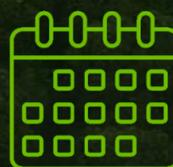




EL ROL DEL
CEMENTO &
CONCRETO
DE CARA
AL CAMBIO
CLIMÁTICO



CONGRESO
Cemento & Concreto
Verde 2050



06 AL 09
MAYO 2024



Ciudad de
Guatemala

Greenwashing

Manuel Frávega
Socio – Beccar Varela

Disclaimer

Nada en esta presentación debe interpretarse como asesoramiento legal. Esta presentación está destinada a ayudar a los asistentes de este seminario a comprender el aspecto del derecho vinculado al greenwashing para ayudar a hacer las preguntas correctas con el abogado de su elección. Esta información no pretende sustituir el asesoramiento legal profesional. Asimismo, la presentación contiene información sistematizada acerca de greenwashing que se encuentra disponible libremente en la web. Beccar Varela no garantiza que el mismo sea completo o se encuentre actualizado. Se prohíbe la remoción de esta leyenda la que deberá conservarse y exhibirse en toda reproducción que se haga de los materiales por cualquier medio, formato o soporte



Agenda

- 1 **Concepto**
- 2 **Contexto**
- 3 **Casos**
- 4 **Take awyas**



CONGRESO
Cemento & Concreto
Verde 2050

Concepto



Definitions	Authors	Year
"Selective disclosure of positive information about a company's environmental or social performance without full disclosure of negative information on these dimensions, so as to <u>create an overly positive corporate image</u> ".	Lyon and Maxwell	2011, p. 9
"The act of <u>misleading consumers</u> regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service".	Parguel et al., Chen and Chang	2011, p.15 2013, p. 489
" <u>Poor environmental performance and positive communication about environmental performance</u> ".	Delmas and Burbano	2011, p. 65
" <u>Symbolic information</u> emanating from within an organization without substantive actions".	Walker and Wan	2012, p. 231
"A specific subset of <u>symbolic corporate environmentalism</u> in which the changes are both 'merely <u>symbolic</u> ' and <u>deliberately so</u> ".	Bowen and Aragon-Correa	2014, p. 3

Fuente: Journal of Business Economics and Management
2020 Volume 21 Issue 5: 1486–1507



El greenwashing es una práctica de marketing verde destinada a crear una imagen ilusoria de responsabilidad ecológica en beneficio de la reputación o recursos de las empresas.

Tipos



Source: Nemes et al., 2022

Graphic: Abby Litchfield



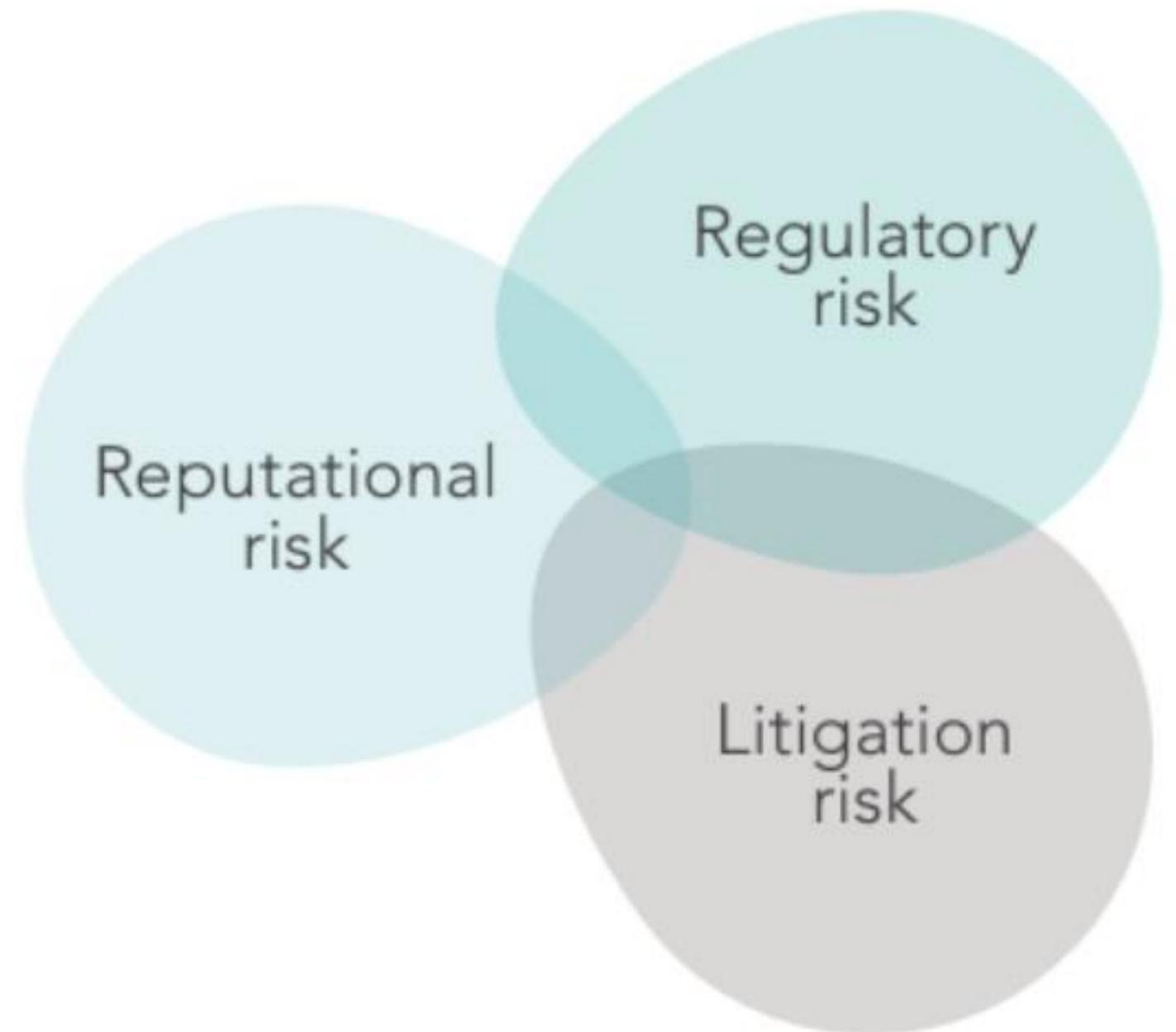
 CONGRESO
Cemento & Concreto
Verde 2050

»»» ¿Qué sector o persona es responsable? ¿De quién es la culpa?

Riesgos

Principales riesgos e impactos

- Sanciones administrativas
- Litigios
- Daño reputacional
- Pérdida de liderazgo (en mercado, en sector, etc.)
- Pérdida de credibilidad
- Pérdida de innovación y creación de valor
- Pérdida de talent attraction y retention
- Shareholder activism

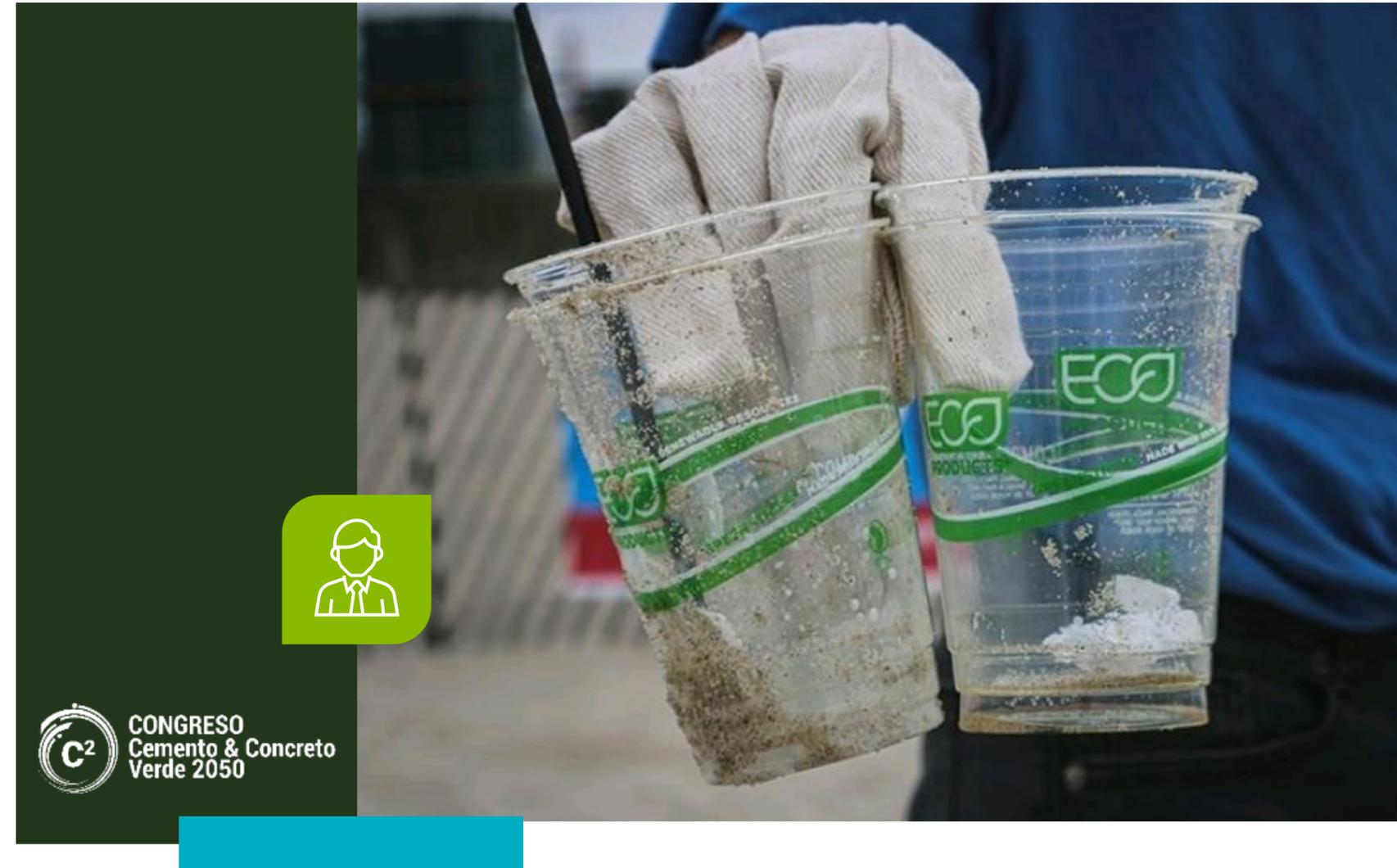


El **greenwashing** rompe la confianza de una empresa con sus grupos de interés.

Fuente: Harvard Corporate Law Forum

Contexto

- Intensificación de regulaciones (Europa).
De lo voluntario a lo vinculante.
- Uso creciente de Inteligencia Artificial.
- Climatización del “greenwashing” (net zero).
- Mayor presión y conciencia de los consumidores.
- Mayor presión de las instituciones financieras.
- »» Sofisticación del greenwashing.



Casos

Volkswagen

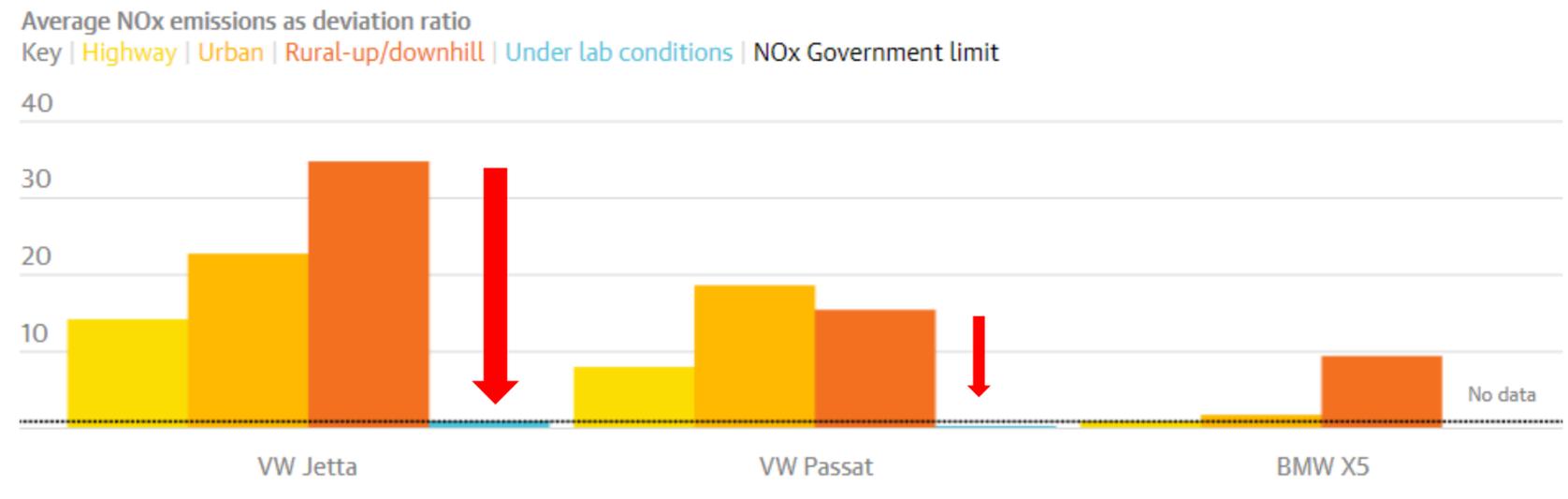


Hecho: diseño, programación y utilización de un dispositivo para activar controles de emisiones solo durante las pruebas de laboratorio reduciendo los niveles de NO_x para estar dentro de los límites de la US EPA (“Emissionsgate” / “Dieselgate”).

Las emisiones de NO_x en condiciones reales superaban los límites de la EPA entre 15 y 35 veces en el VW Jetta y entre 5 y 20 veces en el VW Passat.

500k autos en USA (modelos 2009-2015) y 11M mundialmente.

Investigación realizada por la West Virginia University.

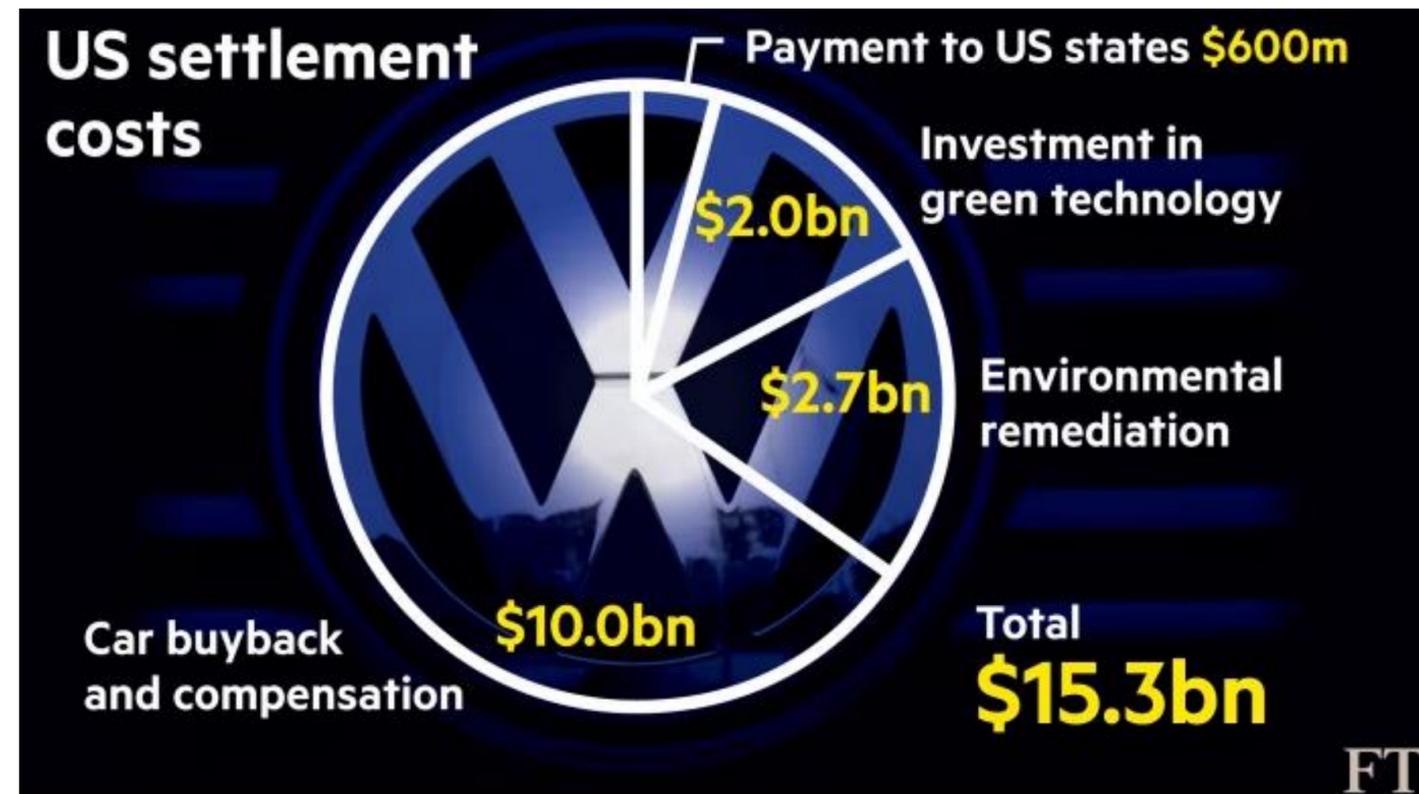


Source: theicct.org

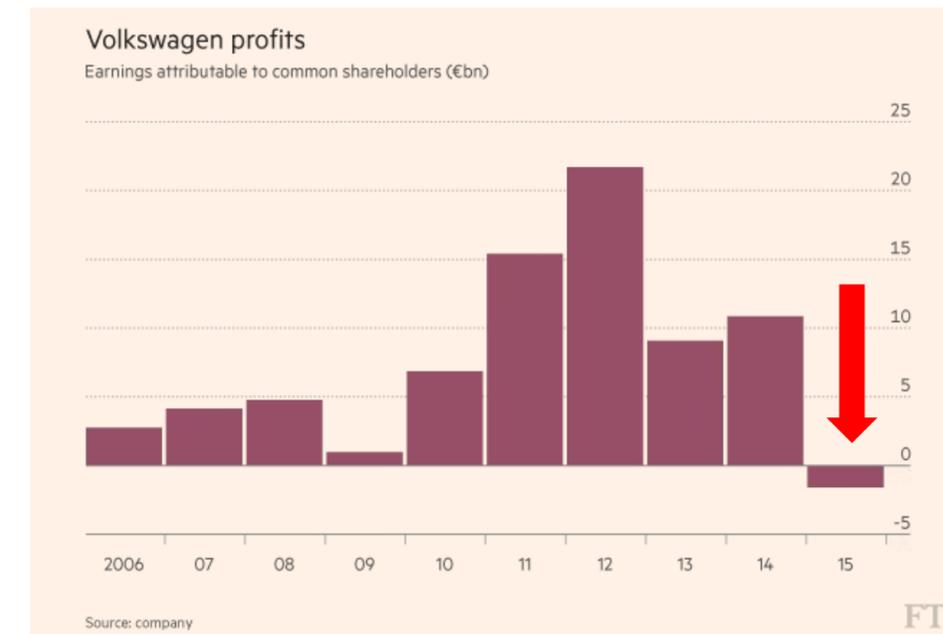
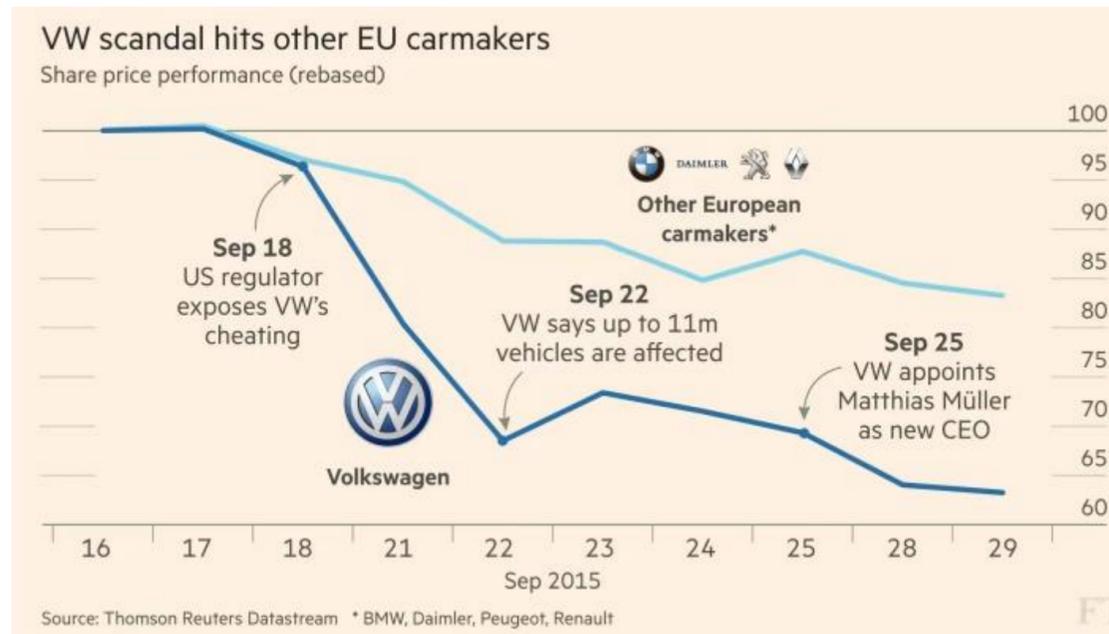
Fuente: The Guardian

Casos

Volkswagen



Fuente: Financial Times



Fuente: Financial Times

Casos

Volkswagen

1



Michael Horn – CEO VW USA (2014-2016)

“On behalf of our company, and my colleagues in Germany, I would like to offer a sincere apology for Volkswagen’s use of a software program that served to defeat the regular emissions testing regime”.

“These events are deeply troubling. I did not think that something like this was possible at the Volkswagen Group”.

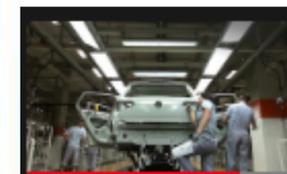
“These events are fundamentally contrary to Volkswagen’s core principles of providing value to our customers, innovation, and responsibility to our communities and the environment. They do not reflect the company that I know and to which I have dedicated 25 years of my life”.



Matthias Müller – CEO VW (2015 - actualidad)

“Our most important task in 2016 is to win back trust. It’s not only our cars we have to fix. We have to repair our credibility, too.”

“We are not a criminal brand or group.”



NOx duro

75 min

El “diésel limpio” de los autos Volkswagen parecía un sueño hecho realidad para los conductores con conciencia ecológica, hasta que una pesadilla los despertó.

Casos

Volkswagen



Otras consecuencias:

- renuncia del CEO global (Martin Winterkorn).
- despido de CEO de USA.
- juicio penal contra exCeo e ingenieros por fraude, emisión de certificados falsos y publicidad engañosa.
- investigación: al menos 30 directivos involucrados.
- impacto e investigaciones en el resto del mundo (impacto global) y en otras empresas automotrices (impacto sectorial: Renault, Daimler, BMW, Mercedes Benz, Kia, Hyundai, etc.).
- class actions en USA y otros países.
- eliminación de venta de autos diesel en USA.
- manifestación en contra de famosos (Leonardo Di Carprio, etc.).



Casos

Volkswagen

1



Michael Horn – CEO VW USA (2014-2016)



Publicidad de VW USA (2014-2015).

Casos

Ilva

2

Caso:

- ILVA: principal productor de acero en Italia (90%).
- Planta Taranto: 12.000 empleados.
- 0,5% del PBI de Italia.

a) Hechos denunciados:

- vertidos tóxicos (dioxinas, benzopireno, PAH, etc.).
- contaminación de campos aledaños.
- omisión de deberes de seguridad social.
- cohecho (informes e inspecciones). ←

b) Áreas comprometidas:

- depósito de minerales: emisiones difusas (polvos)
- coquería: emisiones continuas difusas y fugitivas. Instalaciones precarias.
- aglomerado: emisiones fugitivas graves (PCB, PCD y PAH).
- alto horno: falta de realización de obras prometidas.
- acería: emisiones difusas por procesamiento de escoria y refractarios.
- Falta de plantas de purificación de agua.

c) Sanciones:

- Prisión de directivos y funcionarios públicos.



Casos

Shell

3

Demanda iniciada por jóvenes estudiantes de Vrije University's Climate Change and Sustainability Law Clinic in Amsterdam.

Relcamo en contra de la campaña “Drive CO₂ neutral” de Shell. Compensación de la huella de carbono (offsetting). Uso de voluntary carbon markets.

“Neutralization of pollution” vs “offsetting”. Conocimiento del “average consumer”.

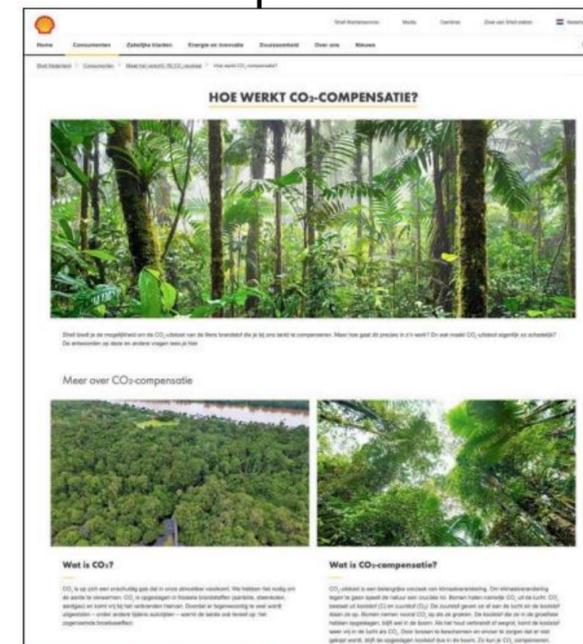
“Planting trees” (web site) vs REED projects.

By paying a mere 1 cent per litre, drivers can allegedly “neutralize” the harm caused by the CO₂- pollution from their consumption of Shell fossil fuel

There is no actual equivalence between CO₂-pollution from fossil fuels and the activities promoted as allegedly “compensating” this CO₂-pollution.

The promotion of “CO₂ compensation” with positive images of nature creates the false impression that the product would have a positive environmental impact, even though it logically cannot achieve that

*imágenes extraídas de la demanda judicial de la Vrije University que se encuentra disponible online.



Casos

Shell

3

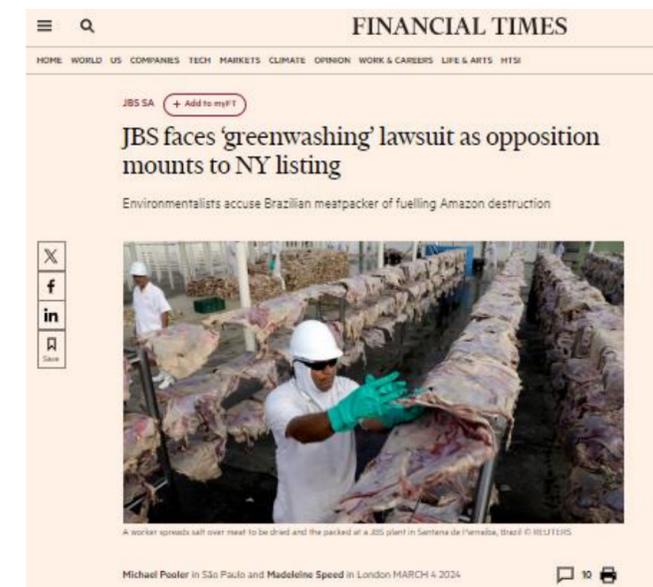


Fuente: <https://verbiedfossilereclame.nl/students-file-complaint-against-shells-misleading-adverts/>

Casos

JBS

4



Hechos:

- denuncia del Fiscal General de NY por “tergiversar el impacto ambiental de sus productos”.
- JBS USA engañó a los consumidores y afirmó que la empresa lograría cero emisiones netas de gases de efecto invernadero para 2040.
- JBS maquilló de verde los daños ambientales y se dirigió a los consumidores con afirmaciones falsas de sostenibilidad para impulsar las ventas.
- El Fiscal General busca evitar que JBS USA continúe con estas prácticas de marketing falsas y engañosas, pague la devolución de todas las ganancias mal habidas y sanciones.

Casos

JBS

4



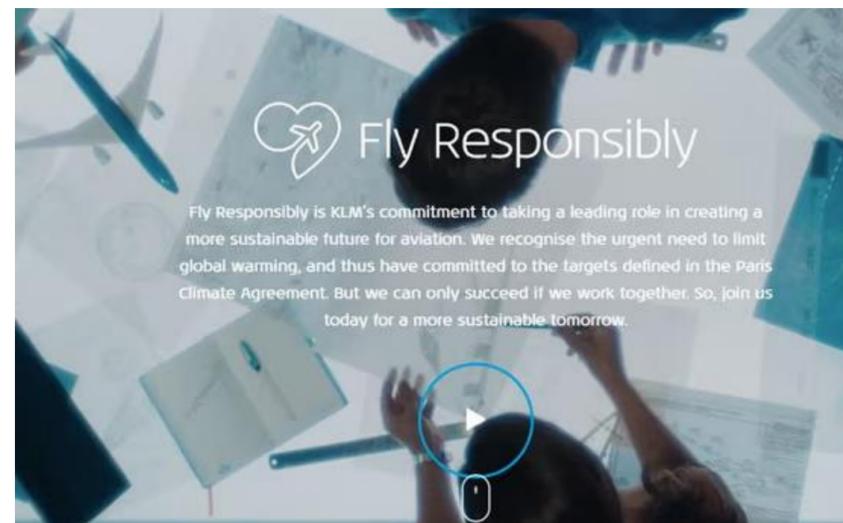
- "La agricultura puede ser parte de la solución climática. Tocino, alitas de pollo y bistec con cero emisiones netas".
- "Reduciremos nuestras propias emisiones en un 30% en 2030 y eliminaremos la deforestación del Amazonas de nuestra cadena de suministro en un plazo de cinco años".
- "JBS logrará cero emisiones netas de gases de efecto invernadero, reduciendo sus emisiones directas e indirectas y compensando todas las emisiones residuales".

Casos

KLM

5

- Causa en contra de la campaña “Fly responsibly” (2019).
- El tribunal dijo que la aerolínea pintó "un panorama demasiado optimista" de sus esfuerzos hacia la sostenibilidad. Sin embargo, KLM no estará obligada a emitir ninguna rectificación.
- KLM reaction: “We are pleased that the court has ruled that we can continue to communicate with our customers and partners about our approach to making aviation more sustainable. We are continuously learning how best to include them in this.”



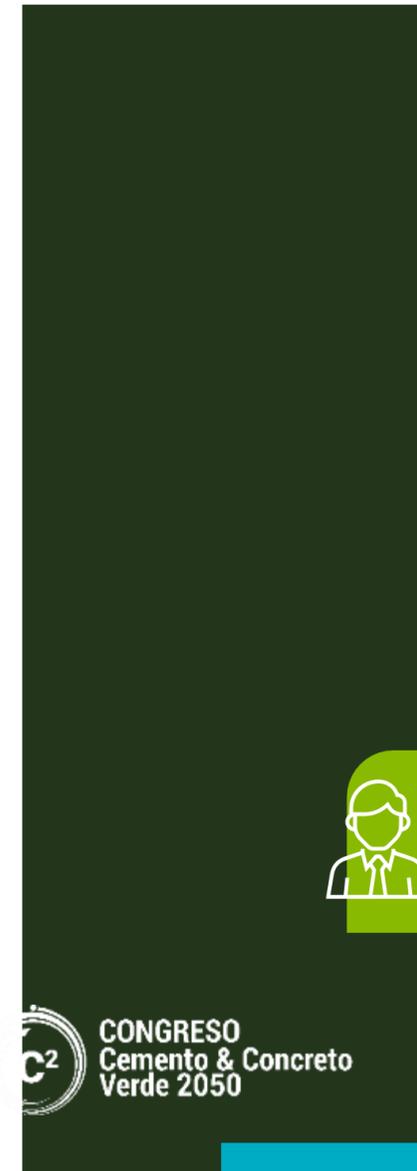
*Imagen de la campaña de KLM.



Fuente: Reuters.

Take aways

- Actualmente se percibe:
 - - ✓ Incremento de demanda de los jóvenes.
 - ✓ Evolución y sofisticación de la regulación.
 - ✓ Aumento generalizado de climate litigation.
- El greenwashing es un riesgo emergente para las compañías y para los directores.
- Las consecuencias del greenwashing pueden ser muy graves de difícil solución (impacto reputacional, pérdidas financieras, demandas judiciales críticas, impactos en confianza de clientes/cadena de valor, impacto sectoria, etc.).
- Es necesario tener una estrategia de mitigación de greenwashing. ¿cómo evitamos el greenwshong?
- Integrity matters.





EL ROL DEL
CEMENTO &
CONCRETO
DE CARA
AL CAMBIO
CLIMÁTICO



CONGRESO
Cemento & Concreto
Verde 2050



06 AL 09
MAYO 2024



Ciudad de
Guatemala