforman su cartera en función de criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo” (BBVA, s.f). De esta forma, a la hora de estructurar la cartera de un fondo verde se utilizan criterios de exclusión para elegir en que activos invertir y si estos equilibran la balanza entre rentabilidad y solidaridad (Ecolec, 2023).

Este producto ha tenido un gran éxito con el mercado financiero, de hecho, de acuerdo con el Sustainable Investment Forum en el 2020 había en el mercado más de 3,1 billones de dólares administrados por empresas que siguen criterios ESG. (SIF Foundation, 2021) De hecho, únicamente en ese mismo año los flujos netos destinados a fondos sostenibles aumentaron un 48% (Natalucci, F., Suntheim, F. y Vandebussche, J., 2021.) El enorme incremento que han sufrido tras el COVID-19 supone una oportunidad perfecta para la accesibilidad del consumidor final a este producto financiero, pues

actualmente en España la mayoría de los bancos comerciales (BBVA, Caixabank, Bankinter, entre otros...) ofrecen estos fondos al consumidor final.

A pesar de unas comisiones a veces elevadas, los fondos también han cosechado un rendimiento relativamente sólido. Según Morningstar (2020), los fondos sostenibles superaron en 2019 a los “convencionales”, ya que el 66% terminó en la mitad superior de sus categorías y el 35% en el cuartil superior. Solo el 16% de los fondos sostenibles lograron una rentabilidad encuadrada en el cuartil superior.

Aunque el beneficio no es el único objetivo de la inversión verde, algunos estudios han descubierto que los fondos con criterios ESG son competitivos con los rendimientos de los fondos más tradicionales. El mismo análisis de Morningstar, analizó también más de 4.900 fondos a lo largo de diez años descubrió que el 58,8% de los fondos sostenibles han batido a la media de sus homólogos tradicionales supervivientes. En el mismo análisis, los fondos sostenibles ofrecieron una rentabilidad media anual del 6,9%, frente al 6,3% de los fondos más tradicionales. Es decir, los datos revelan que invertir en sostenible no tiene por qué ser menos rentable que otro tipo de inversiones.

3.6 Fondos de pensiones verdes

Este producto se ha implementado recientemente en la banca comercial (determinados bancos como BBVA o Ibercaja ya los ofertan) y pocos bancos lo ofrecen como tal, pero en otros países (como puede ser el Royal London Group en Inglaterra o CPP Investments en Canadá), es un medio muy utilizado, y supone un gran porcentaje de la cantidad total invertida para fondos de pensiones a medio y largo plazo.

Dentro de todos los tipos de fondos de pensiones han surgido los fondos de pensiones verdes que son un producto financiero que por un lado cumple esa función de complemento de la pensión pública, no obstante, al seguir una política de inversión alineada con empresas que emplean los factores ESG sirve como instrumento de previsión social (Mapfre, s.f.).

4. Análisis de las tendencias de la posición del inversor minoritario frente a las inversiones ESG

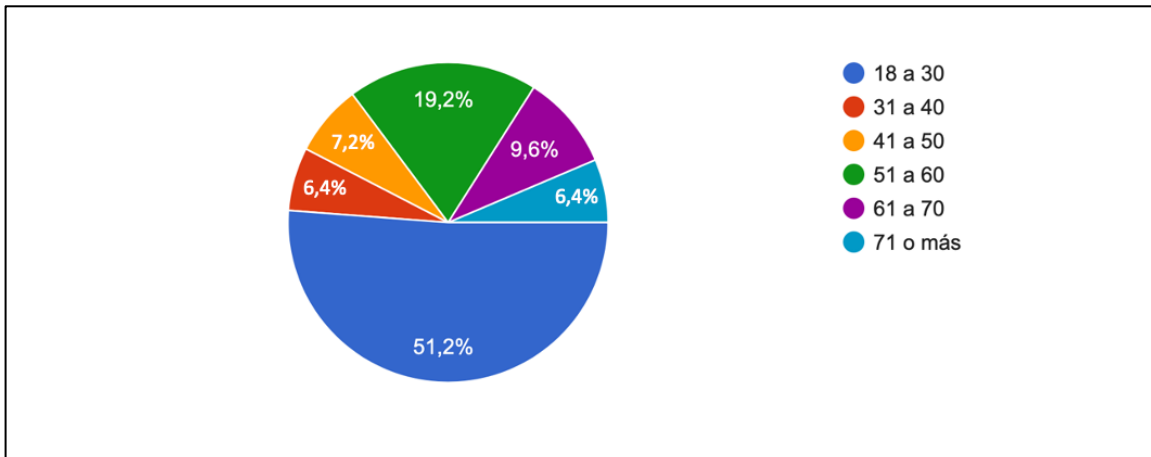
Habiendo asentado un marco teórico de qué productos financieros sostenibles están disponibles para el consumidor individual, es conveniente ahora analizar la parte empírica del trabajo, que consiste en una encuesta que se realizó a 124 personas a través de la plataforma de Google Forms. El objetivo de la misma era dilucidar sobre la efectividad de la estrategia comercial de la banca financiera a la hora de posicionar estos productos, para ver si realmente la comunicación era eficiente y los consumidores conocen realmente sus alternativas de inversión, y financiación relacionada con la sostenibilidad.

Tras haber explicado de forma teórica que productos financieros están disponibles para su uso en el mercado cabe ahora preguntarse si el consumidor final conoce los mismos, los utiliza o los piensa utilizar y qué importancia le da a los mismos a la hora de invertir. Con ello, se pretende conocer si las entidades financieras a cargo de estos productos están llevando a cabo una estrategia de comunicación adecuada, que consiga que el consumidor esté informado y comprenda los beneficios de dichos productos financieros sostenibles.

Esta encuesta se transmitió principalmente a través de medios telemáticos (la plataforma Google Forms), si bien el 4% de las mismas la realizaron en papel ya que también se pretendía que personas de avanzada edad pudieran responderla. Así se logró atraer a un público ajeno por su edad a las redes sociales y nuevas tecnologías (luego sus respuestas fueron introducidas a mano a través de dicha plataforma para que contabilizaran como tal para el análisis).

Pasando ya a la explicación de la encuesta, las tres primeras preguntas se enfocan en variables categóricas que aportaban información del encuestado. En concreto se preguntó por la edad, el nivel de estudios y el sexo de los encuestados.

Figura 3: Edad de los encuestados.

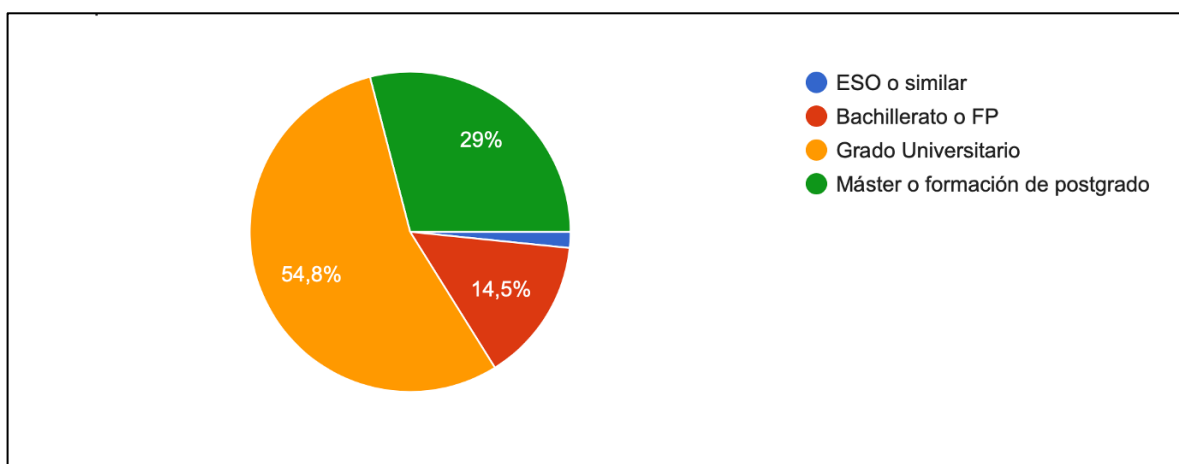


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

En la figura 3 se muestra la edad dividida en décadas de las personas que han respondido la encuesta. Al estar dividido en diferentes edades, ayudará a ver como la situación vital en la que el consumidor esté, afecta a la hora de decidir los productos financieros en los que va a invertir. También, como se supuso que iba a ser más difícil contar con respuestas de la población más longeva, se decidió agrupar las edades contempladas entre los 71 años o más para que esos datos no quedasen desperdigados y quedasen “minimizados” respecto a otras franjas de edades. Como es comprensible en este tipo de encuestas realizadas al finalizar el grado universitario, el rango de edad más común fue el de la franja de los 18 a los 30 años, con un 51,2% de los encuestados encontrándose en este rango. El objetivo era distribuirlo a gente de todo tipo de estudios y carreras universitarias para que los resultados de la encuesta si fueran lo más veraces posible y que representasen lo mayor posible la totalidad de la población española. Dicho esto, y como se aprecia en los resultados, el 48,8% de los encuestados están distribuidos de forma más o menos equitativa de los 30 años en adelante. Esta diferenciación por edad, nos ayudará, como se analizará más adelante, a saber, qué canal de comunicación es el favorito según la edad, para poder distribuir de una manera efectiva los diferentes productos financieros sostenibles de las diferentes entidades bancarias entre los consumidores.

Respecto al sexo de los encuestados los resultados son muy parejos, suponiendo ser sobre el total un 54% de hombres y un 46% de mujeres.

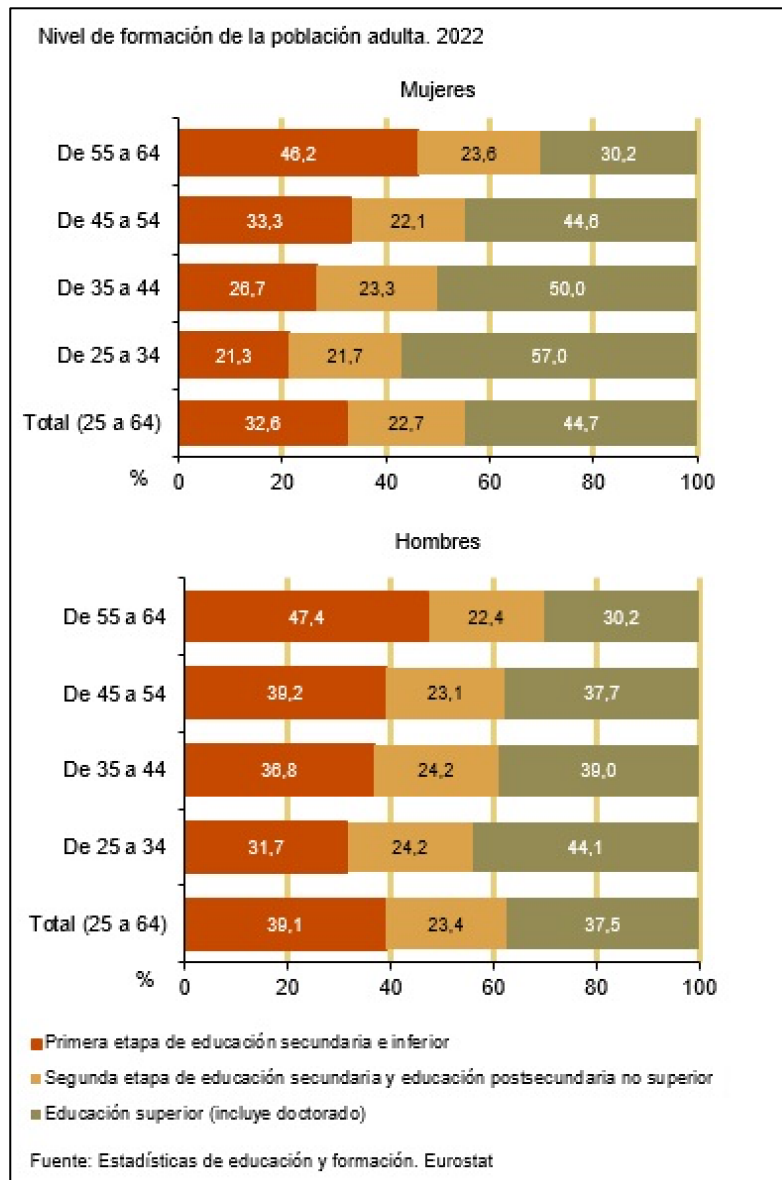
Figura 4: Nivel de estudios del encuestado.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Como se observa en el gráfico 4, en torno a un 84% de los encuestados tenían estudios universitarios o incluso estudios superiores de máster o doctorado. Por tanto, contamos con una alta base de encuestados que tiene un nivel educativo por encima de la media española según los datos más recientes del INE de 2022, lo que en teoría supondría que estas personas con un mayor nivel de estudios podrán entender mejor los productos financieros y en consecuencia es factible que entiendan mejor el concepto de sostenibilidad.

Figura 5: Nivel de formación de la población adulta 2022.



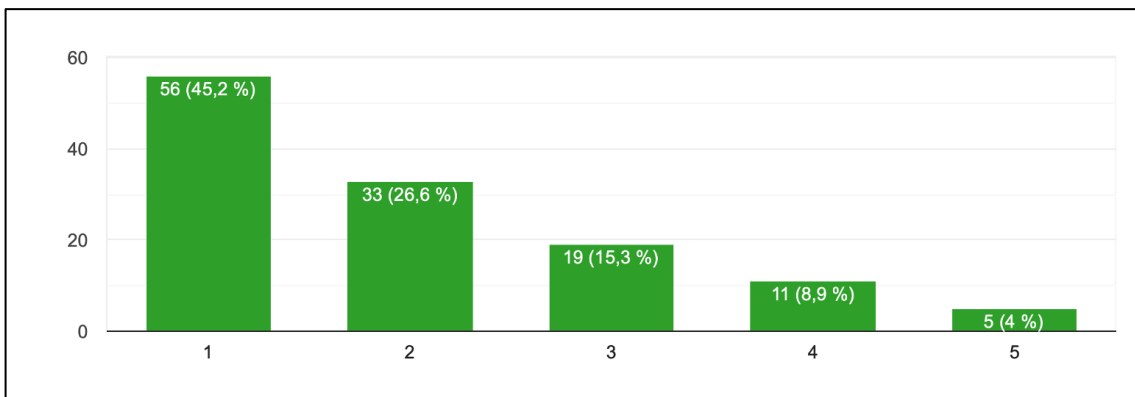
Fuente: INE (2023).

A continuación, se da paso a las preguntas que más tienen relación con la hipótesis inicial y con el objetivo de este TFG, ver la efectividad de comunicación de la banca comercial sobre los productos financieros sostenibles que ofrecen al consumidor final.

4.1 Conocimiento del concepto de finanzas sostenibles

El objetivo de las dos primeras preguntas de la encuesta es indagar en el grado de conocimiento de finanzas sostenibles que los encuestados consideran que tienen. Los resultados (figura 6) muestran que en torno al 53% de los encuestados afirman conocer el concepto, por lo que casi para la mitad es algo totalmente desconocido.

Figura 6: Graduación del conocimiento de los encuestados sobre el concepto de finanzas sostenibles.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Los resultados obtenidos muestran una función asimétrica a la derecha que nos revela que hay pocos encuestados con un conocimiento amplio sobre la materia. De hecho, el 71,8% de los encuestados no saben nada o apenas saben nada sobre este concepto y en cambio únicamente un 4% de los encuestados consideraban que su conocimiento en la materia era excelente. Esto lo que nos denota es que para poder posicionar bien estos productos se requiere un esfuerzo didáctico previo que sienta las bases al consumidor medio de qué son y cómo funcionan las finanzas sostenibles y los factores ESG.

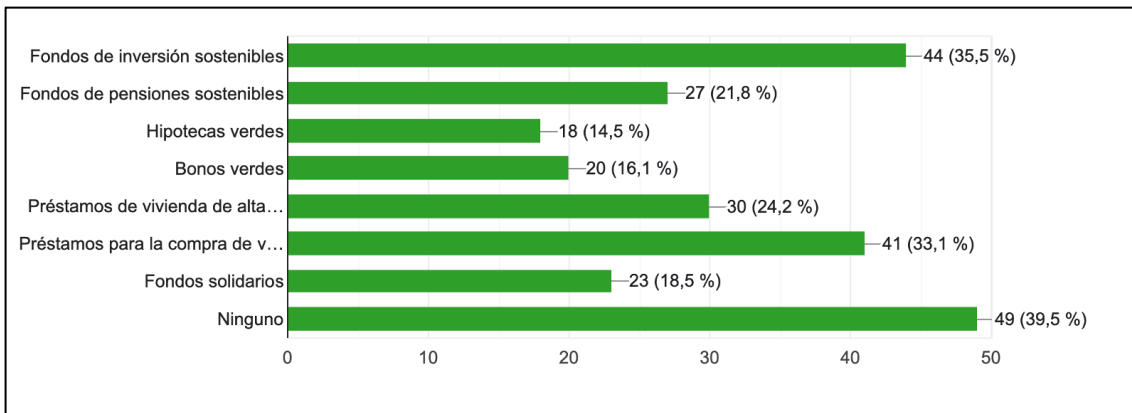
La consecuencia lógica derivada de esto es que si aproximadamente tres cuartos de la población mínimamente manejan este concepto no se puede ofertar una plétora de los mismos y esperar que sean ampliamente recogidas y utilizadas por el consumidor final. Igualmente, nos podemos encontrar el caso (como se demostrará en las preguntas siguientes) de que un sector de aquellos que no tienen amplios conocimientos en materia de sostenibilidad, siguen invirtiendo en productos sostenibles, sin conocer realmente sus implicaciones, con el riesgo que eso puede conllevar.

4.2 Conocimiento sobre la oferta bancaria de productos sostenibles.

A través de esta pregunta dicotómica, ya se empieza a acotar el posible resultado de la encuesta pues el resto de las preguntas que vienen después dependen directamente de ella. Únicamente un 33,1% de los encuestados admitió conocer que tenían conocimiento sobre los productos financieros sostenibles que su banco comercial disponía. Esto es, que más o menos dos tercios de los encuestados, tengan o no conocimiento sobre finanzas sostenibles, actualmente no disponen de la información necesaria para saber si, en caso de que quisieran invertir, sus inversiones podrían alinearse con los factores ESG.

Por tanto, de aquí se puede extraer una conclusión clara, que más de dos tercios de la muestra no conozca si su banco comercial ofrece productos financieros sostenibles puede suponer que el consumidor o no tiene interés en ellos, o que los bancos no están ofertando de la manera óptima este tipo de productos.

Figura 7: Conocimiento de productos financieros sostenibles básicos.



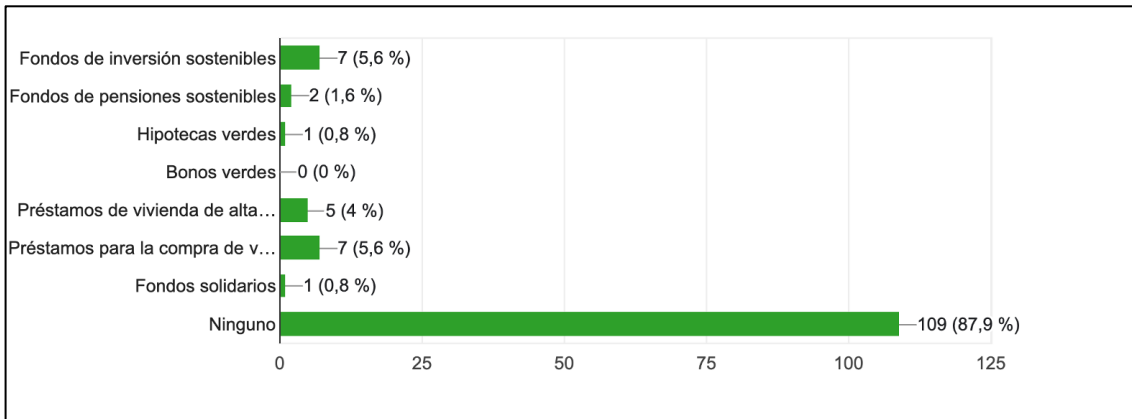
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

En esta pregunta (figura 7) los encuestados tenían que señalar que productos financieros conocían a través de una lista acotada de los mismos. Los productos financieros sostenibles que se mostraban son aquellos que la banca comercial en el mercado español ofrece para los consumidores finales (habiéndose definido ya dichos productos en el apartado anterior).

Valorando inicialmente los resultados, y dejando de lado los encuestados que manifestaron no conocer ninguno de estos productos financieros, el resultado más marcado fue el de los fondos de inversión sostenibles. De hecho, hay cierta lógica en que esto sea así pues, los fondos de inversión sostenibles, son el producto que más tiempo y arraigo lleva en el mercado español, casi todos los bancos comerciales a día de hoy los ofrecen y en general es el producto financiero más publicitado para la inversión del consumidor final (Belinchón, F., 2021).

En mi hipótesis inicial ya contemplaba este resultado, lo que es del todo inesperado y no esperaba apreciar en los resultados fueron dos sorpresas en relación con los bonos verdes y con los préstamos para la compra de un vehículo ecológico. En el primer caso, los bonos verdes solo eran conocidos únicamente por el 16,1% de los encuestados (lo que supone que únicamente 20 de los mismos conocían este producto). Y es que a pesar de no ser un producto financiero para el consumidor final (pues está destinado a grandes instituciones financieras, empresas e incluso países) es uno de los productos financieros con mayor recorrido histórico, irrumpiendo en los mercados allá por la década de los 2000 (Banco Mundial, 2019). La conclusión que se puede extraer de los datos de los encuestados es la que se lleva infiriendo a lo largo del resto de preguntas, que los que respondieron no es gente experta en la materia de las finanzas, que era de hecho el objetivo de mi muestra poblacional. Por otro lado, sorprendió que la segunda opción más elegida, y con diferencia frente a las siguientes, fueran los préstamos para la compra de un vehículo ecológico con aproximadamente un tercio de todos los encuestados. Como ya se mencionó en el marco conceptual de este tipo de productos financieros, su implantación es muy reciente y el hecho de que sea la segunda opción más conocida demuestra el interés del consumidor por la transición ecológica de sus vehículos.

Figura 8: Utilización de dichos productos financieros sostenibles.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

A diferencia de todas las preguntas anteriores donde hemos estado viendo una distribución proporcional entre las preguntas, aquí (figura 8) parece ser todo lo contrario. Casi el 88% de los encuestados, contestaron que nunca utilizaron ninguno de los productos financieros sostenibles que se les mostraba. Es decir, que únicamente una mínima proporción de todos los encuestados han utilizado estos productos, (recordemos que se podían marcar varias opciones, es decir que podías seleccionar varios de la propia lista ofrecida). Estos resultados son acordes a los resultados ya analizados anteriormente, de hecho, si uno observa los resultados de los fondos de pensión verdes (marcados dos veces) concuerda que un producto mayoritariamente destinado a un sector de la población longevo, sea marcado por dicho sector y no por gente más joven. Vemos así que muchos de estos productos financieros no solo dependen del conocimiento sino del momento vital en que el consumidor final se encuentra, que puede afectar sobremanera a sus decisiones económicas. A parte de resaltar este significativo dato hay que centrarse en los tres productos que más han utilizado ese 12% de los encuestados.

Los dos primeros, fueron por un lado los fondos de inversión sostenible, que obtuvieron en la pregunta anterior el primer puesto al ser los más marcados por los encuestados. Por otro lado, con las mismas elecciones, los préstamos para lo compra de un vehículo ecológico que fue también la segunda opción más conocida en la encuesta.

En tercer lugar, nos encontramos con que 4% de las personas han utilizado los préstamos de vivienda de alta eficiencia, que también coincide con ser el tercer producto ecológico más conocido entre los encuestados. Por tanto, las dos conclusiones que se pueden extraer son dos. La primera, que el consumidor final en su mayoría no utiliza los productos financieros sostenibles, y la segunda, que, pese a que pocos los utilizan, cuanto más conocimiento de los mismos tenga el consumidor final más se utilizarán.

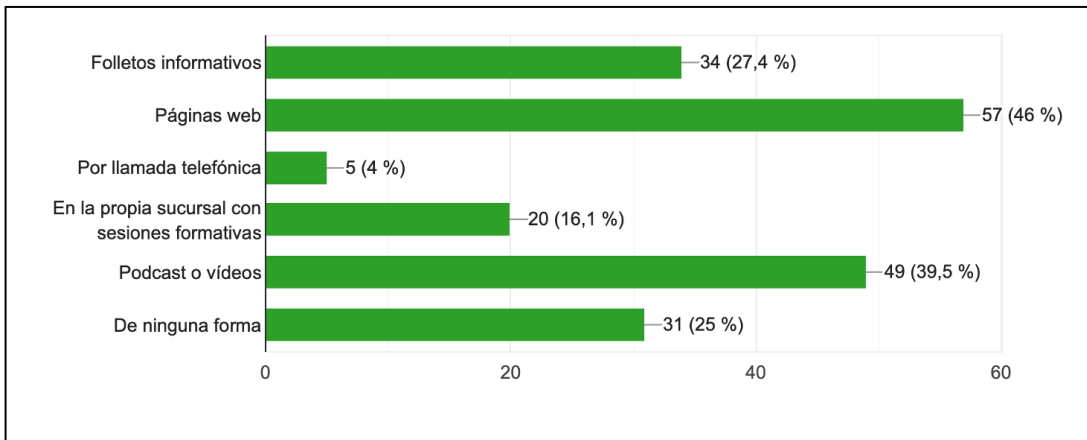
4.3 Voluntad del consumidor por aprender a utilizar productos financieros sostenibles.

Ante los resultados anteriores, cabría preguntarse si el hecho de utilizar o no productos financieros sostenibles ya no es por una falta de conocimiento sino por la propia voluntad del consumidor minorista. Es decir, la cuestión a tratar es si verdaderamente el consumidor final tiene cierto interés en estos productos para luego poder utilizarlos en sus inversiones. Los datos son claros, prácticamente el 75% de los encuestados, es decir, tres cuartos de la muestra tienen un interés en introducirlos en su vida cotidiana. Frente únicamente a un 25% que niega su interés ante este tipo de corriente financiera.

Por tanto, sí se puede afirmar que hay un interés en la población por este tipo de productos, lo que ahora hace preguntarse que como es posible que, habiendo interés por parte del consumidor final, tan poca gente los conozca y, en consecuencia, que tan poca gente los utilice, cuestión que se analizará más adelante.

Al hilo de la anterior pregunta, se pregunta a los encuestados cual sería el medio óptimo para ellos para aprender o conocer más sobre la inversión sostenible y los productos financieros de la que ésta se compone (figura 9).

Figura 9: Preferencias sobre la forma de aprendizaje de productos financieros sostenibles.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

Dejando de lado el 25% que no tiene interés alguno en la materia, si nos fijamos en los resultados, la opción principal con diferencia para aprender sobre este producto son las páginas web con la mitad de los encuestados, posicionándose como la opción más práctica. En segunda posición, se encuentran los podcast o vídeos para aprender con prácticamente un 40% de los encuestados, lo que muestra que las nuevas tendencias de comunicación funcionan y que el público lo demanda ya no solo como forma de entretenimiento sino también como método de aprendizaje.

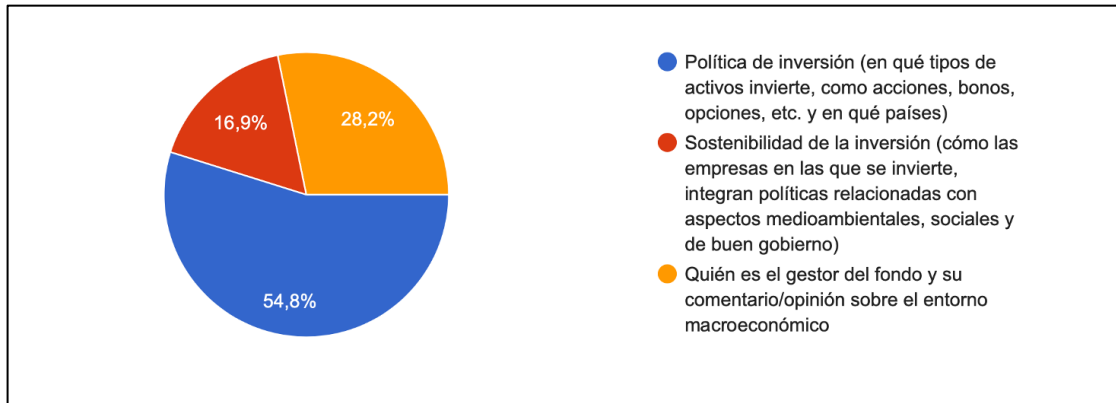
Si uno analiza estos datos se pueden extraer conclusiones muy variadas sobre el perfil del inversor, la edad que tiene y que método prefiere para invertir. Si nos fijamos en los encuestados que se sitúan entre el rango de edad entre los 18 y 30 años, la mayoría de respuestas han solicitado informarse a través de páginas web y/o podcasts y vídeos. En cambio, de los encuestados entre 31 a 40 años, sigue apareciendo las páginas web como opción favorita, pero esta se vez complementada con los folletos informativos como forma de aprender sobre finanzas sostenibles. Posteriormente, entre las franjas de los 41 años a los 50 y los 51 a los 60, siguen siendo las páginas web como medio preferido para aprender, pero su vez, la segunda opción más elegida es aprender en la propia sucursal de los bancos comerciales a través de sesiones formativas. Por último, si uno hace un análisis de los encuestados a partir de los 60, los datos vuelven a cambiar pues las opciones más marcadas son a través de folletos informativos y a través de las

sesiones formativas en las propias sucursales. Varias conclusiones se pueden extraer de esto, lo primero, que aprender directamente a través de una llamada telefónica, no ha sido preferido por casi nadie, lo que deja entrever que probablemente este no sea el mejor medio para el aprendizaje del consumidor. Por otro lado, vemos cómo el uso de las nuevas tecnologías y la metodología *on-line* a la hora de establecer un método pedagógico ha afectado notablemente a ciertas franjas de edad, sobre todo las más jóvenes, y conforme uno analiza la muestra de la población más longeva, los consumidores prefieren aprender a través de sistemas pedagógicos más tradicionales, basados en la formación presencial y en herramientas físicas.

4.4 Ponderación entre rentabilidad y riesgo a la hora de invertir.

Las dos preguntas siguientes tienen un mismo hilo conductor y es discernir entre cuáles son los aspectos de la inversión que más valora la muestra encuestada. Ante ello, se decidió dividir la pregunta en dos ya que las opciones a elegir eran muy dispares. Por un lado, se dividió en la pregunta clásica a la hora de ponderar cualquier producto financiero, el análisis entre rentabilidad (definida como los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión) y riesgo (definido como la posibilidad de perder parte o todo el dinero invertido). Sobre la muestra total de todos los encuestados, vemos prácticamente una paridad absoluta a la hora de primar uno de estos dos componentes de la inversión. Un 52% de los encuestados primaron la opción del riesgo de la inversión frente a un 48% que consideraron más importante la rentabilidad que éste puede generar. La conclusión que se puede extraer de esto es que la dicotomía entre rentabilidad y riesgo entre la muestra tomada es muy parecida, igualando entre aquellos encuestados más arriesgados que anticipan mayores ganancias y aquellos más conservadores que prefieren evitar posibles pérdidas.

Figura 10: Ponderación entre Política, Sostenibilidad, o Gestoría del fondo a la hora de invertir.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

En relación con lo explicado en la anterior pregunta, se volvió a preguntar a la muestra otras tres opciones que ponderaban más a la hora de realizar una inversión. Aquí se propusieron otras tres variables que suelen salir bastante analizadas en los folletos explicativos de los productos financieros de la banca comercial, la política de inversión (en qué tipo de activos invierte, como acciones, bonos, opciones, etc. y en qué países), sostenibilidad de la inversión (como las empresas en las que se invierte, integran políticas relacionadas con aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno) y quién es el gestor del fondo y su comentario/opinión sobre el entorno macroeconómico.

Analizando los resultados (ver figura 10), más de la mitad de los encuestados (casi un 55%) primaron la política de inversión, frente a quien era el gestor del fondo y en último lugar, el menos elegido, solo el 17% de los encuestados consideraron la sostenibilidad como aspecto primario de la inversión frente al resto de opciones. Estos resultados demuestran que los consumidores a la hora de valorar los diferentes aspectos de la inversión no tienen como factor preponderante la sostenibilidad del producto financiero, sino que prefieren dar más importancia a otros aspectos antes que en su consideración pueden afectar más al desarrollo y progreso de la inversión.

5. Conclusiones finales

Partiendo de que se ha utilizado una muestra poblacional completamente aleatoria, que tiene un tamaño de $n=124$ podríamos calcular el margen de error de la encuesta. Este nos señala en qué medida y proporción se puede esperar que los resultados de la encuesta reflejen las opiniones de la población en general. Si se quiere luego aplicar los resultados y extrapolarlos a la población general española habrá que calcular ese margen de error. Realizando estos cálculos, nos da un margen de error de un 7% lo cual es aceptable para una encuesta de estas características.

Así las cosas, si analizamos los resultados, partimos de la base de que aproximadamente la mitad de la población española conoce lo que es el concepto de finanzas sostenibles. Es una buena base de partida para un concepto que es de reciente implantación en España. Pero, a la hora de ver que tal profundo es ese conocimiento, nos encontramos que prácticamente el 85% de los encuestados, o no conoce nada, o conoce poco en profundidad las implicaciones que derivan del concepto.

Como ya se mencionó anteriormente, esta muestra no representa el conjunto general de la población española, pues el porcentaje de gente con estudios superiores es mayor que la media poblacional. Pero al ser el concepto de finanzas sostenibles algo relativamente novedoso también es importante valorar que, si de los resultados se desprende que las personas encuestadas (las cuales la mayoría cuentan con educación superior) no conocen este concepto y menos aún lo utilizan en sus decisiones financieras cotidianas, una gran parte de la población en general tampoco conocerá este tipo de productos financieros, evidenciando el problema de comunicación de las estrategias comerciales de las instituciones financieras.

Esto nos revela que aún falta mucho trabajo por hacer a los bancos y a las grandes instituciones financieras para acercar las finanzas sostenibles al consumidor final de una manera más plena y efectiva.

A la hora de preguntar al consumidor si conoce la oferta de productos sostenibles de su banco, más de dos tercios afirmaron no conocer si sus bancos comerciales ofertaban este tipo de productos. Como ya se analizó anteriormente, esto es un problema grave,

ya que hoy en día casi todos los grandes bancos que operan en España ofrecen estos productos, dedican una cantidad enorme de dinero para publicitarlos, y la realidad es que esta comunicación no llega a calar en el consumidor final, porque solo un tercio de ellos se enteran de que alternativas sostenibles tienen disponible como método de inversión. Esto evidencia que algo en la estrategia de comunicación de la banca comercial falla, ya sea en su forma o contenido no acierta a la hora de informar al cliente en las opciones de asesoramiento sostenible que tiene a su alcance.

Aquí uno podría plantearse achacar al propio consumidor que las estrategias de comunicación no sean efectivas por falta de interés, pero los resultados demuestran que prácticamente el 75% de la población estaría interesada en aprender sobre estos productos. Por tanto, esta situación evidencia que hay un *gap* entre la demanda de conocimiento sobre la inversión sostenible, y la efectividad de la información ofertada por las instituciones financieras.

Al hilo de los resultados, también es importante incidir en como de importante es para el consumidor final los productos sostenibles. Si uno analiza la muestra y lo extrapola a la población general, observa que únicamente un 12% de la población ha utilizado alguna vez estos productos, resultado que evidencia la falta de implantación en nuestras decisiones financieras cotidianas de este tipo de productos. Unido a esto, cuando el consumidor final es preguntado que pondera más en la inversión, suele relevar a los últimos puestos la sostenibilidad del producto financiero. Esto implica que, hoy en día, el consumidor valora como más importante otros aspectos de la inversión, cosa que los bancos comerciales también han de tenerlo en cuenta, pues tampoco sería lógico que dedicasen la totalidad de sus recursos a este tipo de productos si luego tampoco tienen tanta aceptación práctica en el mercado.

Por último, en relación con los resultados alcanzados, lo recomendable sería que los bancos enfocasen sus estrategias de comunicación de los productos financieros segmentando por edades. Esto es debido a que, cada segmento de edad suele tener una forma preferida de informarse. No tendría sentido alguno, ofertar, por ejemplo, todos estos productos a través de folletos informativos o clases presenciales en las sucursales, pues los jóvenes no harían caso a esta información al igual que tampoco tendría sentido

informar a todos los clientes a través de plataformas online o podcasts porque el segmento senior de la población tampoco les haría ningún caso y los recursos invertidos serían inútiles y una pérdida de dinero. Los resultados muestran, que el banco debería ofertar estos productos sostenibles partiendo de una estrategia de comunicación multicanal, para así enfocar la información a cada segmento de la población de una manera más efectiva y eficiente.

6. Perspectiva de futuro

Como ya se introdujo al inicio de este trabajo la fusión y sinergia entre los criterios ESG y las empresas es inevitable. Según el Barómetro ODS 2022, impulsado por ESADE el ahorro en costes (54%) y la mejora en la reputación de marca (52,7%), son los dos principales beneficios que encuentran los empresarios a raíz de su implantación en las empresas (El Mundo, 2024). Es decir, que apostar por la sostenibilidad, no solo implica un interés altruista, sino que provoca mejoras indudables en los resultados de la empresa y está claro que los bancos hacen buena cuenta de ello. El asunto entonces es analizar como impulsar la sinergia entre la sostenibilidad de los productos financieros de los bancos y el apoyo de los clientes. Como se ha visto, de nada vale una oferta masiva de estos productos si el consumidor no tiene interés, o pesar de tener interés, la información que necesita para invertir no llega de la manera adecuada. Lo que es claro es que el consumidor final solo invertirá en aquellos productos que conoce y haya interiorizado y de nada vale una oferta masiva de los mismos sin que sus características, beneficios e implicaciones se interioricen en la conciencia del consumidor final.

Está claro que el nivel de cultura financiera del español es bajo, y este dato no solo se puede extraer de las respuestas de los encuestados, de hecho, los datos del Eurobarómetro de 2023 sobre cultura financiera y la 'Encuesta de Competencias Financieras' relativa a 2021 pone de manifiesto la reducida cultura que en este relevante ámbito existe en España, sobre todo si lo comparas con otros países del centro y norte de Europa (Eurobarómetro, 2023).

Todos estos unidos a la información analizada de la encuesta muestran el escaso conocimiento de asuntos básicos económicos por parte de la población general española. El primer problema lo encontramos en la educación. En la ESO, se toma como optativa en el último año y en bachillerato solo es obligatoria para aquellas personas que decidan cursar el bachillerato de Ciencias Sociales (según la nueva LOMLOE). Esto supone que una gran parte de estudiantes saldrán de la etapa escolar sin nociones básicas de una asignatura a la cual se enfrentarán diariamente en sus vidas.

Asumido que la formación escolar en economía puede resultar insuficiente, cabe preguntarse qué otras opciones hay para que el consumidor final tenga nociones básicas que le ayuden a comprender el entorno económico que le rodea. Dejando de lado carreras universitarias y másteres en relación con esta ciencia hay que mirar más allá del sector educativo y poner la vista en las instituciones financieras.

Los bancos e instituciones financieras deben de ser los que en parte enseñen y atraigan al consumidor final a este tipo de inversiones pues el desconocimiento de los propios consumidores les aleja de las mismas (Salas, M., 2021). Esto que se plantea como un reto, también es la oportunidad perfecta para la sinergia anteriormente mencionada, el consumidor tiene interés y los bancos comerciales tienen las herramientas y el capital para poder llevar a cabo estrategias de comunicación que de manera pedagógica ayuden a los consumidores finales a enterarse de cuáles son los productos financieros a su alcance y como utilizarlos, incluidos entre ellos, los productos de inversión sostenible. Con este impulso se alcanzaría un triple beneficio, el individual, ya que el tener unos conocimientos básicos de educación financiera ayuda a los consumidores a ser financieramente capaces, a entender el entorno económico y a aumentar la aceptación de productos y servicios financieros (Dare et al., 2020). A nivel colectivo, el tener una sociedad educada financieramente contribuye a la prosperidad económica y a la reducción de desigualdades (Lusardi y Mitchell, 2014). Y a nivel empresarial como la oportunidad perfecta para invertir en unos posibles clientes futuros los cuales cada vez conozcan más la oferta financiera y decidan apostar por ella.

Al hilo de lo anterior una medida clara y concisa que se podría proponer para ir salvando este *gap* es a través de los test MiFID. Implantados ya desde el 2007 pero de obligado

cumplimiento en el ordenamiento jurídico español a partir del 2018 a través de la transposición de la Directiva 2014/65/EU. La ejecución de estas pruebas tiene como propósito proporcionar al banco un entendimiento exhaustivo de las competencias y trayectoria en los mercados financieros por parte de sus clientes. Asimismo, busca evaluar su situación financiera, capacidad para gestionar riesgos y metas de inversión (Caixabank, 2024). Este proceso capacita al banco para personalizar sus recomendaciones, ofreciendo a cada cliente productos de inversión que se ajusten de manera óptima a su perfil individual. El análisis minucioso de estos aspectos garantiza que las ofertas financieras sean estratégicamente alineadas con las necesidades y objetivos específicos de cada cliente, fortaleciendo así la relación de confianza y asegurando una gestión de inversiones eficaz.

En consecuencia, una opción que podría proponer es incluir, en este test obligatorio que todo consumidor ha de realizar a la hora de hacer una inversión bancaria, algunas preguntas sobre el concepto de ESG o de finanzas sostenibles. Con ello, hay un doble beneficio, para el cliente que si es conocedor del concepto de las finanzas sostenibles ya podrá conocer que el banco ofrece estos productos y que están disponibles para sus inversiones financieras, por otro lado, el cliente que desconoce este concepto se podría plantear por primera vez que son este tipo de inversiones, actuando como un primer acercamiento. Así se podría potenciar tanto el conocimiento de todo tipo de inversores y los bancos comerciales se asegurarían de que los clientes ya tienen una noción mínima de que productos les ofrecen en materia de inversión sostenible.

Como conclusión, incido en la idea de que los bancos han de tener un papel activo en este trasvase de conocimiento adaptando sus estrategias de comunicación a todos los segmentos de edades para que la información llegue y sea receptiva al consumidor final. Estrategias de publicidad, inversión en enseñanza, facilidad de acceso y simplificación de trámites para el consumidor final, atención personalizada a través de internet o por teléfono, cursos online a través de plataformas MOOC... la infinidad de posibilidades que se podrían proponer para el acercamiento evidencia que no están tomando las medidas correctas que acerquen estos productos a la población en general. Está claro que es una inversión, pero una inversión que hará que los consumidores por fin se tengan un conocimiento mínimo de la sostenibilidad de los productos financieros y hará

que sean los mismos los que decidan invertir en estos productos financieros porque como ya se demostró en la encuesta hay un interés real y efectivo en los mismos. Solo falta salvar este gap, y se encontraría una sinergia, entre los intereses del banco de posicionar estos productos y los clientes que buscarán no solo rentabilidad sino una inversión socialmente responsable de acuerdo con los criterios ESG para buscar un mundo más sostenible, con el objetivo de la búsqueda a largo plazo del desarrollo a través de la creación de riqueza.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos de Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Fernando Lisbona estudiante de 5º de Derecho y Administración de Empresas (E-3) de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "El consumidor final ante la inversión sostenible" declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

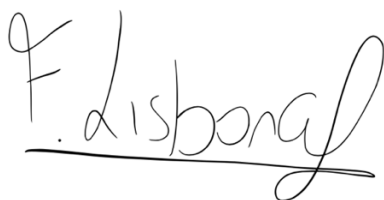
- No he usado ninguna

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares).

Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 10 de febrero de 2024

Firma: Fernando Lisbona González

A handwritten signature in black ink, appearing to read "F. Lisbona", with a horizontal line underneath the name.

Bibliografía

Belinchón, F. (2021). *Qué es y qué no es una inversión sostenible*. Cinco Días.

Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/03/12/mercados/1615573318_835418.html

Bioy, H. (2020). *Do Sustainable Funds Beat their Rivals?*. Morningstar. Recuperado el 4

de febrero de 2024 de <https://www.morningstar.co.uk/uk/news/203214/do-sustainable-funds-beat-their-rivals.aspx>

Castelló, V. (2020). *El COVID-19 inmuniza el auge de la inversión responsable*. Cinco

Días. Recuperado el 28 de enero de 2024 de

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/04/21/fondos_y_planes/1587482206_295948.html

¿Cómo funciona un plan de pensiones sostenible?. (s.f.) Mapfre. Recuperado el 2 de

noviembre de 2023 de <https://www.mapfre.es/ahorro-inversion/planes-de-pensiones/articulos/como-funciona-un-plan-de-pensiones-sostenible/>

Cómo solicitar un 'green loan' o préstamos verdes para tu empresa. (2021). BBVA.

Recuperado el 2 de noviembre de 2023 de

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-obtener-un-green-loan-o-prestamos-verdes-para-tu-empresa/>

Definición de economía sostenible. (2023). Real Academia Española, 2023. Recuperado

el 14 de diciembre de 2023 de <https://dpej.rae.es/lema/economía-sostenible>

ESG, ¿cómo realizar inversiones sostenibles y responsables?. (s.f.). Iberdrola.

Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de

<https://www.iberdrola.com/compromiso-social/criterios-esg>

Esteban, I. (2023). *Préstamos verdes para proyectos ecológicos*. HelpMyCash
Recuperado el 28 de noviembre de 2023 de
<https://www.helpmycash.com/creditos/prestamo-verde/>

Estos son los principales beneficios que encuentran los empresarios que apuestan por la sostenibilidad. (2024). El Mundo, Recuperado el 4 de febrero de 2024 de
<https://compartiendoconocimiento.elmundo.es/las-verdaderas-ventajas-de-aplicar-los-criterios-esg-a-tu-compania>

Ética y buen gobierno. (2022). Iberdrola. Recuperado el 28 de noviembre de 2023 de
<https://www.iberdrola.com/gobierno-corporativo/etica-transparencia-buen-gobierno>

Fondos de Inversión. (s.f.). Comisión Nacional del Mercado de Valores. Recuperado el 4 de febrero de 2024 de <https://www.cnmv.es/Portal/inversor/Fondos-Inversion.aspx>

García, M.M. (2023). *El impacto de la transformación digital en las empresas sociales*. IEB. Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de
<https://www.iebschool.com/blog/impacto-transformacion-digital-empresas-sociales-digital-business/>

Hernández, E. (2017). *Préstamos verdes, una herramienta para financiar el desarrollo sostenible*. BBVA. Recuperado el 28 de noviembre de 2023 de
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-son-prestamos-verdes-que-financian/>

Inversión Socialmente Responsable. (2022). Robeco. Recuperado el 22 de enero de 2024 <https://www.robeco.com/es-es/glosario/inversion-sostenible/inversion-socialmente-responsable>

Karppinen, U. (2019). *Bonos ESG: temas y tendencias clave en 2019*. BBVA. Recuperado el 4 de febrero de 2024 de <https://www.bbva.com/es/bonos-esg-temas-y-tendencias-clave-en-2019/>

Los bonos verdes cumplen 10 años: un modelo para fomentar la sostenibilidad en los mercados de capital. (2019). Banco Mundial. recuperado el 14 de diciembre de 2023 <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2019/03/18/10-years-of-green-bonds-creating-the-blueprint-for-sustainability-across-capital-markets>

Lusardi, A. y Mitchell, O. S. (2014). *The economic importance of financial literacy: Theory and evidence*. Journal of Economic Literature, 52, pp. 5–44.

Mezcua, J. (2023). *Análisis de la Hipoteca de Casa Eficiente del BBVA*. HelpMyCash. Recuperado el 28 de enero de 2024 de <https://www.helpmycash.com/hipotecas/bbva/hipoteca-casa-eficiente/>

Microcréditos verdes. (2023). Dineo. Recuperado el 28 de noviembre de 2023 de <https://www.dineo.es/blog/que-son-microcreditos-verdes/>

Microcréditos verdes: ¿en qué consisten y qué los caracteriza?. (2023). Work Capital. Recuperado el 28 de noviembre de 2023 de <https://www.workcapital.es/microcreditos-verdes-que-son/>

Monitoring the level of financial literacy in the EU. (2023). Eurobarometer. Recuperado el 22 de enero de 2024 de <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2953>

Moreno, M. (2022). *Inversión verde: pros y contras de una estrategia en revisión*. Cinco Días. Recuperado el 4 de febrero 2024 https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/12/02/fondos_y_planes/1669991566_484648.html

Natalucci, F., Suntheim, F. y Vandenbussche, J. (2021). *Los fondos de inversión como motores de la transición verde*. IMF. Recuperado el 28 de enero de 2024 de <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2021/10/04/gfsr-ch3-how-investment-funds-can-drive-the-green-transition>

Nivel de formación de la población adulta (de 25 a 64 años). (2023). Instituto Nacional de Estadística. Recuperado el 2 de noviembre de 2023 de https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481659&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888

Orús, A. (2023). *Número anual de vehículos eléctricos matriculados en España 2013-2022*. Statista. Recuperado el 22 de enero de 2024 de <https://es.statista.com/estadisticas/729638/numero-anual-de-vehiculos-electricos-matriculados-espana/>

Pérez, G. (2023). *Poco interés y una confianza mal entendida: por qué los españoles apenas aprueban en conocimientos financieros*. El Mundo. Recuperado el 22 de enero de 2024 de <https://compartiendoconocimiento.elmundo.es/las-verdaderas-ventajas-de-aplicar-los-criterios-esg-a-tu-compania>

Plan MOVES III. (2023). Audi. Recuperado el 28 de enero de 2024 de <https://www.audi.es/es/web/es/electromovilidad/plan-moves.html>

Porter, E., y Kramer, M.R. (2011). *Creating Shared Value. How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth*. Harvard Business Review. Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de <https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>

Préstamo Coche Ecológico. (s.f.). BBVA. Recuperado el 22 de enero de 2024
<https://www.bbva.es/personas/productos/prestamos/prestamo-coche-ecologico.html>

¿Qué entendemos por Inversión Socialmente Responsable?. (s.f.). BBVA. Recuperado el 20 de diciembre de 2023 Disponible en: <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/fondos-inversion/inversion-socialmente-responsable.html>

¿Qué es la Inversión Socialmente Responsable y cuáles son los criterios ESG?. (2019). Bankinter. Recuperado el 20 de diciembre de 2023 de <https://www.bankinter.com/blog/mercados/inversion-socialmente-responsable>

¿Qué es la inversión sostenible y cuáles son sus beneficios?. (2022). BBVA. Recuperado el 22 de enero de 2024 de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-inversion-sostenible-y-cuales-son-sus-beneficios/>

¿Qué es la inversión sostenible y qué son los criterios ASG por los que se rige? (s.f.). Santander Asset Management. Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de <https://www.santanderassetmanagement.com/es/sostenibilidad/que-es-la-inversion-sostenible-y-por-que-se-rige-por-los-criterios-asg#>

¿Qué son los criterios ESG y cómo medir la sostenibilidad empresarial?. (2023). Henkel. Recuperado el 28 de enero de 2024 de <https://www.henkel.es/actualidad/2023-03-21-esg-criterios-sostenibilidad-1811318>

¿Qué son los fondos de inversión verdes?. (2023). Ecolec. Recuperado el 4 de febrero de 2024 de <https://ecolec.es/greenblog/actualidad/que-son-los-fondos-de-inversion-verdes/>

- ¿Qué son los préstamos verdes?. Características y ventajas.* (2022). Santander.
Recuperado el 28 de noviembre de 2023 de <https://www.santanderconsumer.es/blog/post/que-son-los-prestamos-verdes-caracteristicas-y-ventajas>
- ¿Qué son los préstamos verdes y como utilizarlos?.* (2022). EUDE. Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de <https://www.eude.es/blog/que-son-los-prestamos-verdes-y-como-utilizarlos/>
- ¿Qué son las siglas ASG o ESG?.* (2023). Pacto Mundial. Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de <https://www.pactomundial.org/noticia/la-sostenibilidad-empresarial-desde-las-siglas-asg-o-esg/>
- ¿Qué son los Test MiFID?.* (2024). Caixabank. Recuperado el 22 de enero de 2024 de <https://www.caixabank.es/particular/cultura-financiera/test-mifid.html>
- Report on us Sustainable and Impact Investing Trends.* (2020). U.S. SIF Foundation.
Recuperado el 28 de enero de 2024 de <https://www.ussif.org/files/US%20SIF%20Trends%20Report%202020%20Executive%20Summary.pdf>
- Rodríguez, D. (2023). *Hipotecas verdes para viviendas ecológicas.* Gloval. Recuperado el 28 de enero de 2024 de <https://www.gloval.es/hipotecas-verdes/>
- Salas, M. (2021). *Educación financiera, alfabetización y resultados financieros.* Funcas.
Recuperado el 22 de noviembre de 2023 de <https://www.funcas.es/articulos/educacion-financiera-alfabetizacion-financiera-y-resultados-financieros/>
- Stobierski, T. (2022). *Sustainable Investing.* Harvard Business School. Recuperado el 4 de febrero de 2024 de <https://online.hbs.edu/blog/post/sustainable-investing>

Suárez, J. (2021). *Así es el test financiero del Banco de España: el 81% de los españoles no sabe responder bien a tres preguntas básicas*. El Mundo. Recuperado el 22 de enero de 2024 de <https://www.elmundo.es/economia/macroeconomia/2023/11/14/65523ce4e4d4d874358b4597.html>

Sustainability of the CCP. (2022). CCP Investments. Recuperado el 14 de diciembre de 2023 de <https://www.cppinvestments.com/the-fund/our-performance/sustainability-of-the-cpp/>

Sustainable Funds U.S Landscape Report. (2020). Morningstar. Recuperado el 4 de febrero de 2024 de https://www.morningstar.com/content/dam/marketing/shared/pdfs/Research/Sustainable_Funds_US_Landscape_021920.pdf

Viñuales, V. y Pueyo, M. (2019). *La inversión socialmente responsable*. ECODES. Recuperado el 20 de diciembre de 2023 de <https://ecodes.org/phocadownload/ISR2002.pdf>

Anexo. Encuesta

Título: El consumidor final ante la inversión sostenible.

A. ¿Cuántos años tienes?

- 18 a 30
- 31 a 40
- 41 a 50
- 51 a 60
- 61 a 70
- 71 o más

B. Nivel de estudios

- ESO o similar
- Bachillerato o FP
- Grado universitario
- Máster o Formación de postgrado

C. Sexo

- Hombre
- Mujer
- Otros / Prefiero no decirlo

1. ¿Conoces el concepto de finanzas sostenibles?

- Si
- No

2. Gradúa tu conocimiento sobre las finanzas sostenibles del 1 (nulo) al 5 (excelente).

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3. ¿Conoces si tu banco oferta productos sostenibles?

- Si
- No

4. ¿Qué productos financieros de esta lista conoces? Puedes marcar varios.

- Fondos de inversión sostenibles
- Fondos de pensión sostenibles
- Hipotecas verdes
- Bonos verdes
- Préstamos de vivienda de alta eficiencia energética
- Préstamos para la compra de un vehículo ecológico
- Fondos solidarios
- Ninguno

5. Si conocías alguno de los anteriores, ¿has utilizado alguno de los mismos? Puedes marcar varios. (Si no conocías ninguno, vuelve a marcar ninguno).

- Fondos de inversión sostenibles
- Fondos de pensión sostenibles
- Hipotecas verdes
- Bonos verdes
- Préstamos de vivienda de alta eficiencia energética
- Préstamos para la compra de un vehículo ecológico
- Fondos solidarios
- Ninguno

6. ¿Te gustaría aprender sobre estos productos?

- Si
- No

7. Si has contestado afirmativamente, ¿de cuáles formas te gustaría aprender más? Puedes marcar varias. (Si contestaste que no, marca de ninguna forma).

- Folletos informativos
- Páginas web
- Por llamada telefónica
- En la propia sucursal con sesiones formativas
- Podcasts o vídeos
- De ninguna forma

8. A la hora de elegir un fondo de inversión/pensiones, ¿a cuál de los siguientes aspectos le das más importancia?

- Rentabilidad (beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión)
- Riesgo (posibilidad de perder parte o todo el dinero invertido)

9. A la hora de elegir un fondo de inversión/pensiones, ¿a cuál de los siguientes aspectos le das más importancia?

- Política de inversión (en qué tipos de activos invierte, como acciones, bonos, opciones, etc. y en qué países)
- Sostenibilidad de la inversión (cómo las empresas en las que se invierte, integran políticas relacionadas con aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno)
- Quién es el gestor del fondo y su comentario/opinión sobre el entorno macroeconómico