



**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**ICADE**

**DESAFÍOS ESG Y ESTRATEGIAS DE  
LAS GRANDES EMPRESAS DE *FAST-  
FASHION***

**Autor: Paloma Feroso Torres-Muñoz**

**Director: Raúl González Fabre**

**MADRID | Marzo 2024**

# Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos 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, Paloma Feroso Torres-Muñoz, estudiante de Administración y Dirección de Empresas y Relaciones Internacionales de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Desafíos ESG y estrategias de las grandes empresas de *fast-fashion*", 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:

- 1. Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
- 2. Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
- 3. Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
- 4. Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

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: 01/03/2024

Firma:



## RESUMEN

En las últimas décadas, la globalización ha dado lugar a numerosas transformaciones significativas en la industria de la moda. Este proceso ha impulsado especialmente el auge de moda rápida, caracterizada por cadenas de suministro globales que satisfacen las demandas cambiantes de los consumidores de manera ágil.

En este contexto, la investigación aborda el impacto de los desafíos ESG en la industria de la moda rápida, explorando tanto las dificultades existentes como las iniciativas de sostenibilidad implementadas por parte de empresas líderes en el sector. En este sentido, se profundiza en el caso de estudio de Inditex, líder destacado en *fast-fashion*, con el objetivo de evaluar sus estrategias ESG y realizar un análisis comparativo con su principal competidor, el Grupo H&M. De esta manera, se revela cómo las empresas líderes están respondiendo ante la creciente conciencia ambiental y social. Además, la adopción de prácticas ESG no solo se presenta como una necesidad para abordar desafíos clave, como la explotación laboral y la contaminación, sino que también como una oportunidad para destacar en un mercado cada vez más consciente y comprometido.

En resumen, el presente estudio explora la adopción de prácticas ESG en la industria de la moda rápida. Así, mediante el análisis de los desafíos y éxitos, se busca comprender la evolución hacia prácticas más éticas y sostenibles, destacando los logros significativos y los retos pendientes en esta industria dinámica.

**Palabras clave:** *Fast-fashion*, industria de la confección, ESG, responsabilidad social corporativa, sostenibilidad, desafíos, medioambiente.

## **ABSTRACT**

In recent decades, globalisation has led to numerous significant transformations in the fashion industry. This process has especially driven the rise of fast fashion, characterised by global supply chains that meet changing consumer demands in an agile manner.

In this context, the research addresses the impact of ESG challenges in the fast-fashion industry, exploring both the existing difficulties and the sustainability initiatives implemented by leading companies in the sector. In this sense, it delves into the case study of Inditex, a leading fast-fashion company, with the aim of evaluating its ESG strategies and carrying out a comparative analysis with its main competitor, the H&M Group. In this way, it reveals how leading companies are responding to growing environmental and social awareness. Moreover, the adoption of ESG practices is not only presented as a necessity to address key challenges, such as labour exploitation and pollution, but also as an opportunity to stand out in an increasingly conscious and engaged marketplace.

In summary, this study explores the adoption of ESG practices in the *fast-fashion* industry. Thus, by analyzing challenges and successes, it seeks to understand the evolution towards more ethical and sustainable practices, highlighting significant achievements and remaining challenges in this dynamic industry.

**Key words:** *Fast-fashion*, clothing industry, ESG, corporate social responsibility, sustainability, challenges, environment.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
1.1. Estado de la Cuestión y Justificación del Tema.....	8
1.2. Objetivos del Trabajo .....	8
1.3. Método de Investigación .....	9
1.4. Estructura.....	10
<b>2. MARCO TEÓRICO I: ESG EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL.....</b>	<b>12</b>
2.1. Definición y delimitación de ESG.....	12
2.2. Normas y estándares ESG .....	13
2.3. Adopción empresarial de ESG .....	18
<b>3. MARCO TEÓRICO II: ANÁLISIS DEL MERCADO DE <i>FAST-FASHION</i> .</b>	<b>21</b>
3.1. Relevancia de la industria de la confección.....	21
3.2. Fundamentos del <i>fast-fashion</i> .....	24
3.3. Comparativa de los modelos de producción.....	27
<b>4. ESG EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN .....</b>	<b>28</b>
4.1. Introducción a los factores ESG en la industria de la ropa.....	28
4.2. Impacto ESG del <i>fast-fashion</i> .....	28
4.2.1. Impacto ambiental .....	29
4.2.2. Impacto social.....	31
4.2.3. Impacto de gobierno corporativo.....	33
<b>5. INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD. CASO DE ESTUDIO: INDITEX....</b>	<b>34</b>
5.1. Inditex. Líder en <i>fast-fashion</i> .....	34
5.2. Análisis de las estrategias ESG de Inditex .....	36
5.3. Revisión de las tácticas ESG adoptadas por H&M Group .....	39
5.4. Comparativa ESG: Inditex vs H&M Group .....	41
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>45</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>49</b>

## **ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1: Segmentación de la industria textil .....	22
Ilustración 2: Modelos de producción en la industria de la confección .....	27
Ilustración 3: Objetivos de sostenibilidad Inditex .....	36
Ilustración 4: Objetivos de sostenibilidad H&M Group.....	40

## ÍNDICE DE ABREVIATURAS

- BM: Banco Mundial
- CSDD: Corporate Sustainability Due Diligence Directive
- CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive
- EFRAG: European Financial Reporting Advisory Group
- ESG: Environmental, Social, and Governance
- GRI: Global Reporting Initiative
- ISSB: International Sustainability Standards Board
- ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible
- OIT: Organización Internacional del Trabajo
- ONU: Organización de las Naciones Unidas
- PIB: Producto Interior Bruto
- SFDR: Sustainable Finance Disclosure Regulation
- UE: Unión Europea
- UNEP: United Nations Environment Programme

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Estado de la Cuestión y Justificación del Tema**

El concepto de moda rápida, o *fast-fashion*, hace referencia a la producción masiva de prendas basadas en tendencias y necesidades innovadoras, alentando a los consumidores, inmersos en un contexto de consumismo, a renovar sus inventarios de manera constante y acelerada. Este proceso se caracteriza por un ritmo vertiginoso y el uso de materiales de baja calidad, lo que permite asegurar precios económicos, llegando incluso a hablarse de prendas desechables (Greenpeace, 2021).

No obstante, a pesar del crecimiento significativo de esta industria, este modelo de producción trae consigo preocupaciones ambientales, sociales, y de gobierno corporativo (ESG por sus siglas en inglés). En este sentido, el desarrollo de prácticas poco sostenibles en la cadena de suministro y la producción en países con condiciones laborales precarias, generalmente en el sur de Asia, perpetúan condiciones laborales injustas para aquellos que participan en la cadena de producción (Greenpeace, 2023). Además, al potenciar la generación de residuos textiles, la moda rápida se encuentra entre los contribuyentes más significativos al cambio climático y al daño ambiental (Fashion Network, 2023).

Ante esta situación, la necesidad de replantear un nuevo modelo enfocado en la moda sostenible es crucial en un mundo que exige responsabilidad social y ambiental. La elección de explorar el impacto de la moda rápida se basa en comprender las dinámicas económicas y las consecuencias sociales y ambientales asociadas, lo que justifica la importancia de abordar los desafíos ESG y proponer soluciones concretas para alcanzar una moda más sostenible y ética.

### **1.2. Objetivos del Trabajo**

El objetivo principal de este estudio reside en analizar las estrategias adoptadas por las grandes compañías de moda rápida en respuesta a los desafíos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG).

Con el fin de lograr este propósito es necesario abordar una serie de objetivos secundarios específicos:

- Definir el concepto de ESG, así como sus principales componentes clave.
- Identificar y analizar los principales retos ESG a los que se enfrentan las grandes empresas de *fast-fashion* en la actualidad, así como los beneficios.
- Analizar la relevancia de la industria de la confección de ropa, explorando su influencia y su impacto en la sociedad.
- Estudiar los fundamentos del *fast-fashion*, abordando sus principios y conceptos esenciales.
- Comparar diferentes modelos de producción y consumo con el objetivo de identificar similitudes y diferencias clave.
- Comprender los factores ESG en el contexto de la industria de la confección y analizar el impacto ambiental del *fast-fashion*, sus implicaciones sociales, y su impacto de gobierno corporativo.
- Realizar un estudio de caso sobre las iniciativas de sostenibilidad de Inditex, referente en el ámbito global del *fast-fashion*.
- Revisar las estrategias ESG implementadas por las principales empresas competidoras en el ámbito de la moda rápida.
- Comparar las prácticas ESG adoptadas por diferentes empresas de moda rápida con el fin de identificar las mejores estrategias y tendencias emergentes.

### **1.3. Método de Investigación**

Con el propósito de alcanzar los objetivos previamente establecidos, se ha optado por un enfoque de investigación inductiva, centrado en el desarrollo de teorías generales a partir de la recopilación de datos y observaciones específicas. Además, esta aproximación ha permitido analizar las complejidades de las prácticas comerciales de la moda rápida, proporcionando una base sólida para sustentar conclusiones.

Así, se han empleado diversas técnicas cualitativas que han permitido una exploración contextualizada del tema propuesto. En primer lugar, se ha realizado una revisión de la literatura académica y empresarial. Esto no solo ha proporcionado una comprensión de los conceptos clave, sino que también ha servido como punto de partida para la obtención de documentación relacionada con empresas de moda rápida y sus prácticas ESG. Una vez recopilados los datos, se ha procedido al análisis de casos y de contenido, que ha favorecido la evaluación de las estrategias ESG de empresas líderes, como Inditex. Para lograrlo, se ha llevado a cabo un estudio de su enfoque en términos de sostenibilidad y su influencia en el mercado de la moda rápida. Finalmente, se han empleado los resultados del análisis de la información para la formulación de teorías o hipótesis generales que han contribuido a la comprensión del fenómeno estudiado. Esta metodología ha proporcionado una base para la investigación, permitiendo la construcción de un conocimiento fundamentado en la evidencia.

En definitiva, se ha empleado un enfoque de investigación inductivo y analítico para alcanzar los objetivos de este estudio. Para ello, en las secciones iniciales, se ha realizado un análisis de los desafíos ESG y las estrategias en la industria de la moda rápida. Además, se ha empleado un método comparativo en la última sección que ha permitido cotejar las prácticas de diferentes empresas en el sector. Estas metodologías combinadas han favorecido la obtención de conclusiones en este estudio.

#### **1.4. Estructura**

El presente trabajo de investigación se organiza en cinco capítulos. El primer capítulo se centra en el marco teórico, incluyendo aspectos clave como la definición y la delimitación del concepto de ESG, así como las normas y estándares relevantes. Asimismo, se exploran los beneficios y retos asociados a la adopción de prácticas ESG. Este análisis proporciona una comprensión de las complejidades y motivaciones que respaldan las estrategias ESG en el ámbito de la moda rápida.

Por su parte, el tercer capítulo continúa con el enfoque en el marco teórico al analizar el mercado del *fast-fashion*. Para ello, se destaca la relevancia de la industria de la

confección, se evalúan los pilares fundamentales del modelo del *fast-fashion* que permiten a las empresas ofrecer productos asequibles manteniendo un ciclo de vida de productos ágil y, por último, se lleva a cabo una comparativa entre diferentes modelos de producción y consumo, resaltando sus diferencias y similitudes.

El capítulo cuatro profundiza en la integración de los principios ESG en la industria de la confección, con un enfoque específico en el ámbito del *fast-fashion*. En este sentido, se comprenden los factores ESG en el contexto de la industria de la ropa con el objetivo de analizar el impacto ambiental, social, y de gobierno derivado del modelo de negocio de la moda rápida, incluyendo desafíos asociados con la rápida producción y el consumismo.

El quinto capítulo se centra en la ejemplificación de los conceptos previamente explorados mediante el estudio del caso de Inditex, líder destacado en la industria del *fast-fashion*. Para ello, se lleva a cabo un análisis de las estrategias de sostenibilidad implementadas por el grupo, resaltando su posición en el mercado y evaluando cómo estas prácticas han enfrentado los desafíos específicos del sector. Además, se examinan las acciones emprendidas por los competidores de Inditex, ofreciendo así una visión comparativa de las prácticas ESG entre empresas líderes, con el objetivo de identificar patrones que puedan ser extrapolados a un contexto más amplio de la industria de la moda rápida.

Finalmente, el último capítulo presenta las conclusiones derivadas del presente trabajo de investigación. Así, se resume el análisis de los conceptos ESG, explorando cómo las grandes empresas de *fast-fashion* afrontan los desafíos asociados a estos principios. Además, se destacan las estrategias implementadas por estas empresas para abordarlos y se reflexiona sobre la relevancia de las iniciativas de sostenibilidad en esta industria, ofreciendo posibles áreas de mejora.

## 2. MARCO TEÓRICO I: ESG EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

### 2.1. Definición y delimitación de ESG

En el contexto empresarial actual, el concepto de ESG ha surgido como respuesta a la creciente conciencia sobre la importancia de la responsabilidad social, ambiental, y de gobernanza. Así, a medida que las empresas se enfrentan a desafíos globales, como el cambio climático, la desigualdad social, y las demandas de mayor transparencia, el enfoque ESG ha emergido como un conjunto integral de criterios agrupados en tres categorías: *Environmental* (Ambiental), *Social* (Social), y *Governance* (Gobernanza). A continuación, se analizará cada componente:

- Ambiental: Este criterio se centra en la contribución y desempeño de un negocio con respecto a los desafíos ambientales clave. Los criterios medioambientales analizan la gestión de aspectos cruciales, como las emisiones de gases de efecto invernadero, la administración de los recursos naturales, y la mitigación de los riesgos climáticos (Barrera, 2023). Así, con el fin de minimizar estos impactos, se emplean métricas que miden y evalúan la efectividad de los esfuerzos ambientales. En este contexto, una gestión ambiental sólida resulta crucial para abordar desafíos como el cambio climático y la sostenibilidad a largo plazo.
- Social: El componente social en el marco ESG se enfoca en la relación de las empresas con su entorno social, tanto interno como externo. En este sentido, se abarcan aspectos esenciales como el empleo, la salud, la seguridad, la diversidad de los empleados, y el impacto sobre las comunidades locales en las que opera, entre otros. Así, estos criterios reflejan, en gran parte, los valores corporativos de la compañía, creando una mejor reputación entre los consumidores y una relación más sólida con los distintos grupos sociales. En esencia, van más allá de los aspectos financieros, destacando la importancia de la responsabilidad social empresarial para construir relaciones sostenibles con los diversos grupos de interés de la compañía (Iberdrola, s.f.).

- Gobierno Corporativo: Este estándar aborda los mecanismos de gobierno corporativo de las compañías, así como los derechos de los accionistas y responsabilidades de dirección ejecutiva. Así, este criterio examina los procedimientos de toma de decisiones de las empresas, su estructura organizativa, los mecanismos de control, y los sistemas de cumplimiento, abarcando, por tanto, la gestión y la dirección de las organizaciones. De esta manera, se busca garantizar transparencia, responsabilidad, e integridad en todas las instancias de la empresa. Asimismo, este componente refleja la importancia de establecer principios de gobernanza sólidos con el fin de impulsar la confianza de los inversores, proteger a los accionistas, y promover la sostenibilidad a largo plazo de la organización (Iberdrola, s.f.).

Estos estándares difieren significativamente de las evaluaciones tradicionales basadas principalmente en la rentabilidad económica. Como tales, se han convertido en un punto de referencia importante a la hora de determinar el valor y el impacto de una compañía. En este contexto, este enfoque reconoce que el éxito de una organización va más allá de su desempeño financiero, contemplando sus repercusiones a nivel ambiental, social, y de gobierno corporativo (PWC, s.f.). Así, la adopción de estándares ESG es crucial y debe ser impulsada por los diferentes actores que conforman el ámbito empresarial.

## **2.2. Normas y estándares ESG**

En el entorno empresarial actual, la integración de prácticas sostenibles y la adopción de medidas alineadas con objetivos de sostenibilidad son cada vez más importantes, creando la necesidad del establecimiento de marcos diseñados para gestionar y medir el desempeño de las empresas. Esta presión surge como respuesta a la complejidad inherente de los desafíos globales, que han dado origen a directrices esenciales que promueven prácticas sostenibles. En este contexto, se destaca la urgencia de adoptar medidas responsables para preservar nuestros recursos naturales, mitigar el cambio climático y fomentar un desarrollo que garantice la calidad de vida de las generaciones venideras, en virtud de los compromisos anunciados en el Acuerdo de París y en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas (Areste González, 2023).

Así, la evolución de las prácticas ESG tiene sus raíces en importantes acuerdos internacionales que marcan hitos en los compromisos de sostenibilidad. En este sentido, en 2015, el Acuerdo de París estableció una serie de objetivos para mitigar el cambio climático (United Nations Climate Change, s.f.) y la Agenda 2030 de las Naciones Unidas propuso 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en beneficio de las personas, del planeta y de la prosperidad (Naciones Unidas, 2015), marcando un punto de inflexión en el progreso en términos de sostenibilidad. Posteriormente, la Comisión Europea desarrolló un plan de acción para las finanzas sostenibles, que culminó con el Pacto Verde Europeo el 11 de diciembre de 2019. Esta iniciativa destaca la importancia de adoptar medidas responsables y sostenibles para garantizar la protección de los recursos naturales y lograr la neutralidad climática para 2050, en virtud de lo establecido en el Acuerdo internacional de París (Areste González, 2023). Además, la Ley 7/2021 de cambio climático y transición energética del 20 mayo 2021, establece un marco a nivel nacional para promover una transición justa hacia a una economía descarbonizada (Boletín Oficial del Estado, 2021).

En el contexto actual de ESG, el Consejo Internacional de Normas de Sostenibilidad (ISSB, por sus siglas en inglés) y el EFRAG están liderando iniciativas normativas a nivel global referidas a la presentación de informes no financieros. Estos organismos desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de normas y estándares de sostenibilidad que afectan directamente en la forma en que las organizaciones abordan y divulgan información relacionada con cuestiones ambientales, sociales, y de gobierno corporativo (ESG). En este marco, el ISSB, creado en 2021, tiene como objetivo el desarrollo de estándares de sostenibilidad destinados a evaluar exclusivamente los aspectos financieros de las inversiones. Es decir, se enfoca en analizar y medir la sostenibilidad considerando principalmente las implicaciones y criterios financieros asociados con las inversiones. Por otro lado, EFRAG es un organismo europeo autorizado por la Comisión para la elaboración de normas de sostenibilidad, contemplando la doble materialidad: financiera y sostenible (EmpresaActual, 2023).

En el marco de la Unión Europea, la estructura legislativa de la Comisión se basa en tres pilares principales: el Reglamento de Taxonomía Europea, la transparencia, e

instrumentos de inversión sostenible (EmpresaActual, 2023). A continuación, se analizará cada uno de los elementos:

### 1. Reglamento de Taxonomía Europea (UE) 2020/852

En el marco de las normas y estándares ESG, el Reglamento Europeo de Taxonomía 2020/852 de junio de 2020, que modifica el Reglamento (UE) 2019/ 2088, tiene como objetivo informar a los inversores en términos de sostenibilidad empresarial. Para ello, establece las condiciones generales que debe cumplir una actividad económica para ser considerada ambientalmente sostenible y define un sistema de clasificación unificado y legalmente vinculante que dirija la inversión hacia prácticas más sostenibles (Gloval Building Value, s.f.).

En este contexto, este Reglamento es una iniciativa estratégica encaminada a alcanzar los tres pilares del Plan de Acción sobre finanzas sostenibles de la Unión Europea. Así, en primer lugar, busca canalizar los flujos de capital hacia inversiones sostenibles, fomentando un crecimiento económico sólido e inclusivo. En segundo lugar, trata de garantizar la estabilidad y resiliencia del sistema financiero mediante la gestión de los riesgos financieros resultantes del cambio climático, los desastres naturales, la degradación medioambiental, y los problemas sociales. Por último, el Reglamento de Taxonomía promueve la transparencia y las perspectivas a largo plazo de la actividad empresarial (Diario Oficial de la Unión Europea, 2020).

### 2. Divulgación transparente

#### *a. Reglamento de Divulgación de las Finanzas Sostenibles*

Este Reglamento 2019/2088 del 27 de noviembre de 2019, también conocido como SFRD, es un pilar esencial en el contexto de las finanzas sostenibles y la responsabilidad social corporativa, estableciendo estándares clave de transparencia para los participantes y asesores del mercado financiero. Así, su principal objetivo radica en la promoción de prácticas financieras más sostenibles y transparentes en la Unión Europea mediante la imposición de importantes obligaciones de divulgación a las

entidades financieras, exigiendo información relevante sobre aspectos ESG (Diario Oficial de la Unión Europea, 2019).

Por tanto, estas medidas diseñadas para garantizar el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad y combatir el “*greenwashing*” o lavado de imagen, permiten a las empresas demostrar su compromiso con la sostenibilidad y proporcionar a los grupos de interés datos relevantes que respalden sus estrategias comerciales responsables. En este sentido, el Reglamento SFRD, promueve la transición hacia prácticas financieras alineadas con los principios de sostenibilidad, influyendo significativamente en la toma de decisiones y la divulgación de información en el sector financiero europeo.

#### *b. Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa*

La Directiva 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, conocida como CSRD, se emitió el 14 de diciembre de 2022 y se centra en la presentación de informes de sostenibilidad corporativa. Así, su principal objetivo es la creación de un marco concreto sobre cómo las empresas deben informar en términos de sostenibilidad (Diario Oficial de la Unión Europea, 2022). Para ello, aprueba los estándares ESRS, que buscan estandarizar la presentación de informes no financieros y concluir con las modalidades de reporte adheridas a marcos nacionales u otras iniciativas, tales como el Global Reporting Initiative (GRI), los ODS, o el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (APlanet, 2023).

Además, de acuerdo con lo establecido en el Pacto Verde Europeo y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la CSRD requiere que las empresas proporcionen detalles específicos sobre cuestiones relacionadas con el impacto ambiental derivado de su actividad (Pacto Mundial, s.f.). En este sentido, esta Directiva representa un hito significativo en la regulación de la sostenibilidad corporativa, tratando de mejorar la calidad de la información ambiental, social, y de gobierno corporativo proporcionada por las organizaciones.

### *c. Directiva de Divulgación de Información Corporativa Sostenible*

La propuesta de la Directiva 2022/0051 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la diligencia debida de las empresas en términos de sostenibilidad (CSDD), establece un marco legal que impone ciertas obligaciones específicas a las empresas en materia de derechos humanos y de impactos medioambientales negativos en sus cadenas de valor. El objetivo principal de esta Directiva es garantizar que las empresas cumplan con la debida diligencia y proporcionen informes detallados en estas áreas (Comisión Europea, 2022).

En este contexto, la CSDD se presenta como una herramienta clave para promover la transparencia y la rendición de cuentas en las prácticas comerciales. Como tal, y al exigir un proceso de diligencia debida para evaluar y mitigar los riesgos asociados a sus operaciones y relaciones comerciales, refuerza el compromiso de las empresas con la sostenibilidad. Por lo tanto, esta Directiva alienta a las organizaciones a adoptar un enfoque más ético y responsable en sus prácticas diarias, fortaleciendo la integridad del sector empresarial y su contribución al logro de los ODS.

### 3. Herramientas de inversión sostenible

El término “instrumentos de inversión sostenible” incluye un conjunto de evaluaciones, estándares comunes, y etiquetas diseñadas para aumentar la transparencia y reducir los riesgos de “*greenwashing*” o lavado de imagen asociados a las prácticas ecológicas o sociales. En este contexto, la Comisión ha identificado una falta de transparencia en la calificación ESG. Los principales objetivos de esta propuesta incluyen la mejora de la fiabilidad y transparencia de la actividad empresarial, gestionar posibles conflictos de intereses, y permitir a los inversores tomar decisiones informadas (Cuatrecasas, 2023).

Es importante destacar que este tercer pilar se integra con el Reglamento 2019/2089, relativo a la transición climática de la UE, las líneas de referencia de la Unión Europea armonizados con el Acuerdo de París, y la divulgación de información en términos de sostenibilidad. Asimismo, el Reglamento de las obligaciones verdes complementa las

medidas de la UE para promover el desarrollo sostenible y abordar los desafíos ambientales (EmpresaActual, 2023), proporcionando un marco legal que incluye información sobre prácticas comerciales responsables, transparencia en la divulgación, y políticas destinadas a impulsar la transición sostenible.

### **2.3. Adopción empresarial de ESG**

En el panorama social actual, las empresas están inmersas en un entorno que demanda un compromiso auténtico con la sostenibilidad y la responsabilidad social. En este contexto, su impacto no se limita únicamente a la fabricación de bienes y a la prestación de servicios; también configura el entorno social, económico y ambiental en el que desarrollan sus operaciones. Por ello, es esencial considerar las profundas repercusiones de sus decisiones y actividades.

Considerando este marco, la adopción de criterios ambientales, sociales, y de gobernanza por parte de las organizaciones se configura como una respuesta crítica a las expectativas y desafíos actuales. En consecuencia, este enfoque no se limita a satisfacer las demandas cambiantes, sino que también lidera iniciativas destinadas a la transformación positiva del paradigma empresarial actual hacia prácticas más sostenibles y éticas. Además, cabe destacar que la implementación de prácticas ESG no solo atiende a la imperante necesidad de responsabilidad, sino que también abre la puerta a oportunidades estratégicas y competitivas.

A continuación se muestran los desafíos y los beneficios de la adopción de estándares ESG por parte de las empresas:

- Desafíos ESG

Durante el complejo proceso de implementación de los estándares ESG, las empresas hacen frente a una serie de problemas que requieren atención estratégica inmediata. En este sentido, el camino hacia la adopción de los aspectos ESG requiere una adaptación significativa de las prácticas comerciales, junto con cambios culturales y estructurales

que redefinen la forma en que las empresas perciben y cumplen con sus responsabilidades en el entorno en el que operan.

Según los hallazgos del proyecto Pulso Empresarial de KPMG y La Vanguardia (2023), más del 80% de los empresarios creen que el principal reto para los próximos tres años es la integración de las consideraciones ESG en toda la cadena de valor, estrechamente relacionada con la transparencia en las operaciones del negocio. Este procedimiento aborda la complejidad inherente de la cadena de suministro y destaca la importancia de detallar el desempeño empresarial en dimensiones ESG. Así, implica la cooperación activa de la organización en su conjunto con el objetivo de crear una visión compartida a largo plazo que vaya más allá de la regulación, fomente la colaboración para el beneficio común, y contribuya positivamente al medio ambiente (Deloitte, 2022). Además, la falta de información y transparencia vinculada a la sostenibilidad puede resultar en restricciones al acceso a nuevos mercados y en una disminución del desempeño financiero, lo que subraya la importancia de abordar estos desafíos para aumentar la confianza y la sostenibilidad de las organizaciones (ExpokNews, 2023).

En segundo lugar, la falta de estandarización en los informes de sostenibilidad es otro gran problema al que deben enfrentarse las empresas en la actualidad. Como resultado, y en ausencia de un estándar universalmente aceptado para medir e informar el desempeño ESG de las organizaciones, realizar comparaciones entre empresas y llevar a cabo la evaluación de su rendimiento en estas áreas supone un reto significativo. Además, esta falta de uniformidad puede obstaculizar a las partes interesadas que traten de evaluar los compromisos ESG de una empresa. No obstante, para abordar estos desafíos y fomentar prácticas de presentación de informes de sostenibilidad más conscientes y transparentes, se han desarrollado iniciativas y marcos de trabajo, como los Principios para la Inversión Sostenible y los informes de sostenibilidad según las directrices del GRI (ExpokNews, 2023).

Por último, las organizaciones enfrentan un gran desafío a la hora de consolidar una estrategia de sostenibilidad. En este sentido, definir e implementar una estrategia ambiciosa pero viable a largo plazo implica la incorporación de objetivos ESG en la

cultura y la estructura interna de la empresa. Además, según el informe de Deloitte (2022) titulado “Los 7 desafíos ESG en Energía, Recursos Naturales e Industriales”, este proceso presenta oportunidades estratégicas para los equipos directivos, posibilitando la reducción del riesgo y una mejora en la satisfacción de los grupos de interés y la sociedad en general. Así, la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la estrategia empresarial se convierte en un componente esencial para promover la visibilidad, la responsabilidad y la cooperación interna. Como resultado, este desafío es clave en la consecución del éxito y de la sostenibilidad a largo plazo de la compañía.

#### - Beneficios ESG

Por otro lado, según los resultados de una consulta empresarial realizada en 2022 por el Pacto Mundial (2022) sobre desarrollo sostenible, el 79% de 2.500 organizaciones españolas cree que la sostenibilidad es una ventaja competitiva. Este reconocimiento brinda a las empresas una amplia gama de beneficios que incluyen desde una gestión eficaz de los riesgos y oportunidades ESG hasta el encuentro con consumidores alineados con valores éticos. En primer lugar, el empleo de estándares ESG permite a las empresas administrar los riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad de manera efectiva, lo que favorece la reducción de costes. Además, este enfoque posibilita el desarrollo de estrategias específicas y la determinación de indicadores ligados a la sostenibilidad (PWC, s.f.), permitiendo a las organizaciones comprender su exposición a riesgos sociales y ambientales, como prácticas laborales inadecuadas o interrupciones en la cadena de valor (ExpokNews, 2023).

Además, la incorporación de estos criterios en las estrategias de gestión de riesgos puede mejorar la resiliencia y viabilidad a largo plazo, permitiendo a las empresas prevenir posibles crisis y aumentar su capacidad de respuesta ante desafíos imprevistos (Calzada, 2023). En este sentido, una medición precisa de riesgos y oportunidades ESG se traduce en un desempeño financiero superior a largo plazo, lo que resulta en mayores inversiones, al demostrar una mayor capacidad de gestión sobre su entorno, tanto interno como externo. Es por ello por lo que la gestión efectiva en áreas como el cambio climático, el agua, los derechos humanos y la anticorrupción contribuye

significativamente a preservar notablemente la credibilidad y la reputación de las empresas (Pacto Mundial, 2023).

Además, las organizaciones obtienen beneficios tangibles como resultado de la implementación de los estándares ESG, lo que mejora la sostenibilidad y la responsabilidad social de las empresas. En este sentido, al alinearse con prácticas sostenibles, las empresas contribuyen a abordar los desafíos urgentes como la desigualdad, la falta de diversidad y el cambio climático. Además, al respaldar compañías comprometidas con la responsabilidad ambiental y social, la inversión en ESG actúa como un catalizador para construir un futuro más sostenible. Por lo tanto, los inversores que apoyan estas prácticas buscan un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente (ExpokNews, 2023). Como resultado, la implementación de criterios ESG no es solo un enfoque ético, sino también una oportunidad estratégica para impulsar transformaciones positivas en tanto en la sociedad como en el planeta.

Finalmente, la incorporación de criterios ESG da como resultado beneficios únicos que distinguen a las empresas en un mercado competitivo, permitiéndoles mejorar su reputación y marca, y comunicar su compromiso con los valores éticos, la sostenibilidad y la responsabilidad social. De esta manera, las empresas atraen a consumidores que valoran el impacto social y ambiental positivo. Además, la adopción proactiva de prácticas ESG prepara a la empresa para enfrentar futuras regulaciones, promoviendo la adaptabilidad y la progresión sostenible en un entorno empresarial dinámico, además de garantizar el cumplimiento normativo vigente (Calzada, 2023). En consecuencia, las organizaciones pueden contribuir al desarrollo de negocios éticos y sostenibles en el mercado a la vez que obtienen ventajas competitivas evidentes.

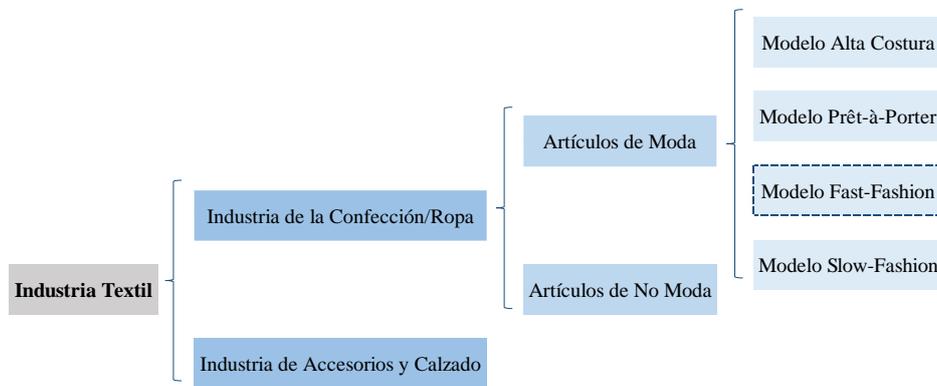
### **3. MARCO TEÓRICO II: ANÁLISIS DEL MERCADO DE *FAST-FASHION***

#### **3.1. Relevancia de la industria de la confección**

La "industria textil" constituye un pilar central en el panorama global de la moda. Este sector abarca actividades económicas relacionadas con la fabricación de hilos, fibras, telas y otros materiales para la obtención de productos derivados, entre los cuales

destaca la confección de prendas, calzado y otras piezas de vestir (Westricher, 2020). Además, como se muestra a continuación en la ilustración 1, la industria textil consta de dos categorías principales de productos; la "industria de la confección o de la ropa" y la "industria del calzado y complementos". Asimismo, estas industrias distinguen entre "artículos de moda" y "artículos de no moda", haciendo hincapié en si incorporan elementos de diseño, siguen las tendencias de moda actuales, o simplemente cumplen con una función utilitaria, adquiriendo así un enfoque más atemporal. Esta clasificación es fundamental para el desarrollo de las estrategias de marketing y de producción de las empresas de moda.

**Ilustración 1: Segmentación de la industria textil**



Fuente: Elaboración propia

En este marco, este trabajo se centra en los productos de moda de la industria de la confección, prestando especial atención al modelo de "fast-fashion". Dentro de la industria de la moda, la confección incluye varios modelos de producción y comercialización, que se dirigen a diferentes nichos de mercado y preferencias de los consumidores. En primer lugar, la "Alta Costura", también conocida como "Haute Couture", se caracteriza por la creación de prendas de vestir hechas a mano, personalizadas y únicas, diseñadas para satisfacer las necesidades y preferencias específicas de un cliente particular (Lecca, 2023). Por otro lado, el modelo "Prêt-à-Porter" se refiere a la producción en serie de ropa lista para llevar, manteniendo la personalización y características exclusivas de las prendas (Pérez Porto & Gardey, 2020). A su vez, el "Fast-Fashion", se centra en la fabricación rápida y barata de

grandes cantidades de ropa (Greenpeace, 2021). Finalmente, el surgimiento del modelo "*Slow-Fashion*" es una respuesta a la moda rápida, apoyando un modelo productivo consciente, ético y respetuoso con el medio ambiente, los trabajadores y los consumidores (Rey, 2020).

Tras delimitar el marco de estudio, cabe señalar que la ropa siempre ha desempeñado un papel integral en la cultura y la sociedad. En este sentido, a medida que el mundo cambia, la industria de la confección también evoluciona al estar guiada por las costumbres y tendencias de cada época (Rossi, 2014), demostrando ser un actor dinámico y versátil. Así, se ha consolidado como un fenómeno trascendente en un mundo cada vez más globalizado, dejando profundas huellas y consolidándose como una expresión cultural que responde al aire del tiempo (Prado, 2021). La industria de la ropa se extiende desde los desfiles y exhibiciones de moda hasta la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo, e incluye no sólo la estética, sino también aspectos fundamentales del día a día, como la expresión cultural y el desarrollo económico. Por tanto, la importancia de esta industria en el mundo moderno es diversa y de gran alcance (Notiar, s.f.).

Desde una perspectiva económica, la industria de la confección se ha constituido como un pilar sólido, tal y como reflejan las estimaciones para el año 2024. En este contexto, se proyectan ingresos de 1,79 billones de dólares, esperando que este sector experimente un aumento continuo en los ingresos globales y alcancen los 0,2 billones de dólares entre 2023 y 2027. Además, se estima que estos ingresos lleguen a los 1,94 billones de dólares en 2027 (Smith, 2023). Además, este gigante económico mundial no solo sobresale por sus cifras, sino que también desempeña un papel crucial en la creación de empleo a nivel internacional y la contribución al Producto Interior Bruto (PIB) de varios países. En este sentido, según datos del World Wildlife Fund, la industria de la confección emplea a entre 60 y 70 millones de personas, siendo crucial para la subsistencia de más de 250 millones de individuos, (Juillard, 2022). Además, las cadenas mundiales de suministro de ropa, con centros de fabricación por todo el mundo, crean una interdependencia económica internacional y brindan oportunidades sin precedentes para el comercio y la inversión (Cámara de Comercio, 2023).

Sin embargo, la importancia de esta industria no se limita a sus aspectos económicos, sino que se ha convertido en una fuerza cultural y social profundamente arraigada. Como modelo de lenguaje, la industria de la confección desempeña un papel vital en la protección y promoción del patrimonio cultural al integrar el diseño, la artesanía y los materiales tradicionales en la producción de ropa moderna. De esta manera, la vestimenta se convierte en una plataforma de comunicación y entendimiento intercultural (Notiar, s.f.). Del mismo modo, la ropa es un importante medio de identidad cognitiva, expresión personal e interacción social (Sánchez Contador Uría, 2016). En este sentido, al elegir la ropa, las personas pueden expresar su personalidad, preferencias y conexiones sociales, aumentando la confianza en sí mismas y fortaleciendo el sentido de pertenencia en la comunidad. Además, la variedad de estilos que ofrece la industria de la ropa permite a las personas explorar sus gustos y expresarse de diferentes maneras, fortaleciendo así su identidad dentro del tejido cultural y social (Notiar, s.f.).

### **3.2. Fundamentos del *fast-fashion***

Como se mencionó anteriormente, la industria textil ha sufrido grandes cambios y se ha convertido en una de las industrias que más se ha beneficiado de la globalización en el siglo XXI. La caída de los precios de la indumentaria en las últimas dos décadas ha favorecido la adquisición de una cantidad de prendas cada vez mayor, llegando a consumir cinco veces más ropa que la que tenían las generaciones pasadas (Sustain Your Style, s.f.). En este contexto surgió el *fast-fashion*, un modelo de producción y consumo de moda a gran escala caracterizado por la creación rápida y barata de hasta 50 colecciones de ropa al año (UNIR, 2022).

El concepto de “moda rápida” fue propuesto por el New York Times a principios de los años 90, en respuesta a la entrada de Zara en el mercado neoyorquino. Esta denominación surgió para describir la ambiciosa misión de la empresa: acortar a tan solo 15 días el ciclo de producción de las prendas, desde la etapa de diseño hasta su llegada a las tiendas (Maiti, 2020). Sin embargo, no fue hasta la segunda mitad del siglo XX, impulsado por el ascenso del capitalismo, la revolución tecnológica y el auge del consumo, que este fenómeno se expandió a nivel global. Además, su difusión también

se ve facilitada por el creciente deseo de acercar las tendencias de las firmas de moda a toda la población (Ruiz, 2022).

Así, se puede observar que el consumo de moda ha crecido exponencialmente en el siglo XXI gracias a la influencia de la globalización e Internet. Hoy en día, las marcas lanzan colecciones cada dos semanas, abandonando las tradicionales temporadas de primavera-verano y otoño-invierno (UNIR, 2022). Estos cambios reflejan la velocidad con la que las empresas continúan adaptándose a las demandas de los consumidores modernos y la rápida difusión de las últimas tendencias en la sociedad actual. Por lo tanto, este enfoque tiene como objetivo lograr un crecimiento continuo de la industria, optimizando la eficiencia de la producción y reduciendo los costes asociados.

Como resultado, la ropa ha adquirido una naturaleza desechable y la industria de la confección se ha sometido a un proceso de globalización significativo. En este sentido, cabe destacar que, a menudo, las prendas se conciben en un país, se fabrican en otro y se comercializan por todo el mundo, todo ello a un ritmo que continúa incrementándose de manera significativa (Fundación Ellen MacArthur, 2017). Por tanto, entre las características más distintivas de la moda rápida, se evidencia la producción acelerada, que permite reproducir prendas en cuestión de semanas; el bajo coste, fundamental para mantener las prendas accesibles; y el cambio constante, que se refleja en la creación continua de colecciones para adaptarse ágilmente a las tendencias.

- Producción acelerada

La producción acelerada es el motor que impulsa el dinámico modelo de negocio del *fast-fashion*. Este enfoque está caracterizado por la compresión de los ciclos de producción, permitiendo a las marcas responder ágilmente a las cambiantes tendencias del mercado y ofrecer prendas a precios accesibles (Slow Fashion Next, 2016). Así, esta estrategia se traduce en una intensificación del proceso productivo, donde las empresas de moda rápida generan grandes cantidades de ropa en periodos de tiempo notoriamente cortos.

En este contexto, es importante resaltar que en el corazón de este sistema radica la necesidad de satisfacer a un consumidor exigente y ansioso por incorporar las últimas tendencias a su guardarropa. Así, las tiendas de moda rápida han llevado la producción acelerada a un nuevo nivel al presentar hasta cuatro colecciones al mes, un ritmo que contrasta con la frecuencia más pausada de las casas de moda tradicionales, que suelen tener de 2 a 6 colecciones al año (Ruiz, 2022).

En este contexto, la rapidez en la producción y transportación es esencial para el éxito del *fast-fashion*. Este enfoque permite que las tiendas reproduzcan, en cuestión de semanas, las prendas inspiradas en las últimas colecciones presentadas en las pasarelas. En consecuencia, la capacidad de poner estas prendas al alcance del consumidor en un lapso tan breve define la esencia misma de la moda rápida.

- Bajo coste

El concepto de *fast-fashion* revela una estrategia empresarial centrada en la producción eficiente y asequible de prendas para satisfacer rápidamente las demandas del mercado. A raíz de esta práctica, se emplean materiales de menor calidad en la confección de ropa, lo que reduce significativamente los costes de producción (Slow Fashion Next, 2016). Como consecuencia, las prendas se comercializan a precios muy reducidos, facilitando así el acceso a la moda a un amplio segmento de consumidores (UNIR, 2022). No obstante, es importante señalar que el uso de dichos materiales a menudo compromete la durabilidad y sostenibilidad de la ropa (Remy, et al., 2016).

En este contexto, como se estudiará posteriormente, la obsesión por la eficiencia que caracteriza la moda rápida se manifiesta no solo en la elección de materiales, sino también en las condiciones laborales de los trabajadores, que en muchas ocasiones son precarias (Hernández, 2023). Como resultado, la explotación laboral se convierte en una consecuencia de la presión del mercado de la moda rápida para mantener los costes bajos y los precios competitivos.

- Cambio constante

El *fast-fashion* se caracteriza por su capacidad para mantenerse en constante cambio. Así, la industria se sustenta en la producción de prendas alineadas con las últimas tendencias, contribuyendo a que estas tengan una vida útil corta y pasen rápidamente de moda. La agilidad en la respuesta a las tendencias permite ofrecer productos actualizados continuamente para captar y mantener el interés del consumidor en nuevas adquisiciones, fomentando así un ciclo continuo de compras (Slow Fashion Next, 2016).

Este principio se manifiesta a través de la estrategia adoptada por las empresas del sector, las cuales renuevan sus colecciones de manera constante debido a la eficiencia de la cadena de valor en la industria de la moda rápida. En este contexto, la permanencia de colecciones en las tiendas se convierte en una seña de identidad de esta industria, generando un ambiente de constante novedad que contribuye a que las prendas tengan una vida útil corta, pasando rápidamente de la moda establecida (Slow Fashion Next, 2016).

### 3.3. Comparativa de los modelos de producción

*Ilustración 2: Modelos de producción en la industria de la confección*

	Fabricación	Público Objetivo	Precio	Volumen
<b>Alta Costura</b>	Artesanal, a medida	Clientes selectos	Muy elevado	Limitado y selectivo
<b>Prêt-à-Porter</b>	Producción en serie	Público más amplio	Elevado	Grande y estándar
<b>Fast-Fashion</b>	Producción rápida y masiva	Máxima difusión	Bajo	Masivo, alta rotación
<b>Slow-Fashion</b>	Producción sostenible	Clientes concienciados	Medio-alto	Limitado y atemporal

Fuente: Elaboración propia a partir de Hernández (2022), Pastor (2021), y Mahmoud (s.f).

Los cuatro modelos de producción presentados ofrecen una amplia variedad de enfoques en la industria de la confección de moda. Por un lado, la Alta Costura se distingue por su exclusividad y artesanía, dirigida a un público selecto y de alto perfil. Por otro lado, el Prêt-à-Porter ofrece diseños de calidad mediante un proceso de

fabricación en serie, manteniendo un alcance más amplio. Por su parte, el *Fast-Fashion* se caracteriza por su producción rápida y masiva, mientras que el *Slow-Fashion* destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la producción ética. Estas diferencias demuestran la diversidad de estrategias empleadas por las marcas de moda para satisfacer las necesidades y preferencias del mercado, abarcando desde la exclusividad hasta la accesibilidad y la sostenibilidad.

## **4. ESG EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN**

### **4.1. Introducción a los factores ESG en la industria de la ropa**

La industria de la confección, un actor global destacado, enfrenta actualmente numerosos desafíos relacionados con los factores ESG. Así, a pesar de su posición dominante en la economía mundial, esta industria, al estar estrechamente vinculada con el fenómeno de deslocalización, dista considerablemente de ser sostenible. Como resultado, el sector se encuentra en un momento crítico de reevaluación y transformación.

Desde un punto de vista medioambiental, este gigante global ha dejado una huella significativa, agotando los recursos naturales, creando enormes cantidades de residuos y empeorando la contaminación. Esta situación posiciona a este sector en el tercer lugar entre las industrias con mayor consumo de agua y uso del suelo, además de situarse en el cuarto lugar por su impacto en el cambio climático (OCU, 2022). En el frente social, la moda global ha sido testigo de prácticas laborales cuestionables. En este sentido, la reubicación de la producción a países con derechos laborales limitados conduce a la explotación y a salarios insuficientes. Esto revela una injusticia sistémica que exige atención y reformas inmediatas (Sustain Your Style, s.f.). Por último, a nivel de gobierno corporativo, es muy notoria la falta de transparencia en la cadena de suministro, que afecta al 45% de las marcas en la industria de la confección (Fashion Revolution, 2023), y la necesidad de implementar estrictas normativas laborales éticas con el fin de asegurar un funcionamiento más justo y responsable en la industria.

### **4.2. Impacto ESG del *fast-fashion***

La moda rápida es un segmento particularmente activo en la industria de la confección, por lo que se ha convertido en una fuente de crecimiento envidiable para algunas empresas de ropa (Remy, et al., 2016). Sin embargo, su proliferación no ayuda a solucionar los problemas medioambientales. La búsqueda constante de seguir las últimas tendencias ha propiciado el surgimiento de toda una industria que promueve la idea de que la moda es algo rápido, barato y de usar y tirar (Ruiz, 2022). Por lo tanto, aunque la moda rápida haya dominado la industria de la confección durante años, su modelo de producción en masa resulta poco sostenible a largo plazo al alimentar el ciclo nocivo de consumo desenfrenado (World Wildlife Fund, 2022).

A continuación, se llevará a cabo un análisis del impacto ESG del *fast-fashion* en cada uno de sus componentes, abordando aspectos ambientales, sociales, y de gobierno corporativo.

#### **4.2.1. Impacto ambiental**

El impacto ambiental del modelo de *fast-fashion* es innegable y se manifiesta de diversas maneras a lo largo de las cadenas de producción y consumo masivo. El rápido crecimiento de la venta de ropa, cuya producción se duplicó entre los años 2000 y 2014 (Remy, et al., 2016), ha provocado cambios significativos en la frecuencia de las colecciones de moda. En este sentido, la producción ha aumentado de 2 colecciones por año a entre 50 y 100 microtemporadas, fenómeno que contribuye a la fabricación anual de aproximadamente 20 prendas por persona (Drew & Yehounme, 2017). A este problema se suma que, en casi todas las categorías de ropa, los consumidores conservan las prendas aproximadamente la mitad del tiempo que hace 15 años (Remy, et al., 2016).

Como resultado, este modelo de consumo acelerado ha llevado a que el consumidor medio adquiera un 60% más de prendas de vestir en comparación con el año 2000 (Drew & Yehounme, 2017). Este hecho contribuye a que la industria de la ropa sea responsable del 10% de las emisiones de carbono a nivel mundial, superando incluso las emisiones combinadas provenientes de vuelos internacionales y transporte de

mercancías (World Wildlife Fund, 2022). No obstante, si no se produce un cambio en esta trayectoria, se proyecta que esta proporción del presupuesto de carbono podría aumentar al 26% para 2050, según un informe realizado en 2017 por la Fundación Ellen MacArthur (McFall-Johnsen, 2019).

La elección de fibras textiles juega un papel decisivo en este escenario. Así, mientras que el algodón, la fibra natural más común, representa el 33% de todas las fibras textiles y causa problemas como una alta demanda de agua (Drew & Yehounme, 2017), el poliéster, presente en el 60% de las prendas, libera entre dos y tres veces más emisiones de carbono que el algodón. Además, el poliéster no se descompone en el océano, lo que contribuye al problema de los microplásticos que conforman hasta el 31% de la contaminación plástica en los océanos (McFall-Johnsen, 2019).

Además, la magnitud del impacto ambiental se extiende al consumo masivo de agua por parte de la industria de la confección, que se posiciona como el segundo mayor consumidor global de agua, utilizando anualmente 79 mil millones de metros cúbicos (World Wildlife Fund, 2022). En este sentido, cabe destacar que la producción de algodón, por ejemplo, requiere 2,700 litros de agua para fabricar una camisa, lo que equivale al consumo de una persona en dos años y medio. Asimismo, el proceso de teñido contribuye con el uso de 5 billones de litros de agua al año, cantidad suficiente para llenar 2 millones de piscinas olímpicas (Drew & Yehounme, 2017). Esta fase, además, contribuye al posicionamiento de la industria de la confección como el responsable del 20% de toda la contaminación industrial del agua en el mundo, al verter el agua sobrante del proceso en zanjas, arroyos o ríos (McFall-Johnsen, 2019).

Finalmente, la corta vida útil promedio de las prendas, limitada a apenas a siete u ocho usos, junto con el enfoque de la moda rápida en la rotación constante de productos, da lugar a problemáticas adicionales (Remy, et al., 2016). La eliminación irresponsable de la ropa, que, según estadísticas del Banco Mundial (BM), el 40% ni siquiera llega a ser utilizada un solo día, agudiza la crisis de residuos (World Wildlife Fund, 2022). Este dilema se intensifica aún más al considerar que, cada segundo, la carga de un camión lleno de desechos textiles es depositada en vertederos o incinerada (UNEP, 2018) como consecuencia de la ineficiencia de los métodos de reciclaje convencionales, como la

trituration o la digestión química. Además, la carencia de mercados suficientemente amplios para absorber ropa reciclada es la razón por la que, de cada 5 prendas producidas, 3 son desechadas cada año (Remy, et al., 2016). Estas prácticas no solo incrementan las emisiones innecesarias de gases de efecto invernadero, sino que también plantean la amenaza de que la industria de la ropa consuma una cuarta parte del presupuesto mundial de carbono para el año 2050, según la UNEP (2018).

En conclusión, la falta de sostenibilidad en el modelo de *fast-fashion* se manifiesta en una cadena de impactos ambientales que incluyen una emisión elevada de gases de efecto invernadero, un consumo masivo de agua, y una contaminación industrial notable. Además, se proyecta un crecimiento masivo en el gasto en prendas de vestir que plantea un escenario alarmante. Si el consumo continúa al ritmo actual, se estima que necesitaremos tres veces más recursos naturales para 2050 en comparación con los que utilizábamos en el año 2000. Esta realidad plantea preguntas fundamentales sobre la sostenibilidad a largo plazo de este modelo, especialmente relacionadas con la contradicción de asumir recursos infinitos en un mundo finito como base para un modelo de negocio sostenible (Drew & Yehounme, 2017).

#### **4.2.2. Impacto social**

Desde un plano social, el modelo de moda rápida trae consigo numerosas consecuencias perjudiciales. En este contexto, el consumo acelerado de ropa y la necesidad de cumplir ciclos cortos de moda ejercen presión sobre los recursos de producción, configurando cadenas de suministro que, con frecuencia, priorizan la rentabilidad financiera al bienestar humano (World Resources Institute, 2019). Este escenario acarrea condiciones laborales precarias, donde los trabajadores son testigos de largas jornadas, salarios insuficientes y medidas de seguridad deficientes, lo que pone de manifiesto la vulnerabilidad inherente a esta industria. Además, esta problemática empeora debido a la presión existente sobre los empleados, forzados a cumplir con plazos de producción extremadamente ajustados, comprometiendo de esta forma su salud física y mental (Erverte París, 2023).

En este marco, la externalización de la producción se ha consolidado como un factor crucial, incrementando aún más las desigualdades en el ámbito laboral. En este sentido, las grandes marcas de moda rápida trasladan estratégicamente sus operaciones a países con costes laborales más asequibles, especialmente en el sur de Asia, con el fin de maximizar sus ganancias (Erverte París, 2023) y mejorar su posición competitiva a nivel internacional mediante la subcontratación. No obstante, esta situación crea un entorno propicio para la proliferación de fábricas en condiciones de explotación que operan al margen de las normas legales. En este sentido, para agilizar la producción de prendas de manera rápida y económica, los trabajadores de estas instalaciones, en su mayoría niños y mujeres (Amurao, s.f.), enfrentan jornadas laborales extenuantes y sufren condiciones de vida y de trabajo crueles. En consecuencia, en países manufactureros como Bangladesh, China y la India, el salario mínimo apenas alcanza entre la mitad y una quinta parte de lo necesario para cubrir los gastos mensuales. En Bangladesh, por ejemplo, los trabajadores reciben alrededor de 33 céntimos de euro por hora (Nguyen, 2022), lo que supone una violación al derecho de remuneración equitativa y satisfactoria que estableció la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 2009 (Hernández, 2023).

Así, las condiciones laborales derivadas del modelo de moda rápida son precarias, careciendo de estándares higiénicos y de seguridad ya que la mayor parte de los talleres clandestinos están localizados en países pobres con regulaciones poco rigurosas. En consecuencia, los trabajadores de la industria de la confección se ven sometidos a jornadas de entre 14 y 16 horas al día, siete días a la semana, enfrentando abusos verbales y, en ocasiones, incluso físicos, por parte de los gerentes. Además, la exposición a sustancias nocivas sin la debida ventilación, según destaca Nguyen (2022), intensifica las condiciones laborales inseguras. Este problema se agrava cuando los trabajadores están directamente involucrados en la manipulación de materiales que requieren un procesamiento extenso, como es el caso del algodón y el cuero (Remy, et al., 2016). Como resultado, tragedias como el colapso de la fábrica de Rana Plaza en Bangladesh en 2013, ponen de manifiesto una situación desgarradora (Nguyen, 2022).

En conclusión, la expansión desmesurada de la industria del *fast-fashion*, al ofrecer prendas de última moda a precios accesibles, enmascara una realidad lúgubre: la producción a menudo tiene lugar en entornos donde los derechos laborales son casi inexistentes. Esta problemática, a menudo eclipsada por una falta de transparencia, se encuentra vinculada al fenómeno de la externalización, donde la búsqueda desmedida de beneficios económicos prevalece sobre la ética y la responsabilidad social. Así, este modelo de producción en masa, que subestima las condiciones laborales, perpetúa un ciclo vicioso en la cadena de suministro de la moda rápida. El impacto negativo sobre los derechos laborales se refleja en la explotación masiva de trabajadores, generando una llamada de atención urgente: hasta que la sociedad deje de apoyar marcas que perpetúan estas condiciones, y los gobiernos implementen regulaciones más efectivas, millones de personas seguirán siendo víctimas de abusos y esclavitud (Hernández, 2023).

#### **4.2.3. Impacto de gobierno corporativo**

En el ámbito de la moda rápida, el gobierno corporativo juega un papel fundamental en la configuración de prácticas empresariales, especialmente en un entorno global. La falta de supervisión gubernamental en los países a los que las empresas de moda rápida llevan sus operaciones crea un entorno propicio para el desarrollo de comportamientos poco éticos (Nguyen, 2022). Esta escasa regulación permite a las empresas eludir responsabilidades y operar en un entorno donde las prácticas sostenibles a menudo se ven comprometidas a favor de la rentabilidad.

En este sentido, el complejo carácter global de la moda rápida, resultante del fenómeno de la deslocalización, extiende las cadenas de suministro y complica su visión y control global (Sustainable Gate, 2022). Esto crea importantes desafíos para lograr transparencia en las operaciones y complica la responsabilidad en la fabricación y comercialización de ropa. Como mencionado anteriormente, las empresas de moda rápida utilizan un modelo de subcontratación (Sustainable Gate, 2022), por lo que cada

cadena de suministro es única e involucra múltiples etapas y países, lo que dificulta el seguimiento de los productos desde las materias primas hasta los productos terminados, para garantizar que se produzcan de manera responsable. En este contexto, los fabricantes suelen subcontratar tareas específicas a empresas más pequeñas y económicas, creando capas adicionales de abstracción que pueden proteger a la marca principal de la responsabilidad. Esto dificulta la verificación y garantía de que los proveedores cumplan con prácticas éticas y sostenibles, como estándares laborales justos y regulaciones ambientales (Sustainable Fashion Forum, 2023).

Como resultado, las cadenas de suministro de la industria de la moda rápida siguen siendo complejas, fragmentadas, desreguladas y opacas. No obstante, a pesar de los esfuerzos por abordar estos desafíos, la falta de visibilidad en las cadenas de suministro permite que continúen los abusos de los derechos humanos y la degradación ambiental, lo que impacta directamente en vidas humanas (Fashion Revolution, 2023). Esta falta de control y supervisión subraya la necesidad urgente de mejorar la gobernanza corporativa en la moda rápida, no solo para proteger los derechos de los trabajadores y el medio ambiente, sino también para establecer estándares éticos que rijan la industria.

## **5. INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD. CASO DE ESTUDIO: INDITEX**

### **5.1. Inditex. Líder en *fast-fashion***

Inditex es una de las principales empresas distribuidoras en el sector de la moda y ha consolidado su posición como líder a nivel mundial. Este conglomerado engloba marcas como Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho y Zara Home, todas ellas comprometidas con satisfacer las demandas de moda y el estilo de sus clientes de manera responsable. Además, de acuerdo con la información publicada en su web corporativa, el grupo ha sido reconocido por su capacidad de adaptación y por su enfoque en la innovación en diseño y distribución (Inditex, s.f.).

La historia de Inditex se remonta a 1963, cuando su fundador, Amancio Ortega Gaona, dio sus primeros pasos en una fábrica dedicada a la producción de ropa femenina. No

obstante, el hito inicial ocurrió en 1975 con la apertura de la primera tienda Zara en A Coruña, seguida en 1984 por la inauguración de su primer centro logístico de distribución en Arteixo (Inditex, s.f.). Posteriormente, en 2001, el grupo dio el salto al mercado bursátil. En la actualidad, el alcance de Inditex abarca 213 mercados a través de su plataforma online y una red que supera las 5.800 tiendas distribuidas por 96 diferentes mercados (Andema, s.f.). Además, la compañía dice integrar individuos de 182 nacionalidades diferentes y destacar por un 75% de mujeres en su plantilla, reflejando su compromiso con la diversidad y la igualdad (Inditex, s.f.).

Según la información publicada por el Inditex, su modelo de negocio se caracteriza por su enfoque innovador y la priorización de las necesidades de sus clientes para impulsar una experiencia de calidad. Además, la empresa afirma que este enfoque se materializa en los estándares del diseño, los procesos de producción y la logística (Inditex, s.f.). Según los datos y la información publicada por el grupo, en el año 2023, sus ventas superaron los 25,5 mil millones de euros, indicando que este logro se debe a la creatividad de sus equipos y a la eficaz ejecución de su modelo de negocio, que incluye tanto las tiendas físicas como la plataforma online (Inditex, 2023). Asimismo, cabe destacar que, según Orús (2024), el papel de empresas como Inditex es crucial para el mantenimiento de España como líder mundial en el ámbito de la industria de la confección.

En este contexto, la estructura y funcionamiento interno de Inditex han afianzado su posición como líder en el sector de la moda rápida. Según la información proporcionada por la compañía, destaca, en primer lugar, su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado. En este sentido, los equipos de tienda, que conforman el 86% de su fuerza laboral, reciben nuevos productos dos veces por semana gracias a una red logística internacional conformada por 12 centros logísticos, según los datos del grupo. Además, Inditex señala que cuentan con más de 700 diseñadores que trabajan de manera coordinada para acelerar el proceso que abarca desde el diseño del producto hasta su disponibilidad en tienda, con el fin de reducirlo a tan solo 3 semanas (Inditex, s.f.). Así, de acuerdo con Xicota (2015), se garantiza la pronta disponibilidad de productos en las tiendas y una renovación constante de la oferta, lo que puede generar una sensación de urgencia en el consumo que incita a la compra compulsiva.

## 5.2. Análisis de las estrategias ESG de Inditex

Ante la situación actual, es innegable que Inditex se enfrenta a desafíos sociales, económicos y medioambientales de una magnitud sin precedentes. En respuesta, la empresa ha expresado su compromiso de liderar esfuerzos colectivos destinados a transformar la industria de la moda en una fuerza positiva (Inditex, s.f.). Además, según De la Quintana (2021) este compromiso va más allá del funcionamiento interno de la compañía, involucrando a todos sus proveedores a través de una supervisión rigurosa de las fábricas en sus respectivos lugares de origen.

Desde sus inicios en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2001, Inditex afirma estar comprometido con el bienestar de las personas y del entorno. En este sentido, la empresa sostiene haber delineado una estrategia de sostenibilidad centrada en tres pilares clave: promover la economía circular y la descarbonización, alinear sus actividades con la Agenda 2030 y garantizar el respeto a los derechos humanos en toda su cadena de suministro (Domingo, 2020). Además, como parte de esta declaración, el grupo ha expresado su compromiso de utilizar de materias primas innovadoras, orgánicas y recicladas para alcanzar sus objetivos de sostenibilidad (Inditex, s.f.), como se detalla a continuación:

*Ilustración 3: Objetivos de sostenibilidad Inditex*

Año	Objetivos
2025	Obtener el 100% de lino y poliéster de fuentes preferentes Reducir el consumo de agua en un 25% en la cadena de suministro
2030	Proteger cinco millones de hectáreas de biodiversidad Reducir más del 50% de las emisiones de carbono (incluyendo cadena de suministro) Emplear solamente materias primas textiles que supongan un menor impacto
2040	Alcanzar cero emisiones netas, reduciendo al menos el 90% de la huella de CO2 con respecto a 2018

Fuente: Elaboración propia a partir de Inditex (s.f.).

Este enfoque hacia la sostenibilidad se manifiesta a través de compromisos específicos en cada área de su modelo de negocio, según lo reportado por El Economista (2021). En este sentido, de acuerdo con Inditex (s.f.), se establece un estándar elevado desde el diseño de las prendas al capacitar a todos sus diseñadores en materia de sostenibilidad, lo que, según la empresa, permite priorizar el uso de materiales con menor huella ambiental, como el algodón orgánico o reciclado, en línea con su objetivo para el año 2030. Además, el grupo afirma haber impulsado la utilización de nuevas fibras recicladas y la colaboración con organizaciones y *start-ups* para desarrollar tecnologías de reciclaje innovadoras (Inditex, s.f.).

En cuanto a descarbonización, Inditex se ha comprometido a generar un impacto positivo en su cadena de suministro mediante la reducción de sus emisiones en más de un 50% para 2030 y a alcanzar emisiones netas cero para 2040, según lo reportado por el grupo. Para lograr estos objetivos, Inditex asegura la adopción de tecnologías más limpias y eficientes, así como el uso generalizado de energías renovables en toda su cadena de suministro. Además, el grupo ha expresado su voluntad por reducir el consumo de agua y comprometerse con el objetivo de Vertido Cero de Sustancias Peligrosas con el fin de garantizar la seguridad de sus trabajadores, clientes y del entorno (Inditex, s.f.).

En su estrategia de distribución, Inditex remarca la implementación de diversas iniciativas destinadas a reducir las emisiones en toda su red logística. Se reporta que, desde el año 2022, todos sus centros de distribución operan con energía 100% renovable. Además, según El Economista (2021), estos centros están diseñados y administrados conforme a los más rigurosos estándares internacionales de sostenibilidad, certificados por el sello LEED del US Green Building Council. Por otra parte, de acuerdo con Inditex, se han establecido asociaciones estratégicas con grupos como Clean Cargo y el Arctic Corporate Shipping Pledge, enfocándose en esfuerzos de optimización de carga. Asimismo, se indica que, como parte de su compromiso con la sostenibilidad, la empresa lanzó la plataforma Zara Pre-Owned en 2022, con el fin de promover la reparación, venta y donación de prendas usadas (Inditex, s.f.).

Finalmente, el grupo ha resaltado su participación en proyectos comunitarios y ambientales mediante el establecimiento de alianzas. Según la información proporcionada por la compañía, en los últimos tres años, más de 8,7 millones de personas necesitadas se han beneficiado de colaboraciones con más de 400 organizaciones sin ánimo de lucro centradas en la asistencia social, la educación y programas de emergencia, como ACNUR o Médicos Sin Fronteras, con el objetivo de ayudar a 10 millones de personas hasta 2025 (Inditex, s.f.). Además, según Martínez (2022), el grupo colabora activamente con organizaciones medioambientales como World Wide Fund for Nature (WWF), destinando más de 10 millones de euros a la restauración de ecosistemas amenazados en diversas regiones para el año 2025. En este sentido, Inditex asegura su compromiso con proteger, restaurar y regenerar cinco millones de hectáreas de biodiversidad para 2030, destinando 15 millones de euros al Fondo Regenerativo de Conservation International (Inditex, s.f.).

Así pues, si nos atenemos a los datos publicados por la empresa, se observa que Inditex ha recibido distintos galardones en el ámbito ESG, incluyendo una posición destacada en el informe Ethical Fashion Report de Baptist World Aid Australia, así como reconocimientos por parte del Bloomberg Gender-Equality Index y distinciones en los índices de sostenibilidad de CDP y Dow Jones. También ha sido destacada por Financial Times en sus listados Diversity Leaders y Europe's Climate Leaders, y reconocida en el índice de sostenibilidad FTSE4Good y en el ranking Nature Benchmark de World Benchmarking Alliance (Inditex, s.f.). Por otra parte, según Martínez (2023), la retirada de la etiqueta "Join Life", utilizada por el grupo desde 2015 para resaltar las colecciones más sostenibles y con menor impacto ambiental, marca un cambio en su enfoque hacia la sostenibilidad. Así, subraya que esta decisión resalta la transición del negocio hacia un modelo más sostenible, donde la sostenibilidad se ha integrado plenamente en su cultura corporativa, volviendo innecesaria la distinción entre colecciones sostenibles y no sostenibles.

### **5.3. Revisión de las tácticas ESG adoptadas por H&M Group**

Como competidor destacado del grupo Inditex, H&M Group, fundado en 1947, se erige como una multinacional sueca que se reconoce a sí misma por ofrecer una combinación de precios asequibles, amplia variedad de oferta y calidad distintiva. Así, según Yun (s.f.), esta reputación ha consolidado su posición como un referente en la industria de la moda, propiciando también su expansión a nivel internacional. En cuanto a su estructura interna, el grupo cuenta con un equipo integrado por más de 150.000 personas y opera con ocho marcas exclusivas: H&M, COS, Weekday, Monki, H&M Home, & Other Stories, ARKET y Afound (H&M Group, s.f.).

Según la empresa, el éxito de su modelo de negocio se debe a su enfoque centrado en el cliente, en línea con la filosofía de *fast-fashion*. Así, según Yun (s.f.), el grupo se esfuerza por comprender continuamente las preferencias y necesidades de sus consumidores y adaptarse a ellas ágilmente para satisfacer sus demandas en el menor tiempo posible. Además, el grupo afirma que trata de mejorar contantemente la experiencia del cliente mediante iniciativas que abarcan desde el diseño de productos hasta una mayor integración de las tiendas física y en línea (H&M Group, s.f.).

En lo que respecta a la sostenibilidad, según la información proporcionada por H&M Group, el grupo ha mantenido un enfoque continuo durante más de dos décadas, comprometiéndose con un crecimiento empresarial que no ponga en riesgo la disponibilidad de recursos naturales limitados. Dentro de este marco, la empresa ha publicado una serie de objetivos específicos orientados hacia la sostenibilidad en áreas clave como el clima, el diseño circular, la certificación de materiales y recursos empleados, los embalajes, la reducción de químicos y agua, y la igualdad y la diversidad (H&M Group, s.f.). Las metas son las siguientes:

**Ilustración 4: Objetivos de sostenibilidad H&M Group**

	Objetivos		
	2025	2030	2040
<b>Clima</b>	-	Reducir emisiones CO2 un 56% respecto a 2019	Cero emisiones netas
<b>Diseño Circular</b>	30% materiales certificados como reciclados	84% materiales reciclados o de origen sostenible	100% materiales reciclados o de origen sostenible
<b>Materiales</b>	-	-	-
<b>Embalaje</b>		85% envases reciclables o sostenibles	100% envases reciclables o sostenibles
<b>Químicos</b>	-	-	-
<b>Agua</b>	Reducción uso agua dulce en un 10% respecto 2022	Reducción uso agua dulce en un 30% respecto 2022	-
<b>Justo e Igual</b>	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de H&M Group (s.f.).

En consonancia con los objetivos de sostenibilidad establecidos, según los logros alcanzados y publicados por el grupo en 2022, la compañía ha registrado una reducción del 7% en las emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 3, que abarca las emisiones indirectas de la empresa y aquellas producidas por sus clientes (World Economic Forum, 2022). Además, se detalla una disminución del 8% en los alcances 1 y 2, relacionados con las emisiones directas e indirectas generadas por la empresa, respectivamente (World Economic Forum, 2022). Adicionalmente, según la información disponible en la web corporativa de H&M Group, se ha registrado una reducción del 38% en el consumo relativo de agua por producto en comparación con 2017. Asimismo, se destacó el uso de un 84% de materiales reciclados o de origen sostenible en sus productos comerciales. En cuanto al embalaje, se expresa una reducción del 44% en envases de plástico y un aumento del 23% en la utilización de materiales reciclados. Por otro lado, el grupo afirma haber fortalecido las condiciones laborales, con un 42% de fábricas proveedoras con representación sindical y un 34% con convenios colectivos vigentes. Además, la empresa sostiene que más de 414.000 trabajadores recibieron capacitación sobre violencia de género y acoso sexual. Finalmente, según H&M (s.f.), en términos de inversión comunitaria, se contribuyó con aproximadamente 10 millones de euros, beneficiando a más de 745.000 personas.

En cuanto a las iniciativas de la marca, la Fundación H&M es una entidad sin ánimo de lucro respaldada por los fundadores y principales accionistas del grupo. Según Anzures (2020), su misión se centra en impulsar el progreso hacia el logro de los ODS para el año 2030, mediante la colaboración del grupo con organizaciones experimentadas a nivel global. Además, H&M Group ha reportado que la compañía ha introducido varias propuestas innovadoras para promover la sostenibilidad entre sus clientes. Entre estas iniciativas se encuentra el uso de herramientas como Circulator, empleada por marcas como & Other Stories, Monki y H&M para las colecciones Cherish Waste y Metaverse, con el fin de crear prendas adaptadas a la economía circular. Asimismo, el grupo ha expresado que ha rediseñado sus jeans siguiendo las pautas de la Fundación Ellen MacArthur, como en el caso de "Let's Make Better Denim" de H&M. Por otro lado, ha informado que las marcas ofrecen opciones de segunda mano en tiendas seleccionadas, como Monki Pre-Loved, ReArket o COS Resell. Además, se han establecido servicios de alquiler de prendas a través de plataformas como HURR, e incluso han lanzado una colección para recién nacidos con certificación Cradle2Cradle Gold de H&M, según el Grupo H&M (s.f.).

En este contexto, de acuerdo con H&M Group, la compañía ha sido objeto de varios reconocimientos que resaltan su compromiso. En consonancia con la información proporcionada por el propio grupo, la empresa ha sido incluida en el índice Dow Jones Sustainability Index durante ocho años consecutivos, alcanzando el cuarto lugar en 2020. Asimismo, resalta su inclusión en el índice FTSE4Good y la obtención del primer puesto en el Fashion Transparency Index 2020 con una puntuación del 73%, lo que subraya su compromiso con la transparencia. Además, H&M Group (s.f.) afirma haber sido incluida en la lista A-List de CDP, en el rastreador anual de Oxfam Australia, y haber recibido el premio World Changing Ideas Awards de Fast Company por su innovador sistema de reciclaje en tienda, Loop.

#### **5.4. Comparativa ESG: Inditex vs H&M Group**

El análisis realizado de las estrategias ESG de dos gigantes del sector de la moda rápida, Inditex y H&M Group, pone de relieve un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad y

la responsabilidad social corporativa por parte de ambas empresas. Así, como líderes en la industria de la confección, han adoptado enfoques distintos pero igualmente innovadores para abordar los desafíos ESG actuales del sector. A continuación se realizará un estudio comparativo de ambas compañías en base a los componentes ESG:

- Ambiental

En el plano ambiental, Inditex ha enfocado su estrategia en la promoción de la economía circular, la descarbonización y la transición hacia energías renovables en toda su cadena de suministro. Esto se evidencia la implementación de diversas medidas, como la formación de sus trabajadores en materia de sostenibilidad, la priorización del uso de materiales con menor impacto ambiental, el desarrollo de tecnologías de reciclaje innovadoras, y el compromiso con la reducción de las emisiones de carbono mediante la adopción de tecnologías limpias y eficientes. Además, el grupo ha integrado iniciativas de distribución sostenible en sus centros de distribución y asociaciones estratégicas para optimizar la carga. Por su parte, H&M Group ha establecido una estrategia ambiental centrada en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y en la promoción del uso de materiales sostenibles en sus productos, lo que ha resultado en el logro de importantes avances durante el año 2022.

En este marco, y en base a los informes publicados por ambas compañías, si bien ambas empresas han logrado avances en sus esfuerzos ambientales, se observan diferencias en sus planteamientos. Por un lado, Inditex ha adoptado un enfoque más integral hacia la sostenibilidad, reflejado en sus metas de reducción de emisiones y su compromiso con tecnologías más limpias. Además, es notable que el grupo ha proporcionado formación a sus trabajadores en materia de sostenibilidad ambiental, una iniciativa que H&M Group no ha implementado hasta la fecha. Por otro lado, a pesar de que el Grupo H&M ha avanzado notablemente en la reducción de emisiones y el uso de materiales sostenibles, su enfoque parece estar más orientado hacia acciones específicas, lo que sugiere la necesidad de una transición más holística hacia la sostenibilidad ambiental.

- Social

En el ámbito social, Inditex destaca por su modelo centrado en los trabajadores, donde prioriza el bienestar y el desarrollo profesional, reflejado en la capacitación ofrecida a sus diseñadores. Además, el grupo se ha comprometido con el objetivo de Vertido Cero de Sustancias Peligrosas y ha llevado a cabo colaboraciones con organizaciones sin fines de lucro para apoyar a las comunidades locales en áreas como la asistencia social, la educación y programas de emergencia. Por su parte, H&M Group también destaca por su compromiso con el bienestar de sus trabajadores y comunidades. La empresa ha priorizado la capacitación sobre violencia de género y acoso sexual, beneficiando a numerosos empleados. Además, ha realizado inversiones comunitarias significativas, contribuyendo con millones de euros y beneficiando a más de 745.000 personas. Por último, cabe destacar que el grupo ha fortalecido las condiciones laborales en sus fábricas proveedoras, con un 42% de estas plantas que cuentan con representación sindical y un 34% de ellas con convenios colectivos vigentes.

En resumen, en base a la información publicada por ambas empresas, tanto Inditex como H&M Group han demostrado un fuerte compromiso en el plano social, aunque existen diferencias entre ellas. Si bien ambos priorizan la formación de sus empleados, Inditex enfoca la capacitación en materia de sostenibilidad, mientras que H&M Group se centra en temas de violencia de género y acoso sexual, siendo esta última área más relevante en el ámbito social. Además, mientras que Inditex destaca por establecer alianzas con organizaciones sin fines de lucro, H&M Group no ha resaltado tanto en este aspecto. Por último, en términos de condiciones laborales en las fábricas, Inditex se ha enfocado en la reducción o eliminación de sustancias químicas peligrosas para garantizar la seguridad de sus empleados y del entorno, mientras que el Grupo H&M ha optado por fortalecer estas condiciones a través de la representación sindical. Así, en términos sociales, ambas empresas tienen oportunidades de mejora, con áreas específicas que abordar.

- Gobernanza

En cuanto a la gobernanza, Inditex ha sido ampliamente reconocida por su sólido desempeño en materia de gobierno corporativo, destacando en varios índices de sostenibilidad y gobernanza. Estas distinciones reflejan el compromiso del grupo con prácticas éticas y transparentes. Además, la estructura de gobierno corporativo de Inditex, accesible a través de su portal web corporativo, ofrece información detallada sobre su estructura accionarial, la junta general de accionistas, el consejo de administración, así como informes y normativas pertinentes, tanto en términos financieros como no financieros, con el objetivo de aumentar la transparencia y promover la rendición de cuentas ante sus accionistas y demás partes interesadas.

Por su parte, Grupo H&M también ha recibido reconocimiento por su desempeño en términos de gobernanza corporativa, siendo incluido en el índice Dow Jones Sustainability Index durante ocho años consecutivos. Asimismo, su presencia en otros índices que promueven prácticas empresariales responsables y transparentes subraya su dedicación en este ámbito. Además, la compañía ha sido elogiada por su compromiso con la transparencia en sus operaciones, lo que evidencia su enfoque en la rendición de cuentas y la divulgación de información relevante. Por otro lado, al igual que Inditex, el Grupo H&M cuenta con un secciones dedicadas a inversores y gobierno corporativo en su página web corporativa, donde se detalla la estructura organizativa, la administración, las memorias anuales, y la política de remuneración del grupo, entre otras aspectos relevantes.

En resumen, tanto Inditex como el Grupo H&M demuestran un compromiso evidente al divulgar públicamente información sobre sus prácticas ESG y al ser reconocidas por índices de prestigio en este ámbito. Sin embargo, H&M Group destaca con su desempeño en el Fashion Transparency Index 2020, obteniendo el primer lugar con una puntuación del 73%. Este logro puede reflejar un nivel más alto de divulgación y apertura en cuanto a las prácticas y políticas de la empresa, lo que puede generar una mayor confianza y credibilidad entre los stakeholders, otorgándole una ligera ventaja en este aspecto comparativo.

## 6. CONCLUSIONES

En la actualidad, la adopción de prácticas ESG ha alcanzado una relevancia sin precedentes y se ha convertido en un pilar fundamental para asegurar el desarrollo sostenible de las empresas en el largo plazo. Este enfoque cubre no solo los aspectos económicos, sino también el impacto de las actividades de una compañía en el medio ambiente, la sociedad, y su propia estructura de gobierno. En este marco, la industria de la confección se está convirtiendo en un sector de notable relevancia, especialmente en un contexto donde el modelo del *fast-fashion* ha experimentado un crecimiento exponencial. Este modelo se caracteriza por la producción masiva de ropa a bajos precios, fomentando un consumo excesivo y un ciclo de vida corto de las prendas, lo que conlleva un impacto significativo en términos de sostenibilidad ambiental, social, y de gobierno.

En este contexto, es innegable que el esquema de la moda rápida trae consigo graves implicaciones en materia ESG. Desde el punto de vista ambiental, la producción a gran escala de prendas de vestir está asociada a un uso masivo de recursos naturales y a una notable emisión de gases de efecto invernadero, intensificando la degradación ambiental. En el frente social, la subcontratación de la fabricación para reducir los costes laborales y aumentar las ganancias empresariales ha creado un ambiente de explotación laboral en regiones donde los derechos de los trabajadores son limitados o, incluso, inexistentes. Finalmente, en términos de gobernanza, la falta de transparencia y responsabilidad en las cadenas de suministro de las empresas dificulta la supervisión, el cumplimiento, y la divulgación de estándares éticos y legales.

Con base en el análisis llevado a cabo, se ha evidenciado la necesidad de que empresas líderes en el ámbito de moda rápida, como Inditex o el Grupo H&M, continúen desarrollando e implementando iniciativas en el campo de las prácticas ESG. Por lo tanto, si ambas empresas están adoptando medidas para promover una moda más sostenible y ética, es esencial que aprovechen su influencia global y su alcance masivo para intensificar aún más estas estrategias. Además, las diferencias en sus enfoques revelan oportunidades de mejora para ambas, permitiéndoles responder de manera más

efectiva a nuevos desafíos en materia de ESG. En este contexto, algunos de los puntos más sobresalientes incluyen:

- En términos ambientales, Inditex ha demostrado una orientación más sólida hacia la sostenibilidad en comparación con el Grupo H&M, que parece tener un enfoque más fragmentado y menos centrado en una estrategia holística de sostenibilidad ambiental. Así, la falta de programas de capacitación ambiental y la colaboración limitada con organizaciones sin fines de lucro son áreas donde de H&M Group podría mejorar su desempeño ambiental.
- En el plano social, ambas empresas demuestran un compromiso con el bienestar de sus trabajadores y comunidades. No obstante, es importante reconocer que el Grupo H&M va más allá al ofrecer programas de formación específicos sobre temas sensibles y relevantes en el ámbito social. Esta iniciativa resalta un área de mejora para Inditex ya que le permitiría fortalecer su compromiso con la equidad de género y la creación de un entorno laboral seguro y respetuoso.
- En el ámbito del gobierno corporativo, ambas empresas han sido reconocidas por divulgar públicamente información sobre sus prácticas ESG, pero H&M Group destaca por su alto desempeño en el Fashion Transparency Index 2020. Este logro podría sugerir una mejora por parte de Inditex en términos de comunicación y divulgación de sus prácticas, con el fin de cerrar la brecha de transparencia y fortalecer la confianza y credibilidad entre los stakeholders.

Además, como recomendación, se debe reconocer la importancia de la cooperación entre empresas, instituciones y organizaciones sin fines de lucro para crear cambios significativos en la industria del *fast-fashion*. Esta colaboración debe ir más allá de meras intenciones para convertirse en acciones reales y proactivas, en lugar de ser simplemente una estrategia superficial para mejorar la imagen corporativa. Así, solo a través de un compromiso genuino y colaborativo, las empresas podrán abordar eficazmente los desafíos sociales y ambientales que enfrenta la industria, creando un futuro más sostenible y equitativo para todos los involucrados.

No obstante, en el contexto de la industria del *fast-fashion*, es necesario no solo centrarse en los avances logrados por las empresas individuales, sino también evaluar críticamente los problemas estructurales que enfrenta el sector de la moda rápida y su compatibilidad con los principios de sostenibilidad ambiental, responsabilidad social y buena gobernanza. Por lo tanto, cabe señalar que los ciclos frenéticos de producción y consumo que caracterizan de esta industria están intrínsecamente ligados a prácticas que contradicen estos principios. En este sentido, la presión por la reducción de costes y tiempos de entrega conduce a compromisos en aspectos clave como el agotamiento de recursos, las condiciones laborales inestables y la falta de transparencia en las cadenas de suministro. Estos factores, combinados con la necesidad de mantener márgenes de beneficio competitivos, exacerban aún más los impactos negativos en términos de sostenibilidad, equidad, y gobernanza en la industria de la moda rápida.

Así, abordar los desafíos estructurales del *fast-fashion* requiere un replanteamiento profundo de la percepción de esta industria. Por un lado, las empresas deben adoptar un enfoque más holístico que tenga en cuenta la interconexión y la complejidad de los aspectos ESG. Por otro lado, es necesario replantear los fundamentos del modelo de la moda rápida con el fin de priorizar la sostenibilidad a largo plazo sobre la maximización de beneficios. Sin embargo, la transición de la industria del *fast-fashion* hacia un modelo más sostenible y ético enfrentará obstáculos significativos, que van desde la resistencia al cambio dentro de las empresas hasta la necesidad de reestructurar completamente las cadenas de suministro y los modelos de negocio existentes. No obstante, solo a través de un cambio profundo en el paradigma de la moda rápida se podrán abordar eficazmente los problemas sistémicos que enfrenta la industria. Además, en última instancia, la adopción de prácticas más sostenibles y éticas no solo beneficiará a las empresas individualmente, sino que también contribuirá a la creación de un mundo más equitativo y respetuoso con el medio ambiente para las generaciones futuras.

En cuanto a las principales limitaciones de esta investigación, se destaca la dificultad ocasional en la obtención de datos precisos y fiables sobre las prácticas y el desempeño de las empresas en el sector del *fast-fashion*. Esta dificultad obstaculiza la capacidad para medir con precisión si las iniciativas implementadas por estas empresas son realmente efectivas en términos ESG. Por otro lado, para futuras líneas de investigación

sería beneficioso realizar estudios que analicen la evolución de los impactos ESG de la moda rápida en diferentes países, con el fin de analizar tendencias en diferentes contextos. Además, se recomienda investigar sobre las percepciones y comportamientos de los consumidores hacia la moda sostenible y ética, como alternativa al *fast-fashion*.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Amurao, I. (s.f.). The Victims of Fast Fashion. Center for Girls Foundation. Recuperado de <https://center4girls.org/the-victims-of-fast-fashion>
- Andema (s.f.). INDITEX. Asociación para la defensa de la Marca. Recuperado de <https://www.andema.org/empresas-asociadas/inditex>
- Anzures, C. (2020). *¿Por qué H&M es primer lugar de Fashion Transparency 2020?.* Life and Style. Recuperado de <https://lifeandstyle.expansion.mx/estilo/2020/06/23/por-que-h-m-es-primer-lugar-de-fashion-transparency-2020#:~:text=H%26M%20est%C3%A1%20posicionada%20en%20primer,cadenas%20de%20suministro%20multinacionales%20complejas>
- APlanet (2023). *ESRS: Estándares de Reporte en Sostenibilidad de la UE y cómo aplicarlos.* APlanet. Recuperado de <https://aplanet.org/es/recursos/esrs/>
- Boletín Oficial del Estado (2021). *Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética.* Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2021/BOE-A-2021-8447-consolidado.pdf>
- Calzada, C. (2023). *5 beneficios de adoptar ESG en la actualidad.* LinkedIn. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/5-beneficios-de-adoptar-esg-en-la-actualidad-carlos-calzada-dyqfc/?originalSubdomain=es>
- Cámara Madrid (2023). *La Importancia de las empresas de moda en el Desarrollo Económico Global.* Club Alumni Cámara Madrid. Recuperado de [https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,\(PIB\)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.](https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,(PIB)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.)
- Comisión Europea (2022). *Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad y por la que se modifica la Directiva (UE) 2019/1937.* Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52022PC0071&from=EN>

Cuatrecasas (2023). *ESG Los Tres Pilares de las finanzas sostenibles: Novedades*. Cuatrecasas. Recuperado de <https://www.cuatrecasas.com/es/spain/publico/art/esg-finanzas-sostenibles-novedades-tres-pilares>

De la Quintana, L. (2021). *Inditex es la segunda firma más sostenible del Ibex por criterios ESG*. *elEconomista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/inversion-sostenible-asg/noticias/11242350/05/21/Inditex-es-la-segunda-firma-mas-sostenible-del-Ibex-por-criterios-ESG.html>

Deloitte (2022). *Los 7 desafíos ESG en Energía, Recursos Naturales e Industriales*. Deloitte. Recuperado de [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cl/Documents/energy-resources/cl-Los-7-desafios\\_ESG.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cl/Documents/energy-resources/cl-Los-7-desafios_ESG.pdf)

Diario Oficial de la Unión Europea (2019). *Reglamento (UE) 2019/2088 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros*. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R2088>

Diario Oficial de la Unión Europea (2020). *Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020 relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2019/2088*. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R0852>

Diario Oficial de la Unión Europea (2022). *Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por la que se modifican el Reglamento (UE) n.o 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas*. Recuperado de <https://www.boe.es/doue/2022/322/L00015-00080.pdf>

- Díaz, E. (2019). *Tendencias de la industria de la moda*. EY. Recuperado de [https://www.ey.com/es\\_sv/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-la-moda](https://www.ey.com/es_sv/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-la-moda)
- Domingo, I. J. (2020). *Los tres focos ASG de Inditex: economía circular y descarbonización, alineación a la Agenda 2030 y promoción y el respeto de los Derechos Humanos*. Estrategias de Inversión. Recuperado de <https://www.estrategiasdeinversion.com/actualidad/noticias/bolsa-espana/los-tres-focos-asg-de-inditex-economia-circular-n-458585>
- Drew, D. & Yehounme, G. (2017). *The Apparel Industry's Environmental Impact in 6 Graphics*. World Resources Institute. Recuperado de <https://www.wri.org/insights/apparel-industrys-environmental-impact-6-graphics>
- El Economista (2021). *Inditex incluye la sostenibilidad en toda su cadena de valor*. El Economista. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/especial-medio-ambiente/noticias/11248375/06/21/Inditex-incluye-la-sostenibilidad-en-toda-su-cadena-de-valor.html>
- EmpresaActual (2023). *Normativa empresarial sostenible: De Rse a ESG*. EmpresaActual.com. Recuperado de <https://www.empresaactual.com/normativa-empresarial-sostenible-rse-esg/>
- Erverte París (2023). *Explotación y Miseria: Revelando el Lado Oscuro de la Moda Rápida*. Erverte París. Recuperado de <https://erverte.com/es/blogs/erverte-journal/exploitation-and-misery-unveiling-the-underbelly-of-fast-fashion>
- ExpokNews (2023). *Beneficios y desafíos de ESG*. Expok Comunicación de Sustentabilidad y RSE. Recuperado de <https://www.expoknews.com/beneficios-y-desafios-de-esg/>
- Fashion Revolution (2023). *Índice de Transparencia de la Moda 2023*. Fashion Revolution. Recuperado de <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>

- Fundación Ellen MacArthur (2017). *Una nueva economía textil: Rediseñando el futuro de la moda*. Fundación Ellen MacArthur. Recuperado de <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- Gloval Building Value (s.f.). *Normativa asociada*. Gloval Building Value. Recuperado de <https://www.gloval.es/gloval-green/normativa/>
- Greenpeace (2023). *Consumismo*. Greenpeace. Recuperado de <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/>
- Greenpeace México (2021). *Fast fashion: De Tu Armario Al Vertedero*. Greenpeace. Recuperado de <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>
- Hernández, C. (2023). *Fast Fashion y la esclavitud: una relación estrecha*. RedIntercol. Recuperado de <https://redintercol.net/index.php/blog-y-publicaciones/blog/item/855-fast-fashion-y-la-esclavitud-una-relaci%C3%B3n-estrecha.html>
- Hernández, J.R. (2022). *Conoce los 4 tipos de moda*. Badhombre. Recuperado de <https://badhombremagazine.com/conoce-los-4-tipos-de-moda/>
- H&M Group (s.f.). *Elogios de otros*. H&M. Recuperado de <https://ec.hm.com/sostenibilidad-del-producto/nuestra-labor/elogios>
- H&M Group (s.f.). *Explora el Grupo H&M*. H&M Careers. Recuperado de <https://career.hm.com/es-es/the-hm-group/>
- H&M Group (s.f.). *Goals and ambition*. H&M. Recuperado de <https://hmgroupp.com/sustainability/leading-the-change/goals-and-ambitions/>
- H&M Group (s.f.). *Our business idea*. H&M. Recuperado de <https://hmgroupp.com/business-idea/>
- Iberdrola. (s.f.). *ESG, ¿Cómo realizar inversiones sostenibles y responsables?*. Iberdrola. Recuperado de <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/criterios-esg#:~:text=El%20concepto%20ESG%20integra%20las,m%C3%A1s%20relevantes%20de%20una%20compa%C3%B1%C3%ADa.>

Inditex (s.f.). *Alianzas*. Inditex. Recuperado de <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/21c2fa7e-2f2b-4663-898a-d2393de9ee37/Alianzas.pdf?t=1704711230411>

Inditex (2022). *Estado de Información No Financiera 2022*. Inditex. Recuperado de <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/c10c89f5-9c82-4aed-892b-5517a3b886e4/Estado-de-informacion-no-financiera-2022.pdf?t=1680170755393>

Inditex (s.f.). *Historia*. Inditex. Recuperado de <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/grupo/historia>

Inditex (s.f.). *Nuestro modelo*. Inditex. Recuperado de <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/grupo/nuestro-modelo>

Inditex (2023). Resultados consolidados nueve primeros meses 2023. Inditex. Recuperado de <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/prensa/detalle-noticias?contentId=03fb8048-fa0d-4a2a-998e-12f501bd081b>

Lecca, C. (2023). *¿Qué es la alta costura y qué la hace tan exclusiva?*. Chiolecca Fashion School. Recuperado de <https://www.chiolecca.edu.pe/blogs/articulos/alta-costura>

Mahmoud, R. (s.f.). *The Fashion Pyramid*. Retaildogma. Recuperado de <https://www.retaildogma.com/fashion-pyramid/>

Maiti, R. (2024). *La moda rápida y su impacto medioambiental*. Earth.org. recuperado de <https://earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/>

Martínez, J. (2023). *Inditex retira y da un nuevo valor a la etiqueta “Join Life”*. Fashion United. Recuperado de <https://fashionunited.es/noticias/moda/inditex-retira-y-da-un-nuevo-valor-a-la-etiqueta-join-life/2023032440629>

Martínez, J. (2022). *Inditex se alía con el WWF y compromete más de 10 millones de euros a la defensa de la biodiversidad*. Fashion United. Recuperado de <https://fashionunited.es/noticias/empresas/inditex-se-alia-con-el-wwf-y->

[compromete-mas-de-10-millones-de-euros-a-la-defensa-de-la-biodiversidad/2022122240032](https://www.biodiversidad2022122240032)

Meet you Wardrove (s.f.) *Una visión general de la importancia de la industria de la moda en el mundo actual.* MYW. Recuperado de <https://meetyourwardrobe.com/an-overview-of-the-importance-of-the-fashion-industry-in-todays-world/>

McFall-Johnsen, M. (2019). *The fashion industry emits more carbon than international flights and maritime shipping combined. Here are the biggest ways it impacts the planet.* Business Insider. Recuperado de <https://www.businessinsider.com/fast-fashion-environmental-impact-pollution-emissions-waste-water-2019-10#in-uzbekistan-for-example-cotton-farming-used-up-so-much-water-from-the-aral-sea-that-it-dried-up-after-about-50-years-once-one-of-the-worlds-four-largest-lakes-the-aral-sea-is-now-little-more-than-desert-and-a-few-small-ponds-18>

Naciones Unidas. (s.f.). *La Asamblea general Adopta La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.* Naciones Unidas. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Nguyen, L. (2022). *Moda rápida: el peligro de las fábricas clandestinas.* Earth.org. Recuperado de <https://earth.org/sweatshops/>

Organización de Consumidores y Usuarios (2022). *Impacto ambiental de los textiles.* OCU. Recuperado de <https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/noticias/impacto-ambiental-textiles>

Orús, A. (2024). *Inditex y la industria de la moda en España – Datos estadísticos.* Statista. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/2791/inditex-y-la-industria-de-la-moda/#topicOverview>

Pacto Mundial Red Española (2022). *Contribución de las empresas españolas a la agenda 2030. Resultados de la consulta empresarial sobre desarrollo sostenible.* Consulta empresarial sobre desarrollo sostenible. Recuperado de <https://www.agenda2030consultaempresarial.org/wp->

[content/uploads/2023/01/Contribucion de las empresas espanolas a la Agenda\\_2030.pdf](content/uploads/2023/01/Contribucion de las empresas espanolas a la Agenda_2030.pdf)

Pacto Mundial Red Española (s.f.). *Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas (CSRD)*. Pacto Mundial. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/leyes-directivas-normativas-sostenibilidad/directiva-ue-2022-2464-del-parlamento-europeo-y-del-consejo-de-14-de-diciembre-de-2022-por-lo-que-respecta-a-la-presentacion-de-informacion-sobre-sostenibilidad-por-parte-de-las-empresas/>

Pacto Mundial Red Española (2023). *¿Qué son las siglas ASG o ESG?*. Pacto Mundial. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/noticia/la-sostenibilidad-empresarial-desde-las-siglas-asg-o-esg/#beneficios>

Pastor, L. (2021). *Slow fashion vs Fast fashion: Principales diferencias*. LinkedIn. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/slow-fashion-vs-fast-principales-diferencias-lorena-pastor-bastida/?originalSubdomain=es>

Pastrana Granados, M. L. ., & Almanza Chavez, M. T. . (2021). *Fast Fashion: ¿moda o contaminación?* Jóvenes en la ciencia, 12, 1–8. Recuperado de <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3272>

Pérez Porto, J. & Gardey, A. (2020). *Prêt-à-porter - Qué es, definición y concepto*. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/pret-a-porter/>

Pulso Empresarial KPMG (2023). *Retos y acciones en clave ESG*. La Vanguardia. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/dinero/20231126/9403389/retos-acciones-clave-esg-kpmg.html>

Prado, G. (2021). *Cómo entender la industria de la moda*. Martha Debayle. Recuperado de <https://www.marthadebayle.com/v3/radiov3/sosv3/como-entender-la-industria-de-la-moda/>

- PriceWaterhouseCoopers (s.f.). *Criterios ESG: La Clave para la sostenibilidad en los negocios*. PwC. Recuperado de <https://www.pwc.ec/es/entrevistas-de-temas-de-interes/criterios-esg-la-clave-para-la-sostenibilidad-en-los-negocios.html>
- Remy, N. et al. (2016). *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula*. McKinsey Sustainability. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>
- Rey, P. (2020). Slow Fashion o moda lenta: ¿qué es y cómo podemos identificarla?. Vogue México y Latinoamérica. Recuperado de <https://www.vogue.mx/moda/articulo/slow-fashion-que-es-definicion>
- Rossi, F. (2014). *La influencia de la moda en nuestra sociedad*. Comitato Referendum. Recuperado de <https://www.comitatoreferendum.it/influencia-moda-en-nuestra-sociedad/>
- Ruiz, N. (2022). *Fast fashion: qué es y cómo surgió*. Blog Dsignio. Recuperado de <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/fast-fashion-que-es-y-como-surgio>
- Sánchez-Contador Uría, A. (2016). *La identidad a través de la moda*. Revista de Humanidades, n. 29, p. 131-152, ISSN 1130-5029 (ISSN-e 2340-8995).
- Sustain Your Style (s.f.). *¿Qué le pasa a la industria de la moda?*. Sustain Your Style. Recuperado de <https://es.sustainyourstyle.org/en/whats-wrong-with-the-fashion-industry#anchor-fast-fashion>
- Slow Fashion Next (2016). *Una nueva fórmula de fast-fashion sostenible*. Slow Fashion Next. Recuperado de <https://slowfashionnext.com/blog/que-es-fast-fashion-caracteristicas/>
- Smith, P. (2023). *Ingresos del mercado mundial de la confección de 2014 a 2027*. Statista. Recuperado de <https://www.statista.com/forecasts/821415/value-of-the-global-apparel-market>
- United Nations (s.f.). *El Acuerdo de París*. United Nations Climate Change. Recuperado de <https://unfccc.int/es/acerca-de-las-ndc/el-acuerdo-de->

