



## City Research Online

### City, University of London Institutional Repository

---

**Citation:** Castello, I. (2023). Los retos de comunicar el ESG: 'greenwashing' y 'woke capitalism'. Harvard Deusto Business Review, 333,

This is the accepted version of the paper.

This version of the publication may differ from the final published version.

---

**Permanent repository link:** <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/30500/>

**Link to published version:**

**Copyright:** City Research Online aims to make research outputs of City, University of London available to a wider audience. Copyright and Moral Rights remain with the author(s) and/or copyright holders. URLs from City Research Online may be freely distributed and linked to.

**Reuse:** Copies of full items can be used for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes without prior permission or charge. Provided that the authors, title and full bibliographic details are credited, a hyperlink and/or URL is given for the original metadata page and the content is not changed in any way.

## Los retos de comunicar el ESG: el greenwashing y el woke capitalism

**Por Itziar Castelló, Profesora Titular (Reader) en la Escuela de Negocios Bayes Business School (antes Cass), City University of London.**

Desde 2021 con el anuncio de las Estrategias Net Zero del Reino Unido, la Estrategia de Adaptación para la Resiliencia Climática de la UE y el Plan de Acción de Finanzas Sostenibles de la UE, ha habido un cambio dramático en la forma en que la mayoría de las empresas que cotizan en bolsa, los bancos de inversión y fondos invierten. La inversión con criterios medioambientales, social y de buen gobierno, también llamado ESG, por su acrónimo en inglés (Environment, Social and Governance), se está convirtiendo en algo que se hace, o como dirían los anglófonos ya casi es “mainstream”. Ya ha llegado a las empresas y hasta los banqueros centrales afirman con rotundidad que se va a quedar. La gran pregunta que se hacen ahora las empresas es: cómo comunicar el ESG.

Comunicar las inversiones con criterios en ESG resulta problemático porque más allá de las propias complejidades técnicas de los instrumentos ESG, por ejemplo, como clasificar las carteras, como evaluar las empresas, que listas (o rankings) seguir, etc., la inversión con criterios ESG se está volviendo una cuestión sobre el rol político que toman las empresas.

Las teorías del rol político de la empresa han sido desarrolladas por un grupo de académicos, entre ellos Andreas Scherer, Profesor en la Universidad de Zúrich, Guido Palazzo, Profesor en la Universidad de Lausana y yo misma<sup>1</sup> en una serie de artículos en los que se argumenta que, pese a que la economía ha descrito a las empresas como actores económicos y no políticos (siendo los actores políticos principalmente el Estado), las empresas juegan un rol político importante en el mundo globalizado. El rol político de las empresas está en el desarrollo y apoyo de iniciativas de derecho no vinculante (también conocidas como derecho indicativo o legislación blanda). A través del desarrollo de estas normas de derecho no vinculante las empresas toman posición política en temas como el cambio climático yendo más allá de la legislación vigente.

La inversión en ESG, como todas las demás iniciativas que antes llamábamos de sostenibilidad o de responsabilidad social corporativa, al no estar reguladas completamente por los Estados, se han desarrollado a base de esta legislación no vinculante, con normas de libre aplicación y directrices muchas veces marcadas por asociaciones de las diferentes industrias. La inversión en ESG ha desarrollado multitud de estas normas, algunas de las más conocidas son: the Climate Disclosure Standards Board (CDSB), the Global Reporting Initiative (GRI), the International Integrated Reporting Council (IIRC), the Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Muchas de estas normas estas normas están siendo aplaudidas por la industria. Por ejemplo, Emmanuel Faber, presidente de la Junta Internacional de Normas de Sostenibilidad (ISSB), ganó aplausos en diciembre del 2022 cuando dijo que su organización

---

<sup>1</sup> Ver por ejemplo Scherer, A. G., Palazzo, G. (2011). ‘The new political role of business in a globalized world - a review of a new perspective on csr and its implications for the firm, governance, and democracy’. *Journal of Management Studies* 48, 4, 889-931. También mi artículo Castelló, I., Lozano, J. M. (2011). ‘Searching for new forms of legitimacy through corporate responsibility rhetoric’. *Journal of Business Ethics* 100, 1, 11-29.

quiere finalizar sus normas en los próximos meses. El trabajo de Faber para integrar los estándares de sustentabilidad en los informes corporativos es parte de una aceleración global en este frente.

Algunas de estas normas están siendo adoptadas por los Estados como parte de su legislación. En Singapur, por ejemplo, las divulgaciones climáticas se han vuelto obligatorias para las empresas financieras que cotizan en la bolsa de valores del país. En Europa, se está elaborando una propuesta para una directiva sobre la debida diligencia en sostenibilidad empresarial (CSDD), que obligaría a las empresas a prestar más atención a las cuestiones de derechos humanos en sus cadenas de suministro. Se espera que las negociaciones de la UE para completar estas reglas comiencen en abril del 2023.

Sin embargo, las normas de divulgación climática también están retrocediendo en lugares tan importantes como los EE. UU. En EE. UU. Las empresas que reportan teniendo en cuenta criterios sostenibles y siguiendo normas como el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) están sufriendo desinversión y algunas de las reglas propuestas por la Comisión de Bolsa y de Valores de EE.UU. la SEC (Securities and Exchange Commission) que promovían el ESG están siendo impugnadas en los tribunales en varios de los estados de mayoría republicana; el destino de las divulgaciones climáticas en los EE. UU. podría estar en juego hasta bien entrado 2024.

Hoy en día, hay grupos de interés que requieren que las empresas inviertan más y mejor en ESG y que sobre todo se haga mejor su escrutinio llegando a acusar a las empresas que no gestionan bien la comunicación en ESG de lavado verde, o lo que se conoce en inglés como “greenwashing”. Pero también hay grupos de interés que denostan el cambio climático y que están empezando a sancionar a las empresas que invierten con criterios ESG. Esto es lo que se conoce se esta empezando a denominar en Estados Unidos como “woke capitalism” que se puede traducir al español como “capitalismo del despertar”. La adecuada gestión de la comunicación en ESG se está volviendo cada vez más compleja y necesaria.

### *El greenwashing y cómo gestionarlo*

Alegaciones de greenwashing ocurren cuando las empresas hacen declaraciones falsas o engañosas sobre sus credenciales medioambientales, ya sea sin querer o como una estrategia de marketing deliberada. Las alegaciones de greenwashing pueden estar relacionadas con una mala aplicación de la norma, o una aplicación de normas laxas, pero a menudo son acusaciones de mala comunicación. Los grupos de interés reclaman que las empresas comuniquen que se esta haciendo en materia de inversión en ESG o en programas de sostenibilidad de forma clara y fehaciente, que se rinda cuentas de lo que se hace a través de medios de transparencia creíbles. En resumen, que lo que se comunique esté claro, sea creíble y esté respaldado con evidencia. Las alegaciones de greenwashing se están convirtiendo en algo técnico, en el que incluso las autoridades de competencia de mercados están denunciando. Por ejemplo, en enero del 2023, la Autoridad de Competencia y Mercados del Reino Unido anuncio que examinaría alimentos y bebidas, productos de limpieza, artículos de tocador y artículos de cuidado personal en busca de problemas que incluyen "declaraciones ecológicas vagas y amplias" y "gammas enteras marcadas incorrectamente como 'sostenibles'" para abrir una investigación sobre empresas específicas si la evidencia

sugiere que las afirmaciones ecológicas podrían ser infundadas<sup>2</sup>. A este respecto también la Comisión Europea ha incluido en su proyecto de ley el requerimiento de que las afirmaciones ecológicas estén respaldadas con evidencia ya que alega que más de la mitad de tales afirmaciones son engañosas.

A menudo, las acusaciones de greenwashing también están relacionadas con lo que en comunicación se llama discurso aspiracional (aspirational talk, en su término en inglés). Estos discursos aspiracionales describen lo que la empresa tiene aspiración de ser y no lo que es en la actualidad, por ejemplo, a través del anuncio de objetivos de reducción de emisiones de carbono, lejanos y difíciles de conseguir. Ejemplos de discursos aspiracionales seguidos de acusaciones de greenwashing son las campañas de las empresas eléctricas anunciando que ya eran verdes, cuando en realidad la generación de energías renovables era un porcentaje relativamente pequeño de su cartera fueron campanas que suscitaron muchas alegaciones de greenwashing. También Noruega, el mayor productor de petróleo de Europa occidental, se ha enfrentado durante mucho tiempo al escrutinio por la disonancia entre sus objetivos ecológicos, como prohibir la venta de nuevos automóviles de gasolina para 2025, y su extracción de petróleo y gas. Noruega ha tenido problemas para iniciar una industria local de energía eólica de cualquier tamaño debido a la oposición a las granjas en tierra y, en cambio, se está enfocando en instalaciones en alta mar para agregar a sus extensos recursos hidroeléctricos.

Desde la inversión con criterios de ESG el greenwashing es un problema de comunicación pero también de riesgo. Las empresas que creen en su propio greenwashing están incorporando responsabilidades y acumulando riesgos para sus propios inversores. La empresa de inversión alemana DWS es un estudio de caso importante. Esta empresa está siendo investigada por las autoridades alemanas y estadounidenses por acusaciones de exageración de los factores ESG en las decisiones de inversión. El desenlace de investigación sentará un importante precedente pero su director ejecutivo Stefan Hoops ya anuncio que no haría más comunicaciones de carácter aspiracional diciendo en diciembre del 2022: "No me escucharán usar términos como 'líder' o 'clase mundial'", en relación a estas alegaciones de greenwashing y de aspirational talk.

En mi artículo sobre los discursos aspiracionales de las empresas<sup>3</sup> alego que el problema de estos discursos es que se realizan sin que haya conexión con los grupos de interés clave tanto en la producción como en la comunicación del mensaje. Esta desconexión lleva a que los grupos de interés elaboren críticas negativas que aumentan en intensidad a medida que la comunicación se hace mas lejana. Por ello, la gestión del greenwashing, necesita de dos elementos fundamentales. Primero, la correcta aplicación de la norma y la producción de la norma y de los instrumentos de rendición de cuentas que lleguen a los consumidores o a los inversores, en caso de la inversión en ESG. Comunicar en detalle apoyado con normas de información que ayuden a mostrar la evidencia es fundamental. En estos casos, el principio de prudencia es siempre el más importante: a no ser que se pueda probar con evidencias suficientemente robustas no se debe comunicar. En el caso de la inversión en ESG, es cada

---

<sup>2</sup> Segun el articulo del Financial Times escrito por Judith Evans el 26 de Enero 2023 "UK food and toiletries face scrutiny over green claims".

<sup>3</sup> Winker, P., Etter, M., Castello, I. (2020). 'Vicious and virtuous circles of aspirational talk: From self-persuasive to agonistic csr rhetoric'. Business and Society 59, 1, 98-128.

vez más importante ir más allá de los rankings para establecer unos criterios de inversión propios en los que se definan objetivos y el cumplimiento de los objetivos ambiciosos y creíbles de las empresas en las que se invierte. Grandes fondos de inversión como Blackrock han creado sus propias plataformas de medición con criterios de ESG. A su vez, multitud de plataformas como Workviva, Refinitiv, etc. están apareciendo en el mercado para proveer soluciones de ESG. Entender que hay detrás de los rankings y los datos es fundamental. Para ello hay que trabajar con las plataformas y exigir a las plataformas rendición de cuentas.

El segundo elemento para evitar las alegaciones de greenwashing es la gestión del discurso aspiracional. El discurso aspiracional es necesario en la comunicación de las empresas. Se deben comunicar las aspiraciones, los objetivos de futuro, lo que la empresa quiere llegar a ser. El futuro debe ser ilusionante y nos debe llevar a esforzarnos por ser mejores. Sin embargo, debido en parte a la historia de desilusiones y desconfianza sobre los objetivos de mejora del medioambiente y la equidad social de muchas empresas, es cada vez más importante que la comunicación del futuro sea creíble. Una retórica demasiado ambiciosa y poco creíble es perjudicial. Para entender cuál es el punto óptimo que no genere crítica y desganche por parte de los grupos de interés hay que entender que las construcciones de los discursos son colectivas. La construcción del discurso colectivo se genera a través de la relación, lo que se llama en inglés el “engagement”. La relación hace que los marcos cognitivos se puedan aproximar, es decir, lo que pienso yo de ti se hace más cercano delo que tú quieres que piense yo de ti si tenemos una relación fuerte. Desarrollar esa relación no es ni fácil ni barato. Primero, hay que entender quiénes son los nuevos grupos de interés que influyen en la formación de los discursos y que pueden llegar a desarrollar acusaciones de greenwashing creíbles y dañinas. Ir mas allá de los grupos de interés tradicionales con los que se lleva haciendo lobby durante años es importante. La forma en la que se generan discursos y opiniones está cambiando, no hay más que ver como se comunican los jóvenes y no tan jóvenes, el rol de las nuevas redes sociales en la generación de información y de desinformación. También en la generación de nuevos discursos que crean las prioridades sociales. Ser capaces de tener esa capacidad de comprender quienes son los nuevos grupos de interés y cuáles son sus discursos es clave para desarrollar una relación con ellos. Segundo, hay que tener la voluntad de querer cuidar la relación. Hay que entender que las relaciones con los grupos de interés se suelen forjar en espacios en conflicto. Entender las características del espacio en conflicto es importante para entender cómo desarrollar la relación. En mi artículo recientemente publicado en la revista *Business Ethics Quarterly*<sup>4</sup> muestro como entender los espacios en conflicto para el desarrollo de las relaciones con los grupos de interés. En conflicto se puede llegar a acercar discursos y posiciones cuando hay voluntad de inclusión del otro. Lo importante es dejar ver al otro como enemigo y tratarlo como adversario al que hay que incluir en la relación. Para ello, hay que dedicar recursos especializados en la gestión de los grupos de interés. No basta con participar en las conversaciones en los medios sociales o pertenecer a foros de debate. La relación es la clave en calidad de contrincante es la base de la buena gestión de los grupos de interés y de la reducción de las alegaciones de greenwashing<sup>5</sup>.

---

4 Castelló, I. and D. Lopez-Berzosa (2021). "Affects in Online Stakeholder Engagement: A Dissensus Perspective." *Business Ethics Quarterly Online* first: 1-36.

<sup>5</sup> En mi artículo Castelló, I., et al. (2016). "Strategies of Legitimacy through Social Media: The Networked Strategy." *Journal of Management Studies* 53(3): 402-432, muestro como una empresa farmaceutica internacional fue capaz de gestionar las relaciones con los grupos de interes con exito utilizando de forma diferente los medios sociales.

## *El woke capitalism (o el capitalismo del despertar) y cómo gestionarlo*

El segundo gran desafío al que se están enfrentando las empresas que quieren desarrollar sus inversiones con criterios de ESG es lo que en inglés se está denominando el “ESG backlash” o el rechazo a la inversión sostenible. Los gestores de activos más grandes de Wall Street y las firmas de capital privado han anunciado que el backlash contra la inversión sostenible ahora es un riesgo material y una amenaza percibida para las ganancias. Una docena de grandes empresas financieras de EE. UU., incluidas BlackRock, Blackstone, KKR y T Rowe Price, agregaron a los informes anuales presentados en el 2022 expresiones referentes al ESG como "puntos de vista divergentes" o "demandas contrapuestas" aludiendo que el ESG podría dañar el desempeño financiero. Firmas de capital privado como Carlyle, TPG y Ares advierten en sus informes anuales que la legislación anti-ESG podría impedir la reducir la inversión <sup>6</sup>.

El rechazo al ESG está empezando a ser importante en media docena de Estados de EE. UU. como Florida, Tejas, Kentucky con gobiernos de mayoría republicana. Por ejemplo, el nuevo presidente del senado estatal de Florida dijo en diciembre del 2022 que era casi seguro que su estado promulgaría una legislación anti-ESG en 2023. Se espera que el gobernador de Florida, Ron DeSantis, declare una candidatura presidencial, y probablemente querrá promover los esfuerzos anti-ESG como parte de una cruzada de anti “woke capitalism”.

El “woke capitalims” o el capitalismo del despertar, como se está empezando a traducir al español se refiere a los intentos de las corporaciones de mostrar su apoyo a causas progresistas, como el cambio climático, pero también los movimientos del Black Live Matters, Mee too, etc. Woke —del verbo wake up— es una expresión que procede del argot de movimientos anti-racistas afroamericanos y que califica a las personas que habían despertado intelectualmente ante el prejuicio racial y la discriminación. Las alegaciones de woke capitalism contra las empresas están siendo lideradas por sectores conservadores de la sociedad que alegan que las empresas están priorizando posicionamientos políticos sobre la obtención de los mejores resultados financieros. La consecuencia de estas alegaciones es que los Estados dirigidos por republicanos están desinvirtiendo de los grandes fondos de activos que han apoyado políticas de inversión sostenible.

Las tensiones generadas por el woke capitalism son un ejemplo claro de como empresas están bajo la presión de sectores de la sociedad adoptar una posición política sobre los temas de importancia social como el cambio climático o la discriminación laboral y social de minorías y de las mujeres. Y es que ser responsable siempre cuesta dinero. Se vea por donde se vea. Muchos empresarios y actores sociales piensan que la premisa de la maximización de los beneficios a corto plazo ya no es debe ser un objetivo principal para las empresas. Como comenzaba este artículo las empresas son actores políticos y sus directivos han de gestionar teniendo en cuenta este hecho. Esto cambiara la forma de entender el posicionamiento de las empresas en inversión sostenible y en el desarrollo de las normas de ESG. Habrá empresas que se posicionen en contra y otras a favor. Quizás incremente la polarización entre las empresas y creara dos grupos, los que apoyan el ESG y los que lo denostan. Pero desde el punto de vista de la comunicación esto creará relaciones más transparentes y saludables con

---

<sup>6</sup> Segun el artículo del Financial Times de Temple-West y Masters, publicado el 1 de Marzo del 2023 “Wall Street titans confront ESG backlash as new financial risk”.

los grupos de interés. El posicionamiento y el anuncio público de este posicionamiento va a ser necesario y las empresas han de decidir donde están y como sus grupos de interés les van a juzgar por ello. Un posicionamiento puede que cueste dinero, pero a la larga será mejor que la confusión y las múltiples alegaciones de greenwashing que se están produciendo ahora.