



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA



GOBIERNO CORPORATIVO Y ESG EN EUROPA: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LVMH E INDITEX

Trabajo de Fin de Grado

DEZ Clémence Hélène 4E4ºA
202319844@alu.icade.comillas.edu
Director: Cristina Grande Herrera

INDICE:

1.	Resumen y palabras clave.....	2
2.	Introducción.....	4
3.	Parte 1: La Unión Europea ante el reto de la sostenibilidad: entre la regulación y el control sectorial.....	7
	a. Las normativas europeas destinadas a reforzar la responsabilidad de las empresas y su impacto sobre el clima.....	7
	b. El mundo de la moda: un sector a controlar.....	12
4.	Parte 2: Integración y compromiso ESG de dos empresas europeas líderes en el sector de la moda.....	16
	a. LVMH: Estrategia, finanzas e iniciativas ESG; ¿Cómo aborda el líder francés en artículos de lujo los retos globales actuales?.....	16
	b. INDITEX: Enfoques estratégicos, finanzas e iniciativas ESG en el sector de la moda rápida.....	23
5.	Resultados: Análisis de los proyectos, estrategias y compromiso de LVMH e INDITEX con el clima en la Europa actual....	28
6.	Conclusión	33
7.	Bibliografía	36
8.	Apéndices	45

1. Resumen y palabras clave

Este trabajo de investigación se centra en los desafíos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) que actualmente moldean la estrategia de las empresas. En primer lugar, examina las nuevas regulaciones europeas implementadas para fortalecer el compromiso empresarial con la sostenibilidad. Luego, un análisis comparativo de las estrategias ESG de LVMH e INDITEX permite evaluar sus objetivos, sus primeras acciones y los resultados obtenidos, cuestionando al mismo tiempo la viabilidad y el impacto real de sus iniciativas. El objetivo principal de este estudio es analizar la creciente importancia del cambio climático y el calentamiento global para las empresas europeas, especialmente en el sector de la moda, que a menudo es criticado por su impacto ambiental. Hoy en día, los criterios ESG desempeñan un papel clave en la atraktividad de las empresas ante inversores, consumidores y otras partes interesadas. A través de un enfoque cualitativo, esta investigación explora cómo las regulaciones europeas, como la CSRD y la CSDDD, fomentan una mayor transparencia ESG. El análisis de las estrategias de LVMH e INDITEX destaca sus respectivos compromisos: LVMH enfoca sus esfuerzos en la protección de la biodiversidad con su programa LIFE360 y en la igualdad de género, mientras que INDITEX concentra sus acciones en la mejora de las condiciones laborales y la optimización de sus procesos, en particular mediante el uso creciente de materias primas como el lino y el poliéster. Sin embargo, este estudio también revela ciertas limitaciones en sus enfoques, como el impacto ecológico del poliéster y la falta de soluciones claras en cuanto al transporte. En conclusión, este trabajo subraya que, aunque las iniciativas ESG están en aumento, estas problemáticas siguen siendo recientes. Por lo tanto, las empresas deben continuar sus esfuerzos en materia de investigación e innovación para desarrollar soluciones sostenibles y adaptadas a los desafíos ambientales, sociales y de gobernanza.

Palabras clave: ESG, Unión Europea, LVMH, INDITEX, estrategias, clima, materias primas, ética, transparencia, industria, lujo, fast-fashion.

This research focuses on the environmental, social, and governance (ESG) challenges that are currently shaping corporate strategy. First, it examines the new European regulations implemented to strengthen corporate commitment to sustainability. Then, a comparative analysis of the ESG strategies of LVMH and INDITEX allows for an evaluation of their objectives, initial actions, and achieved results, while also questioning the feasibility and real

impact of their initiatives. The main objective of this study is to analyze the growing importance of climate change and global warming for European companies, especially in the fashion sector, which is often criticized for its environmental impact. Today, ESG criteria play a key role in corporate attractiveness to investors, consumers, and other stakeholders. Through a qualitative approach, this research explores how European regulations, such as the CSRD and CSDDD, promote greater ESG transparency. The analysis of LVMH and INDITEX strategies highlights their respective commitments: LVMH focuses its efforts on biodiversity protection through its LIFE360 program and gender equality, while INDITEX concentrates its actions on improving working conditions and optimizing its processes, particularly through the increased use of raw materials such as linen and polyester. However, this study also reveals certain limitations in their approaches, such as the ecological impact of polyester and the lack of clear solutions regarding transportation. In conclusion, this research emphasizes that, although ESG initiatives are on the rise, these issues remain relatively recent. Therefore, companies must continue their efforts in research and innovation to develop sustainable solutions tailored to environmental, social, and governance challenges.

Keywords: ESG, European Union, LVMH, INDITEX, strategies, climate, raw materials, ethics, transparency, industry, luxury, fast fashion.

2. Introducción

La sostenibilidad ya no es una simple opción para las empresas que desean destacar entre la multitud: a medida que el mundo avanza tecnológicamente, las actitudes también cambian. Los inversores, en particular, incorporan ahora nuevos criterios en sus decisiones de inversión. Las cuestiones medioambientales, las condiciones laborales y la gobernanza ética tienen ahora un impacto directo en los resultados de las empresas. Los criterios ESG (Environmental, Social, and Governance) animan a las empresas a reforzar su responsabilidad global hacia el mercado y el planeta, siendo el cambio climático la principal razón de esta transición ecológica. Desde 1975, científicos como Wallace Broecker (Columbia College Today, 2019) vienen advirtiendo de la existencia del calentamiento global, de sus consecuencias y de las medidas necesarias para frenarlo. En este contexto, la industria de la moda ya sea fast-fashion o el lujo, fue rápidamente señalada por sus prácticas contaminantes.

El Parlamento Europeo (Parlamento Europeo, s.f.) estima que estos sectores fueron responsables en 2020 del 20 % de la contaminación mundial del agua. Así, la Unión Europea ha decidido en los últimos años implementar regulaciones destinadas a limitar el impacto ambiental global de las actividades económicas, así como a aumentar la transparencia en términos de ESG de los agentes del mercado. Recientemente, ha sido la moda rápida en particular la que ha sido objeto de críticas por los millones de toneladas de residuos textiles que genera cada año y la contaminación (sobre todo por el teñido) que provoca. Sin embargo, el sector del lujo lleva a cabo actividades igual de contaminantes para el clima, y también presenta problemas de gobernanza. Por eso LVMH e INDITEX, estos gigantes económicos de la moda con modelos opuestos son temas de estudio tan interesantes. Nos permitirán observar que dos empresas europeas pertenecientes a la misma industria, pero de sectores y modelos de negocio diferentes, tienen ambas que cumplir la normativa (informes extra financieros, autoanálisis de actividades), innovar y respetar los tres pilares ESG.

Este trabajo proporcionará una fuente global de información sobre las normativas ESG europea a través de un análisis comparativo de dos empresas cotizadas. Los objetivos de este estudio son variados. En primer lugar, es necesario comprender el contexto general europeo a través de las normas que se han establecido y las obligaciones que deben cumplir las empresas en relación con el impacto social, medioambiental y de gobernanza de sus actividades. También veremos

que la normativa ESG tiene consecuencias bilaterales. La Unión Europea (para nuestro estudio) pretende tener un impacto positivo sobre el medio ambiente y las personas, sin que ello repercuta negativamente en las actividades económicas de las empresas en el mercado. Las empresas, por su parte, se verán afectadas por legislaciones como la relativa a la reducción de residuos en sus operaciones (Parlamento Europeo, 2024), lo que se traducirá en un aumento de los costes y del tiempo de producción. Sin embargo, el cumplimiento de estas normas también tendrá un impacto positivo en sus actividades, ya que los consumidores son sensibles a las marcas comprometidas. A través de este estudio, identificaremos las medidas adoptadas específicamente para el clima y las adoptadas para limitar el impacto negativo de la industria de la moda.

A continuación, en análisis en profundidad, podremos observar cómo LVMH e INDITEX están integrando las normas ESG europeas en su estrategia y qué iniciativas están demostrando. Por último, el análisis comparativo de los dos temas de estudio nos permitirá verificar la adecuación entre los proyectos y lo que es factiblemente realizable (científicamente), así como la conformidad de sus planes con las exigencias de la UE. Basaremos nuestras conclusiones en criterios concretos, como la comparación de las estrategias ESG publicadas por las dos empresas, destacando las diferencias entre sus respectivos proyectos e iniciativas. Mediante revisiones científicas, evaluaremos si algunas de las medidas propuestas son realmente soluciones óptimas. Este análisis técnico de las estrategias sociales y medioambientales anunciadas será crucial para evaluar la viabilidad de los proyectos de desarrollo de LVMH e INDITEX. Además, esta comparación nos permitirá visualizar las áreas de mejora que no son visibles (o no están previstas) en nuestros dos sujetos. Los resultados financieros de los últimos años, en relación con su conformidad ESG, también se utilizarán para medir el impacto de estas estrategias. En definitiva, este trabajo tendrá como objetivo comprender por qué las empresas necesitan evolucionar en materia de ESG, examinar las normas europeas que se les imponen, evaluar la viabilidad de las soluciones propuestas y formular una opinión crítica que aportará nuevas perspectivas.

Para llevar a cabo este trabajo, observaremos los datos de que disponemos: informes financieros y de actividad, estatutos de las empresas, informes extra financieros de las empresas, artículos científicos, textos jurídicos entre otros. En un primer momento, el método cualitativo nos permitirá comprender e interpretar la importancia de las normas ESG y, sobre todo, explorar las cuestiones europeas relacionadas. A continuación, nos permitirá comprender los planes a

corto/medio/largo plazo de LVMH e INDITEX: normas ESG, áreas de mejora, comparación con años anteriores sobre los resultados de rendimiento relacionados con ESG. Este análisis nos permitirá evaluar el éxito de su estrategia anunciada. Esta pregunta de investigación encaja especialmente bien en el contexto mundial actual, en el que, para que una empresa sea sostenible, se tienen en cuenta y se juzgan todas sus acciones. Como ya se ha dicho, los inversores y las partes interesadas de hoy en día incluyen la responsabilidad empresarial en sus criterios de selección. En la industria textil, esto se ve subrayado por el compromiso de la empresa con el clima y la preservación de los ecosistemas. Esta tesis, a la vez global y comparativa, ofrecerá una explicación sintética de la integración de las nuevas cuestiones sociales y económicas en la UE. Tenemos que mirar hacia el futuro de nuestro mundo económico y social y comprender cómo llegar a él.

Para ello, dividiremos nuestro trabajo en varias partes. La primera parte se centrará en la Unión Europea y sus acciones. Intentaremos entender qué normativas pone en marcha. ¿Cómo? ¿Para quién? ¿Desde cuándo? Centrándonos en la industria de la moda, objeto de nuestro estudio. La segunda parte analizará a los dos actores, LVMH e INDITEX, y sus estrategias, proyecciones financieras asociadas e iniciativas ESG. Se hará hincapié en las medidas de protección del clima aplicadas. A continuación, compararemos los compromisos de estas dos empresas, analizaremos sus tácticas y la medida en que sus acciones se ajustan a las normas de la UE. A partir de ahí, podremos extraer nuestras conclusiones sobre la importancia de la ESG, la utilidad global que se deriva de ella y el papel clave que los líderes económicos tienen en la soberanía medioambiental.

3. Parte 1: La Unión Europea ante el reto de la sostenibilidad: entre la regulación y el control sectorial.

a. Las normativas europeas destinadas a reforzar la responsabilidad de las empresas y su impacto sobre el clima.

Esta primera parte pretende comprender y observar las normativas establecidas por la Unión Europea en el contexto actual de la ESG. Para ello, es necesario definir el origen del término ESG. ESG (Plan A, s.f.) es un marco que abarca tres pilares principales: medio ambiente, social y gobernanza, utilizado para evaluar el rendimiento no financiero de las empresas. El acrónimo fue utilizado por primera vez por Kofi Annan en 1999 (Alice & Alice, 2024). En el Foro de Davos, el secretario general de las Naciones Unidas habló de su deseo de crear «un pacto mundial de valores y principios compartidos» (Alice & Alice, 2024) destinado a apoyar el desarrollo sostenible mundial. Esta cohesión entre los mercados privados y las Naciones Unidas ha contribuido desde entonces a crear una conciencia corporativa colectiva. Con el tiempo, las empresas que cumplen los requisitos de este marco han visto evolucionar su negocio. De hecho, según el sitio web (Plan A, s.f.), el 88% de las empresas que cumplen la normativa aplicada por la UE han experimentado una mejora en su desarrollo empresarial. En los últimos años, socios, proveedores, clientes, inversores y otras partes interesadas también han tenido en cuenta con frecuencia el comportamiento ESG de las empresas con las que desean trabajar a la hora de realizar inversiones. El comportamiento sostenible aumenta así el atractivo de las empresas. Al establecer normas basadas en los tres pilares ESG, la UE se está posicionando como un motor esencial para la adopción de un comportamiento sostenible a gran escala.

Su primer hito fue la creación del Pacto Verde para Europa (Comisión Europea, 2021), que garantiza: «- la ausencia de emisiones netas de gases de efecto invernadero de aquí a 2050 - un crecimiento económico disociado del uso de recursos - que no se deje atrás a ninguna persona ni ningún lugar» (El Pacto Verde Europeo, 2021). Este proyecto, que afecta a un amplio abanico de sectores, pretende convertir a Europa en el primer continente verde de aquí a 2050, a través de una serie de acciones como: aumentar el uso del transporte público, crear más energías renovables, poner en marcha un programa de protección de la biodiversidad entre otros. De este modo, el continente no solo garantizará su sostenibilidad ESG, sino que también creará empleo y diversificará la actividad económica.

Junto con este programa, la UE ha puesto en marcha la Taxonomía (Comisión Europea, s.f.) para aumentar la transparencia del mercado. La Taxonomía de la UE, en vigor desde julio de 2020, «es un sistema de clasificación que define criterios para las actividades económicas alineadas con una trayectoria de emisiones netas cero para 2050» (Comisión Europea, s.f.). Este proyecto beneficiará tanto a las empresas, guiándolas hacia actividades más ecológicas, como a los inversores, ayudándoles en sus decisiones de inversión. «La Taxonomía de la UE permite a las empresas financieras y no financieras compartir una definición común de las actividades económicas que pueden considerarse sostenibles desde el punto de vista medioambiental». (Taxonomía de la UE para actividades sostenibles, s.f.-b). Desde 2023, la Unión Europea ha informado de resultados más que alentadores sobre los efectos iniciales de esta herramienta. Se ha anunciado que «alrededor del 20% de las inversiones de capital de las empresas se ajustan a la Taxonomía» (Comisión Europea, s.f.), sobre todo en el sector energético. Alemania destaca con el mayor nivel de inversión en línea con el Pacto Verde para Europa y la Taxonomía de la UE (114.000 millones de euros), seguida de Francia, España e Italia con la mitad de esa cantidad (Comisión Europea, s.f.). Además, las primeras observaciones del mercado bursátil muestran resultados positivos para los actores alineados con la clasificación de la taxonomía. Los puntos positivos no se detienen ahí: el 56% de los fondos de inversión europeos promueven inversiones sostenibles en consonancia con los objetivos de la UE; los bancos también empiezan a utilizar esta herramienta, sobre todo a través de los préstamos (téngase en cuenta que los préstamos hipotecarios representan el 50% de los activos en circulación en Europa); el 90% de los bonos verdes emitidos en 2023 hacen referencia a la Taxonomía (Comisión Europea, s.f.). Los primeros resultados de la Taxonomía son más que concluyentes y animan a las empresas y a los principales agentes del mercado a asumir una mayor responsabilidad.

A partir de enero de 2024, Europa exigirá también a las empresas cotizadas la publicación periódica de informes no financieros, conocidos como «Informes de Sostenibilidad Corporativa». Esta normativa es la continuación de la NFRD («Non-Financial Reporting Directive») (Comisión Europea, s.f.), creada con el mismo fin, pero con limitaciones más importantes, como el número de empresas afectadas o la insuficiente definición de las normas de análisis de los informes. Por eso se ideó la CSRD (Comisión Europea, s.f.): para obligar a las empresas a compartir «información sobre lo que consideran que son los riesgos y oportunidades derivados de cuestiones sociales y medioambientales, y sobre el impacto de sus actividades en las personas y el medio ambiente» (Comisión Europea, s.f.). El objetivo principal

es el mismo que el de la Taxonomía de la UE: animar a los agentes económicos europeos a actuar de forma responsable para preservar las generaciones futuras. Para lograrlo, hay que actuar en todos los niveles de la ESG y por todos los medios existentes: en particular, transparencia y acceso a la información. Esto implica también a las empresas no europeas con ventas superiores a 150 millones de euros en el mercado europeo. Más concretamente, el CSRD, al publicar información como el uso de los recursos de la empresa, la igualdad de oportunidades y las actividades de los grupos de presión de la empresa, complementa la información que poseen los inversores a la hora de tomar sus decisiones de inversión (Comisión Europea, s.f.).

En 2024 también se introdujo la Directiva sobre Diligencia Debida en materia de Sostenibilidad Empresarial (“Corporate Sustainability Due Diligence”, “CSDDD”) (Comisión Europea, s.f.). En línea con el Pacto Verde para Europa, esta directiva anima a las empresas a identificar y gestionar el impacto social y medioambiental de sus actividades. Con esta nueva iniciativa, la UE fomenta el autoanálisis de las consecuencias generadas por las organizaciones económicas a escala mundial. No limitada a las empresas europeas, esta nueva norma se aplicará también a las empresas extranjeras con «un volumen de negocios en la Unión Europea superior a 450 millones de euros» (Comisión Europea, s.f.). En su página web, la Comisión Europea (Comisión Europea, s.f.) destaca tres ventajas fundamentales de esta reforma. Los ciudadanos, por ejemplo, tendrán una mayor protección en el trabajo y una mejor relación con sus empresas gracias a la confianza que se derivará de esta transparencia. Por otro lado, las empresas experimentarán mejoras multilaterales en todos los niveles: mayor seguridad, competencia y relaciones en el mercado europeo entre los diferentes actores. Las interacciones con los stakeholders también mejorarán: mayor atractivo para los inversores, un entorno de trabajo mejorado para los empleados y proveedores más tranquilos. La regulación CSDDD europea generará una conciencia pública general, facilitando así las operaciones del mercado a todos los niveles. Esta norma también puede verse como un complemento de la Taxonomía de la UE y el CSRD. De hecho, estas tres normas, según su análisis, se han mostrado como herramientas de aplicación del Pacto Verde para Europa, con el fin de mejorar y preservar el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza empresarial para las generaciones futuras.

Sin embargo, la Unión Europea no se detiene ahí en la aplicación de su Pacto Verde para Europa. Desde el año 2023, nació el SFDR («Sustainable Finance Disclosure Regulation») (Comisión Europea, s.f.). Se trata de una regulación que obliga a publicar información sobre la sostenibilidad de las inversiones, y que afecta a todos los actores del mercado financiero. El

objetivo principal es proporcionar a los inversores la mayor cantidad de datos posible para tomar decisiones de inversión. Estos podrán, además, comparar las distintas opciones disponibles, evaluando la integración de los problemas ESG actuales en las entidades financieras.

La UE no interviene solo a nivel de grandes entidades a medio/largo plazo, sino también a corto plazo a nivel de los ciudadanos europeos. Gracias al EcoLabel europeo (Comisión Europea, s.f.), los consumidores pueden obtener información sobre la sostenibilidad de manera más o menos inmediata (Entreprendre.Service.Public, 2025 marzo 13). Esta herramienta, implementada en la UE desde hace varios años, se centra principalmente en el impacto ambiental del ciclo de vida de los productos comercializados en Europa y es gestionada por el Parlamento y el Consejo Europeo (Comisión Europea, s.f.). Además de ser una fuente de información y comparación entre productos, los sellos medioambientales también representan argumentos de marketing importantes para los consumidores preocupados por su huella ecológica (Comisión Europea, s.f.) Este concepto también existe a nivel nacional en países como Francia con el sello NF Environnement (Marca NF, 2017 junio) o en Alemania con el Blauer Engel (Ángel Azul) (Blue Angel, s.f.). El EcoLabel no es solo un índice de responsabilidad ambiental, sino también una forma de mantener el entorno económico al crear un vínculo de confianza entre los clientes y los productores/comerciantes.

El aumento de la toma de conciencia, por parte de los estados miembros de Europa, sobre la importancia de los pilares ESG para las futuras generaciones, también tiene consecuencias negativas. La más reciente y tristemente célebre es el eco blanqueo o «Greenwashing». El greenwashing se resume en el hecho de que una entidad económica se presenta como responsable, especialmente en lo que respecta al medio ambiente (BPI France, s.f.). A veces involuntario, el greenwashing se practica a través de la comunicación: slogans falsos como «Natural», «Ecológico», «Respetuoso con el Medio Ambiente» (BPI France, s.f.), atribución de etiquetas/certificaciones sin verificación o sin certificaciones verificadas por entidades acreditadas... Algunos utilizan esta técnica ilegal para promover su marca y atraer a los clientes. La UE ha colocado este tema en el centro de los problemas actuales que se deben tratar. Para ello, la unión quiere revisar las regulaciones para limitar la manipulación del consumo y no dañar el clima de confianza del mercado europeo (Agencia Europea de los Derechos Fundamentales, 2024). Estas medidas entrarán en vigor con la obligación de verificar «las alegaciones medioambientales genéricas sin prueba; las alegaciones de que un producto tiene

un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente porque el productor compensa sus emisiones; las etiquetas de sostenibilidad que no se basan en sistemas de certificación aprobados o establecidos por las autoridades» (Agencia Europea de los Derechos Fundamentales, 2024). No obstante, el greenwashing no es un factor que alterará la mejora ESG de Europa ni dañará los futuros proyectos europeos. Según un estudio, el Parlamento estima que el 86% de los consumidores europeos desean estar lo más informados posible sobre la sostenibilidad de los productos comercializados (Parlamento Europeo, s.f.).

Hoy en día, Europa se presenta como el motor del cambio hacia un mundo más responsable y verde. A través de su ambición, busca mejorar y preservar el planeta, el sistema económico mundial y las relaciones humanas mediante reformas. El énfasis se pone especialmente en la transparencia, que parece ser el elemento clave de su estrategia.

b. El mundo de la moda: un sector a controlar.

La industria de la moda ya sea de lujo o de fast-fashion, ha estado envuelta en controversias sobre sus prácticas e impactos ESG. En efecto, no solo su impacto ecológico es un problema o su diseño, no, es su impacto global ESG y su ciclo de vida en su totalidad. En términos medioambientales, los efectos son numerosos. La principal preocupación está relacionada con la contaminación del agua y los suelos: según un estudio de Oxfam de 2020, el 4% del agua potable mundial se utiliza en el tratamiento y teñido de textiles (Helios, 2023). Esto coloca a la moda como el tercer mayor consumidor de agua potable, solo por detrás de la agricultura (58%) y la refrigeración de las plantas eléctricas (30%) (Nuestro medio ambiente, s.f.). En resumen, el mundo de la moda representa el 20% de la contaminación mundial del agua cada año (Parlamento Europeo, s.f.). La elección de las materias primas por parte de los productores es también un factor importante. El poliéster, una fibra barata derivada del petróleo, se utiliza en un 70% en la fabricación de ropa y libera hasta 500.000 toneladas de micro plásticos en los océanos durante su lavado, por ejemplo (Helios, 2023). El algodón es el segundo componente más común, con cerca del 30%, y su principal inconveniente es la cantidad excesiva de pesticidas utilizados durante su sobreproducción, lo que contamina la biodiversidad circundante (Helios, 2023). A lo largo del ciclo de vida de los artículos de moda, encontramos el transporte (Helios, 2023): aviones, barcos, trenes, camiones; un par de jeans debe recorrer en promedio 65.000 km (entre materias primas, ensamblaje, embalaje, almacenamiento) para ser vendido, por ejemplo. En promedio, esto genera 1,2 mil millones de toneladas de eqCO₂ (Tulpain.S, 2023). La tercera etapa más contaminante es el final de vida del producto; el Parlamento Europeo estima que solo «el 1% de la ropa usada se recicla en ropa nueva» (Parlamento Europeo, s.f.). Así, el resto de la ropa desechada cada año se acumula en vertederos, se incinera o se entierra, contribuyendo a la contaminación mundial. En conclusión, la industria de la moda tiene un impacto ambiental global de «1,2 mil millones de toneladas de eqCO₂ al año, lo que representa el 10% de las emisiones anuales de GEI» (Helios, 2023).

Los desafíos van más allá de la ecología; la industria de la moda plantea numerosas cuestiones éticas y sociales, especialmente en lo que respecta a las condiciones de trabajo. En el ámbito ético, la moda siempre ha carecido de transparencia (Halliday.S, 2018), lo que ha desalentado a muchos consumidores a comprar, ya sea por la procedencia de las materias primas utilizadas o por los mecanismos de las cadenas de suministro. Tanto en el lujo como en la fast-fashion,

muchas marcas y grupos han intentado corregir esta tendencia y volverse más transparentes, como Adidas o incluso Kering (Halliday.S, 2018). Mientras tanto, otras marcas, aunque nuevas en el mercado, están sujetas a escándalos regulares. Por ejemplo, la nueva marca de «ultra fast-fashion» Shein se ha posicionado como competidora de muchas marcas importantes como las del grupo INDITEX, ofreciendo modelos de moda a menudo asequibles y de tendencia (France TV&Vous, s.f.). Sin embargo, para que este modelo económico sea viable, la empresa implementa estrategias poco transparentes y, en ocasiones, no éticas: plagio de modelos, creación de más de 7.000 nuevos diseños por día, productos tóxicos en los componentes de la ropa entre otros (Condamine.P, 2023 junio). Sin embargo, el mayor problema del imperio de Shein son las condiciones de trabajo desastrosas de sus empleados, que permiten este modelo económico a gran escala. Numerosas investigaciones han demostrado que los empleados están siendo explotados, trabajando entre doce y dieciocho horas al día sin seguro, contrato o descanso en su mayoría (Brut, s.f.). El periódico El Mundo, de va más allá en estas revelaciones, afirmando que las condiciones de trabajo son peligrosas y, en ocasiones, forzadas (El Mundo, 2023). No obstante, Shein no es un caso aislado ni una excepción; muchos otros gigantes de la industria de la moda han estado involucrados en polémicas debido a condiciones de fabricación inadecuadas (El Mundo, 2023). La población uigur es la que más se menciona. Esta población, mayoritariamente musulmana de habla turca, originaria de China y Kazajistán, es comúnmente la que se encuentra en las fábricas de ropa, a menudo explotada para poder subsistir. Muchas empresas han sido acusadas de trabajo forzado con la población uigur, como Nike, Adidas, Zara, Prada, Decathlon, entre otras. En total, se estima que alrededor de 39 marcas están acusadas de aprovecharse de esta explotación (Ouest-France, 2023). Desde 2021, algunas asociaciones europeas han decidido presentar denuncias para denunciar estos actos inmorales, los cuales impactarían a aproximadamente un millón de trabajadores, según El mundo (2023).

Los problemas ESG derivados de las actividades económicas de las grandes marcas de moda no son los únicos responsables. En los últimos años, principalmente a través de las redes sociales, el fenómeno del sobreconsumo ha ganado fuerza (Quinio.P, 2024). Los consumidores son constantemente incitados a comprar más y más para seguir las tendencias (Quinio.P, 2024). Las marcas incluyen este mecanismo en sus modelos de negocio, ofreciendo productos de manera más rápida y a menor costo. Con frecuencia de manera intencional, las marcas incorporan en su estrategia de marketing y comunicación esta incitación al consumo, lo que genera cada vez más residuos, contaminación y sobreproducción.

Numerosas organizaciones (gubernamentales y ONG) están intentando hoy en día regular el impacto de la industria de la moda sobre el medio ambiente y la sociedad. En Europa, existen pocas regulaciones directas para esta industria por el momento, sin embargo, no deja de verse afectada por las regulaciones ESG implementadas.

Las regulaciones implementadas por la Unión Europea en los últimos años tienen como principales objetivos proteger la ética ESG en Europa para preservar el futuro. Estas tienen un gran impacto en el mundo de la moda. La Directiva sobre la Diligencia Debida en Sostenibilidad Corporativa (CSDDD) que hemos mencionado anteriormente obligará a las empresas de este sector a analizar sus actividades y las consecuencias a lo largo de toda su cadena de suministro. Con el alto nivel de transparencia exigido por la UE, las marcas estarán sujetas a severas sanciones si no cumplen con la publicación de la información y las exigencias de conformidad de la CSDDD (AF, 2029). Por ejemplo, las empresas que no identifiquen la fuente de sus materias primas o que no garanticen la producción de sus productos en condiciones laborales seguras para sus trabajadores podrían enfrentar grandes multas y otras sanciones administrativas (AF, 2029).

Las normativas recientes implementadas no solo generarán presión por parte de las instituciones gubernamentales y europeas, sino también por los inversores y consumidores. Por ejemplo, los informes extra financieros (CSRD) mencionados anteriormente obligan a las entidades económicas en la UE a informar detalladamente sobre los impactos de su gobernanza, medio ambiente y aspectos sociales. Un inversor europeo no invertirá, por lo tanto, en empresas que presenten informes preocupantes o que no cumplan con los desafíos medioambientales actuales, ya que esto no sería una buena inversión a medio/largo plazo para él. Los consumidores, que también tienen acceso a esta información, podrían cambiar su comportamiento de compra si la marca no demuestra un compromiso ecológico y social adecuado. De hecho, ya hemos visto en el pasado olas de boicots contra ciertas marcas (evitar cualquier relación con una entidad) por parte de los consumidores, como el caso de Zara durante el escándalo de los trabajadores uigures (Ouest-France, 2023). Estos movimientos, que hoy en día ganan mucha más relevancia gracias a las redes sociales, obligan tanto a los pequeños como a los grandes nombres de la moda a seguir un camino éticamente correcto en términos ESG si desean que sus actividades prosperen.

Además de las regulaciones sobre los aspectos generales de las empresas y su compromiso global ESG, Europa y sus países miembros están implementando reformas más concretas en la producción de productos. El 18 de julio de 2024 se implementó el ESPR («Reglamento de Ecodiseño para Productos Sostenibles»), que establece requisitos de ecodiseño para garantizar la sostenibilidad del producto a lo largo de todo su ciclo de vida (Comisión Europea, s.f.). El ESPR, al abordar aspectos como el aumento de materiales reciclados o la reducción de residuos, impacta directamente el mundo de la moda en su estrategia de producción. De hecho, estos puntos desafían los procesos de fabricación de ropa y accesorios, obligando a las marcas a seguir métodos más respetuosos con el medio ambiente. En el marco del Pacto Verde para Europa, el Parlamento Europeo también pone énfasis en la lucha contra el desperdicio de alimentos (sesenta millones de toneladas/año) y textiles (doce millones de toneladas/año), imponiendo desde el 1 de enero de 2025 a los países miembros una recogida diferenciada para productos textiles (Parlamento Europeo, s.f.). Sin embargo, algunos países, como Francia, también han tomado medidas nacionales para combatir el desperdicio con la ley AGECL («Anti-desperdicio para una economía circular»), que prohíbe la destrucción de productos no vendidos y obliga a las empresas a donarlos o reciclarlos (Ministerio de Ordenación del Territorio y Transición Ecológica, s.f.). El objetivo principal de esta ley es el mismo que el de la ley sobre el Ecodiseño: obligar a las marcas a revisar su logística y sistemas de fabricación/reciclaje. Finalmente, la lucha contra el greenwashing redefine las estrategias de marketing y comunicación de las marcas, con el fin de no promover una moda sostenible sin pruebas, lo cual podría ser jurídicamente condenable.

En conclusión, la industria de la moda se ve afectada en todos los niveles por los nuevos desafíos ESG actuales y por las normativas implementadas por Europa para abordar las externalidades negativas de estos nuevos problemas. Es cierto que estas nuevas normativas no cambian la identidad de las empresas, pero sí su misión y visión, quieran o no. Ya sea en los costos de fabricación (nuevos materiales, procesos e infraestructuras) o en la gestión (informes adicionales, creación de nuevas estrategias), las casas de moda deben enfrentar un aumento considerable. Sin embargo, estas inversiones, que las empresas no siempre desean, se amortizarán ampliamente con el tiempo gracias a un ciclo de vida más largo y sostenible de los productos, así como a consumidores dispuestos a pagar más por productos respetuosos con el medio ambiente y de calidad.

4. Parte 2: Integración y compromiso ESG de dos líderes europeos de la moda:

a. LVMH: Estrategia, finanzas e iniciativas ESG; ¿Cómo aborda el líder francés del lujo los retos globales actuales?

Louis Vuitton Moët Hennessy, conocido como LVMH, es una empresa francesa de lujo creada en 1987, actualmente dirigida por Bernard Arnault (LVMH, s.f.). Comercializa productos de diversas industrias (perfumes, vinos y licores, cosméticos, relojería, joyería), especialmente en el sector de la moda. Originalmente, el grupo poseía la famosa casa de lujo Christian Dior, y con el paso de los años, ha continuado adquiriendo numerosas «casas» de moda, como Céline, Givenchy, Louis Vuitton, Kenzo, Loewe, entre otras. En total, la empresa matriz cuenta hoy en día con más de 75 casas, de las cuales 16 están dedicadas a la moda, consolidándose como el líder mundial del lujo en términos de facturación (LVMH, s.f.).

Aunque LVMH sea un grupo de lujo y garantice a sus clientes productos de calidad y excepcionales, las casas de moda del grupo siguen estando afectadas por las cuestiones ESG actuales de la industria. La procedencia de las materias primas (cuero, pieles animales, algodón), la huella de carbono del ciclo de vida de los productos o el elevado consumo de energía (tiendas, transporte, almacenamiento), el grupo no está exento. Efectivamente, el sector de la moda rápida no es el único que debe ajustar sus estrategias en la industria.

La empresa LVMH publica numerosas informaciones financieras y no financieras sobre sus actividades y su impacto ESG. Las cifras clave del grupo muestran la importancia de la moda y la marroquinería en las actividades del grupo, con la mayoría de las ventas del grupo realizadas en este sector (48% en 2024; 49% en 2023) (LVMH, s.f.). Esta concentración en este sector también se refleja en las inversiones operativas, conocidas como «CAPEX (Capital Expenditure)», que son las más altas de los últimos tres años. De hecho, cada año, la moda es el sector con más inversión, con más de dos mil millones en 2024 y un récord en 2023 con más de tres mil millones invertidos; mientras que el sector de relojes y joyería (el segundo sector con mayor inversión operativa cada año) solo alcanza los 939 millones en 2024 (LVMH, s.f.). Estos primeros indicadores reflejan el valor que el mundo de la moda aporta al líder francés.

Sin embargo, cuando observamos la información extra-financiera del grupo (principales cifras que reflejan los resultados ESG), vemos que, en contraste, los últimos datos publicados

corresponden a 2023 y no a 2024 (LVMH, s.f.). Además, los índices están divididos en tres subcategorías correspondientes a los tres pilares: medio ambiente, social y gobernanza. En cuanto al primer pilar (E), podemos ver que, en promedio, LVMH informa haber reducido en casi un 30% sus emisiones de GEI y utilizar un 63% de energía renovable para las actividades operativas de la empresa, basado en el alcance de 2019 (LVMH, s.f.). Sin embargo, al observar los resultados de los últimos años publicados, ya podemos afirmar ciertos puntos. En primer lugar, ya sea en GEI, energía o consumo de agua, el sector de la moda y la marroquinería es la actividad más contaminante de LVMH desde 2022, representando casi la mitad de las emisiones/consumo por sí sola (LVMH, s.f.). Además, también podemos observar que todos los sectores de actividad dentro de la entidad han experimentado una disminución en su impacto ambiental desde 2022 (incluida la moda), a excepción del sector de vinos y licores, que ha experimentado un aumento considerable de su impacto (LVMH, s.f.). Esto puede explicarse por el hecho de que el Capex de esta industria es el único que ha disminuido en los últimos tres años (440 millones en 2022 frente a 332 millones en 2024) (LVMH, s.f.). Finalmente, también podemos deducir que LVMH ha hecho un gran esfuerzo para reducir su impacto ecológico en la mayoría de sus actividades, con una disminución de sus externalidades en GEI (-31%), energía (-5%) y consumo de agua (+0%); sin embargo, su impacto sigue siendo considerable, con más de 175.000 toneladas de CO₂ emitidas en 2023, lo que convierte a la empresa en un gigante de la contaminación (LVMH, s.f.).

En la segunda categoría (social (S)), podemos observar principalmente el alcance de la igualdad de género en la empresa, con cifras muy prometedoras: un +46% de mujeres ocupando puestos clave (año no definido) y un 71% de mujeres en el grupo (LVMH, s.f.). La moda ocupa el tercer lugar, con un punto porcentual por delante de relojes y joyería, como los sectores que incluyen más mujeres (66%). Sin embargo, los sectores de perfumes y cosméticos, y distribución selectiva están ampliamente a la cabeza, con más del 80% de mujeres en la plantilla. A continuación, se nos proporcionan más información, como la distribución de la fuerza laboral en el mundo (casi un 30% en Asia), por ejemplo, o por edad y actividad (LVMH, s.f.). A través de esto, observamos que LVMH tiene el 50% de su fuerza laboral joven (menos de 34 años), de los cuales un 11% tiene menos de 25 años, pero no indica la proporción de sus empleados con discapacidad (LVMH, s.f.).

Finalmente, en la parte de gobernanza, el primer punto evidente para nuestro análisis es el énfasis puesto en la cantidad de auditorías realizadas a los proveedores y otros socios, con

aproximadamente 2,000 auditorías realizadas en 2023. El dato interesante de esta información es que el 76% de estas auditorías abordaron tanto aspectos sociales como ambientales. Las primeras conclusiones que surgen de esto son que LVMH pone un énfasis significativo en la ética de sus actividades, o al menos en la calidad (LVMH, s.f.).

El líder del lujo francés no solo presenta sus compromisos ESG a través de algunos indicadores extra-financieros, sino también a través de numerosas publicaciones oficiales y artículos que explican sus "programas y objetivos".

Analicemos los diferentes ejes de compromiso de LVMH. A través de su programa LIFE 360 lanzado en 2020, la empresa se posiciona como un motor para la preservación ambiental y se otorga a sí misma la "capacidad de liderazgo para movilizar a la industria del lujo mediante la implementación de acciones concretas y generar cambios profundos"(LVMH, s.f.). Concretamente, este programa establece tres plazos a corto/medio plazo en los años 2023, 2026 y 2030 para mejorar e informar sobre sus actividades (especialmente mediante los informes de la CSRD de la UE). La primera acción de la empresa se llama «Ampliar la circularidad creativa» (LVMH, s.f.) y tiene como objetivo concreto generar cambios positivos en diferentes etapas del ciclo de vida de los productos, especialmente en: el diseño, el embalaje, el final de la vida útil (reparación) y el reciclaje. Para las casas de moda del grupo, se han implementado herramientas específicas como «Fairly Made» para evaluar la cantidad de «ecodiseño de más de 300 productos» (LVMH, s.f.). Esto va desde la reducción del uso de materias primas vírgenes (no recicladas) hasta el aumento de la recuperación de residuos para la confección de prendas. Este primer tema de «circularidad creativa» (LVMH, s.f.) ha mostrado resultados bastante prometedores para el mundo de la moda de lujo en la primera fecha límite de 2023, con aproximadamente 280,000 metros de tela reciclada y el 97% de las casas del grupo implementando nuevos sistemas circulares (LVMH, s.f.).

En segundo lugar, LVMH dedica una parte de su compromiso ambiental a la biodiversidad, estableciendo diversos objetivos: cero deforestaciones, reducir el consumo de agua del grupo en un 30%, restaurar y continuar preservando cinco millones de hectáreas de fauna y flora, entre otros (LVMH, s.f.). La empresa va aún más lejos y considera la naturaleza como un elemento esencial en el diseño que hace que sus productos sean tan únicos (LVMH, s.f.). Para ello, no duda en anunciar programas de formación tanto para sus empleados como para sus consumidores, y también actúa junto a algunas instituciones como la TNFD (Taskforce on

Nature-related Financial Disclosures), creando marcos de evaluación de riesgos para la biodiversidad, por ejemplo (LVMH, s.f.). Al igual que el programa anterior, que reinventó la circularidad, el dedicado a la biodiversidad refleja un cambio significativo para la industria de la moda, siendo esta la actividad más grande de LVMH, con el 75% de los algodones certificados y el 96% del cuero certificado (LVMH, s.f.).

En la continuidad de su compromiso con la biodiversidad, el grupo francés se compromete con el clima, como se mencionó anteriormente, en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de sus actividades (-50% para 2026) (LVMH, s.f.), la reducción del uso de energía no renovable y de su consumo de agua. Para ello, los objetivos se han establecido conforme al Acuerdo de París, entre otros (LVMH, s.f.). Sin embargo, la empresa especifica que cada una de sus casas tiene estrategias de descarbonización adaptadas a sus actividades. La entidad matriz también informa que lleva a cabo análisis sobre las repercusiones futuras de sus actividades para establecer estrategias de prevención (LVMH, s.f.).

El último eje ecológico de mejora de la empresa se encuentra en la "trazabilidad y transparencia" internas y externas (LVMH, s.f.). Más específicamente, LVMH anuncia que quiere dotar a todos sus productos con información para los clientes y poder rastrear toda la cadena de suministro. Por ejemplo, en 2023, se identificó el origen de la totalidad de los cueros exóticos utilizados por sus casas. En conclusión, la empresa afirma que la transparencia es la clave para asegurar un ciclo de vida responsable para sus productos y que es primordial informar a los consumidores, a través de códigos QR publicados en las etiquetas, entre otros (LVMH, s.f.). De este modo, LVMH incluye a sus clientes en su camino hacia la descarbonización.

LVMH también se compromete «Para las mujeres y los hombres» a través de diferentes «pilares estratégicos» (LVMH, s.f.). Se presenta como inclusiva y abierta a la diversidad, afirmando trabajar con colaboradores y proveedores de más de 190 nacionalidades diferentes, incluyendo cuatro generaciones distintas. Promueve valores cálidos y de respeto. Gracias a políticas como «Diversidad e Inclusión», la empresa asegura un entorno de trabajo saludable y multicultural, respondiendo a los numerosos desafíos sociales actuales como la inclusión de personas con discapacidad, LGBTI+, de diferentes edades y orígenes (LVMH, s.f.). Además, no duda en cuantificar sus objetivos mediante la creación del «Inclusion Index» en 2018, con el fin de armonizar las acciones sociales entre las diferentes casas del grupo y cumplir con las iniciativas del programa « Women Empowerment Principles » (WEP's) de la ONU (LVMH, s.f.).

Además de promover el respeto por las diferencias de cada uno en el trabajo diario, el grupo francés también quiere garantizar un espacio de trabajo «seguro y saludable» (LVMH, s.f.). Por ejemplo, después de la crisis del Covid-19, en 2023 la empresa anunció haber invertido más de 189 millones de euros en higiene y seguridad, creando también una carta de seguridad que cubre al 96% de los colaboradores de las casas (LVMH, s.f.). También se asegura de promover un equilibrio entre la vida profesional y personal, ofreciendo programas de apoyo para su personal en dificultad, brindando «apoyo financiero y psicológico confidencial y gratuito» (LVMH, s.f.). Al igual que muchas otras entidades hoy en día, la empresa también ofrece agendas flexibles y adaptadas. Además, cuando un empleado llega, se adhiere al código de conducta de LVMH y se compromete a cumplirlo (LVMH, s.f.). En caso de incumplimiento de este código, el Comité Social y Económico del grupo propone una «Alert Line» para iniciar una conversación entre todas las personas involucradas en el conflicto (LVMH, s.f.).

A través de un tercer eje social para las mujeres y los hombres, LVMH contribuye al desarrollo y la formación de sus empleados para seguir atrayendo nuevos talentos, pero también para retener a los actuales. Estos programas permiten que los empleados reciban una formación eficaz desde su llegada, pero también profundicen sus habilidades (LVMH, s.f.). No solo se compromete con los miembros de su organización, sino también con todas las personas que deseen aprender más sobre el lujo. Para ello, LVMH lanzó su certificación de unas treinta horas, «INSIDE LVMH», para aprender más sobre la empresa y su historia (LVMH, s.f.). Además, el grupo desea transmitir a las generaciones futuras el savoir-faire de las casas, que permite entregar cada año productos excepcionales. Los nuevos y jóvenes talentos no son los únicos beneficiados por la formación continua durante su carrera, más de 500 altos directivos participaron en el programa de formación pedagógica «Leading for the Future» (LVMH, s.f.) para adaptarse a los nuevos entornos de trabajo cambiantes. Como se mencionó anteriormente, LVMH también se compromete con actores externos a su actividad. La empresa invierte con la «Las casas de Startups LVMH» (LVMH, s.f.) en jóvenes empresas de la industria del lujo para perpetuar el futuro de la actividad e incentivar la innovación. También se compromete con asociaciones (más de novecientas cincuenta en 2023) y organizaciones para el empleo, la educación y la salud a escala local, pero también internacional con UNICEF y Save The Children (LVMH, s.f.).

El líder francés del lujo dedica su compromiso ESG a un «mecenazgo cultural y solidario» (LVMH, s.f.) según la voluntad y visión de Bernard Arnault, presidente de la empresa. La idea principal es transmitir la cultura artística al mayor número de personas posible. Con este objetivo, se construyó la Fundación Louis Vuitton en 2014, que ofrece exposiciones «temporales de arte moderno y contemporáneo, presentaciones de obras de su colección, encargos de artistas, así como manifestaciones multidisciplinares (conciertos, performances, simposios, proyecciones, danza...)» (Fundación Louis Vuitton, s.f.). Siguiendo con esta visión, en 2019, la empresa contribuyó con doscientos millones de euros en la renovación de Notre Dame de París, después de su destrucción parcial por un incendio (Rédaction.L, 2020 julio). No es el único edificio francés que se ha beneficiado del mecenazgo de LVMH, el Palacio de Versalles ha recibido numerosas ayudas para la renovación de algunas salas del palacio desde 1993. Algunas obras adquiridas por el grupo también se encuentran en museos nacionales como el Museo del Louvre o el Museo de Orsay (LVMH, s.f.).

La gobernanza de LVMH se basa en un consejo de administración y un comité ejecutivo. Históricamente, está basada en la familia, con un 48,6% de la estructura de capital de la empresa en manos de la familia Arnault (LVMH, s.f.). El consejo de administración del grupo incluye tres comités: Comité de auditoría y rendimiento, comité de gobernanza y remuneraciones, comités de ética y desarrollo sostenible. Cada uno de estos comités está compuesto por cuatro miembros y una mayoría de mujeres (LVMH, s.f.). Observamos que la misión principal del comité de auditoría está relacionada con la regulación europea CSRD, con el objetivo de publicar información sobre la sostenibilidad de la empresa. También encontramos los principales desafíos sociales de la empresa en la paridad de género en el consejo de administración (43% mujeres y 57% hombres), pero también en la diversidad de edades y nacionalidades (LVMH, s.f.). Los avances de otros objetivos generales ESG de las 75 casas del grupo se transmiten regularmente a los organismos del grupo dedicados como: "responsabilidades medioambientales" o "responsabilidad ética y cumplimiento"(LVMH, s.f.). Los directivos del grupo han creado, especialmente en su enfoque social, numerosas cartas y códigos de conducta como se vio anteriormente con la "Alert Line" para asegurar la ética del grupo (LVMH, s.f.). Sin embargo, no es la única iniciativa implementada por la empresa, con la creación del código de conducta para Proveedores y Socios Comerciales o la carta anticorrupción. De hecho, LVMH ha demostrado la importancia que otorga a la ética y al compromiso ESG en general, tanto interna como en sus relaciones con todas las partes interesadas de sus actividades. El código de conducta de los proveedores y socios comerciales

de LVMH, denominado "el Código", por ejemplo, "promueve relaciones ejemplares impregnadas de responsabilidad, equidad e integridad" (LVMH, s.f.). Más específicamente, el Grupo exige con este código que los socios con los que la empresa trabaje aseguren comportamientos correctos en cuanto a la ley, pero también sociales, éticos y medioambientales. También se expresa en este texto que los socios deben aplicar este código a sus "propios proveedores y subcontratistas"(LVMH, s.f.). De esta manera, el líder francés intenta garantizar la conformidad de toda su cadena de valor. El texto presenta varias categorías. La relacionada con las regulaciones laborales prohíbe el trabajo infantil, el trabajo forzoso y el tráfico de seres humanos, por ejemplo, pero también intenta garantizar condiciones laborales seguras prohibiendo la discriminación, los abusos o el acoso. En cuanto al aspecto medioambiental, fomenta la reducción de los efectos nocivos para el medioambiente con una mejor separación de los residuos, la prevención de la contaminación del agua y los suelos, exigiendo el respeto por la biodiversidad (LVMH, s.f.). Se recomienda encarecidamente realizar controles de conformidad y establecer medidas para la gestión de elementos químicos. El "Green IT" (LVMH, s.f.) forma parte de las regulaciones ecológicas implementadas por LVMH para garantizar "transparencia sobre la huella medioambiental de las soluciones informáticas que proporcionan al Grupo".

Finalmente, la política de gobernanza previamente vista del grupo LVMH también se aplica en el Código: lucha contra la corrupción, prevención de conflictos de intereses, prohibición del lavado de dinero, etc. Los socios comerciales del grupo también tienen acceso a la LVMH Alert Line para poder denunciar actos anormales de forma tranquila (LVMH, s.f.). También se estipula que todas las partes interesadas afectadas por este documento, que no respeten las normas indicadas, podrían enfrentar sanciones por parte de LVMH (ejemplo: suspensión de compras, ruptura del contrato, etc.). La lucha contra la corrupción y los conflictos de interés es gestionada por la "Dirección de Privacidad, Ética y Cumplimiento", cuya función principal es mantener informado al Comité de Administración sobre los diferentes temas tratados (LVMH, s.f.). Cada casa del grupo tiene uno o más representantes de esta organización para garantizar una correcta comunicación sobre los objetivos y requisitos éticos de la empresa matriz. Por otro lado, la carta anticorrupción publicada en marzo de 2024 da más detalles sobre los tipos de corrupción existentes (regalos, cabildeo, pagos de facilidades, etc.) y las reacciones que deben adoptarse en caso de eventualidades (LVMH, s.f.). Está dirigida a los empleados de todas las casas y anuncia que, en caso de incumplimiento, se considerarán medidas disciplinarias o incluso el despido.

b. INDITEX: Enfoques estratégicos, finanzas e iniciativas ESG en el sector de la moda rápida.

Inditex es un grupo español compuesto por varias marcas de moda. Originalmente, fue el fabricante Amancio Ortega quien abrió su taller y luego creó la marca Zara hasta la formación del grupo INDITEX en 1985 (INDITEX, s.f.). Entre 1988 y 2001, numerosas marcas de moda de prêt-à-porter se unieron al grupo, como Pull&Bear, Massimo Dutti, Oysho, Stradivarius, y el grupo cotizó por primera vez en la Bolsa de Madrid. Hoy en día, las casas del grupo están presentes en todo el mundo, con ventas realizadas tanto en tiendas físicas como en línea. Algunas marcas del grupo también han diversificado sus actividades con la producción de productos cosméticos y muebles (INDITEX, s.f.).

Las marcas de INDITEX han estado en el centro de atención en los últimos años debido al impacto de sus actividades en el medio ambiente, así como las consecuencias sociales y las decisiones de gobernanza que implementan. Están sometidas a una presión social que las obliga a mejorar o innovar frente a los nuevos desafíos éticos globales. Aunque el sector al que pertenece INDITEX no es el lujo (como LVMH), sino la moda rápida/prêt-à-porter, este último se ve afectado por muchos de los mismos elementos ESG que el líder del lujo francés Veamos cómo el grupo español se destaca y se adapta en un mundo cambiante.

La política ética del gigante español se centra en el papel que juega la entidad y la moda hacia la sociedad y cómo esto les impulsa a evolucionar. Varios pilares éticos del grupo están claramente destacados tanto en los códigos internos como en el sitio web de la empresa. Encontramos los mismos términos, como "Lucha contra la corrupción", "Transparencia", "Prevención de riesgos criminales" o "Sostenibilidad" (INDITEX, s.f.). En el primer documento, "Código de conducta", se detallan los mismos principios para guiar a los miembros del grupo (todas las casas y sus colaboradores) en sus acciones y decisiones diarias (INDITEX, s.f.). Este código comparte un espíritu de empresa y un fuerte compromiso. Es en esta temática donde encontramos la primera parte del código, centrada en el Grupo y los miembros que lo componen: "Invertir en el desarrollo de las personas" (INDITEX, s.f.). Se destaca fuertemente un ambiente de trabajo saludable, donde los trabajadores están en el centro: remuneraciones adecuadas, respeto por las leyes (prohibición del trabajo infantil, prohibición del trabajo forzado) (INDITEX, s.f.), asegurando los derechos generales de los empleados y garantizando

un equilibrio entre la vida profesional y la vida privada. También se pone énfasis en la seguridad laboral y cómo el grupo lo logra mediante controles, protecciones y la posibilidad de alertar en caso de sospecha de peligro (máquinas, sustancias, etc.) (INDITEX, s.f.). De hecho, se afirma que trabajar en un entorno seguro permite a los colaboradores desarrollar su carrera con mayor eficiencia. Esta no es la única medida que INDITEX implementa para fomentar el desarrollo de su personal: formación interna, promoción y comunicación son otras estrategias de desarrollo interno del grupo. Los empleados tienen acceso a las oportunidades que se les ofrecen a través de la plataforma de la empresa, INET (INDITEX, s.f.). La inclusión y la aceptación de todos es un motor del grupo y desea que todos sean tratados con respeto e igualdad, especialmente a través del trabajo en equipo. Para ello, existe una campaña contra el acoso para prevenir todo tipo de acoso o violencia, y la posibilidad de denunciar cualquier acto sospechoso ante el departamento de recursos humanos (INDITEX, s.f.).

La segunda sección del código se llama «Mantener nuestra integridad» y se basa en la lucha contra la corrupción y los conflictos de interés (INDITEX, s.f.). Para ello, el texto recuerda que los colaboradores deben cumplir con las leyes y actuar con transparencia. Además, deben denunciar cualquier tipo de presión o amenaza por parte de entidades públicas. También se especifica que la empresa no realiza ninguna donación política y que las de otro tipo deben estar por escrito (INDITEX, s.f.). Para evitar todo tipo de conflictos de interés, el grupo prohíbe que sus miembros acepten invitaciones o regalos, por ejemplo, o que realicen actividades profesionales paralelas que puedan interferir con las actividades del grupo. Además, se señala que todas las partes interesadas de la empresa tienen prohibido divulgar información interna, ya sea voluntaria o involuntariamente, lo cual es «ilegal» (INDITEX, s.f.). Efectivamente, es muy importante para el grupo protegerse y defender sus actividades. En la sección «Proteger nuestros activos e informaciones», INDITEX detalla los diferentes elementos a respetar y las prácticas a seguir mediante el texto interno sobre la seguridad de la información e insiste en la denuncia de cualquier comportamiento anormal (INDITEX, s.f.).

También encontramos los requisitos relacionados con el respeto a la propiedad intelectual del grupo y de terceros: se prohíbe la reproducción, el uso de elementos o materiales sin prueba de autorizaciones, entre otros (INDITEX, s.f.). Finalmente, el código de conducta de INDITEX hace referencia a la relación del grupo con el medio ambiente en la sección «Impulsar el desarrollo sostenible» (INDITEX, s.f.). Como se mencionó anteriormente, el grupo considera que desempeña un papel importante en la sociedad actual y que debe respetar «los límites del

planeta». Su compromiso se basa en el respeto de los derechos humanos, en limitar su impacto negativo sobre el medio ambiente mediante «el establecimiento y revisión periódica de objetivos y la promoción de acciones destinadas a preservar el medio ambiente» (INDITEX, s.f.), el uso de materiales sostenibles y la participación en el desarrollo de comunidades, entre otros. El grupo incluye en su compromiso su papel con respecto a sus clientes, garantizando la seguridad de sus productos, realizando publicidad veraz, sin difundir información sobre competidores ni incurrir en prácticas de green-washing. INDITEX también trata de extender su ética en sus relaciones con otras partes interesadas en sus operaciones, a través del código de conducta para fabricantes y proveedores. El modelo del texto se basa en prohibiciones. Primero se prohíbe el trabajo infantil y el trabajo forzado, que a menudo se denuncia en las marcas de fast fashion (INDITEX, s.f.). Sin embargo, las prohibiciones implementadas son aún más amplias e incluyen la discriminación, la trata de personas, el trabajo no remunerado, etc. En total, hay dieciocho regulaciones establecidas en este código. Se ha creado un canal de comunicación llamado «Ethic Line» (INDITEX, s.f.) para permitir a todos los colaboradores hacer preguntas o denunciar cualquier infracción a estos dos códigos de conducta. Este sistema está gestionado por el comité ético de la empresa, compuesto por siete personas, cuyas principales responsabilidades son defender los principios éticos del grupo, verificar y actuar ante cualquier posible infracción (INDITEX, s.f.).

INDITEX ha publicado mucha información sobre su estrategia y proyectos de sostenibilidad, incluyendo lo que abarcan y los objetivos que se deben alcanzar (INDITEX, s.f.). La empresa se presenta como un actor del cambio y afirma seguir los objetivos establecidos por las Naciones Unidas. También recuerda ser «uno de los primeros signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2001» (INDITEX, s.f.) y haber innovado desde entonces para mejorar el bienestar de las personas y la biodiversidad. Los principales objetivos están determinados entre 2025 y 2030 y tienen como objetivo principal, además de lograr la neutralidad en carbono, aumentar su eficiencia. En términos generales, esto implica el uso de materiales 100% lino o poliéster, aumentar los efectivos («alcanzar tres millones de personas»), «reducir las emisiones en un 50%», entre otros. A través de «un nuevo ciclo», el grupo español explica su plan de sostenibilidad (INDITEX, s.f.). Según INDITEX, el principal elemento de su evolución hacia un proceso totalmente circular y sostenible comienza desde el diseño de los productos con materias primas limpias y sostenibles. De este modo, la producción de las marcas de INDITEX ya no contaminará las aguas ni los suelos (INDITEX, s.f.). Para lograrlo, los empleados «reciben formación en desarrollo sostenible». Además, el grupo declara colaborar ahora con

socios y proveedores de algodón certificados por su respeto al medio ambiente. Además, para alimentar su creatividad, los equipos también colaboran a través de la plataforma «Sustainability Innovation Hub» con otras empresas, sin importar su tamaño, en la investigación para el ecodiseño de los productos (INDITEX, s.f.). Podemos encontrar startups como Infinite Fiber o Epoch Biodesign, que han contribuido a la realización de los objetivos de 2024 de la empresa: «El 73% de las fibras textiles utilizadas en nuestros productos tenían un bajo impacto ambiental, alcanzando un 39% de fibras recicladas» (INDITEX, s.f.).

Siguiendo con su evolución sostenible, el grupo detalla los procesos implementados en las etapas de producción y entrega. En la estrategia de producción, se destacan las principales líneas éticas de la empresa, es decir: exigir un código de conducta éticamente correcto con todos los socios de la cadena de suministro y asegurar condiciones de trabajo legales y óptimas. Para abordar correctamente el primer punto, el grupo colabora con organizaciones como «IndustriALL Global Union» para establecer acuerdos que preserven las relaciones industriales dentro de la cadena de INDITEX (INDITEX, s.f.). En segundo lugar, para los trabajadores, la empresa sigue de cerca su lema «Los trabajadores en el centro de nuestras preocupaciones» para lograr un ideal de trabajo éticamente ejemplar. En cuanto a la producción, los compromisos ecológicos están incluidos con una gestión responsable del agua (reducción del 25% en el consumo), los desechos y los productos químicos (certificación por la organización ZDHC en proceso) (INDITEX, s.f.).

Por otro lado, descubrimos las medidas implementadas o en proceso para mejorar el impacto de la distribución, tanto en tienda como en línea (INDITEX, s.f.). Se indica que el transporte marítimo es el principal modo de transporte utilizado, seguido del transporte terrestre y aéreo (para las «distancias intercontinentales donde otros modos de transporte no son efectivos») (INDITEX, s.f.). Las zonas de fabricación predominantes de las marcas del grupo explican estas decisiones: España, Portugal, Marruecos, Turquía (INDITEX, s.f.). Para todos los tipos de transporte, se están implementando soluciones para reducir su impacto: combinación de tren y transporte por carretera, uso de un 90% de combustibles alternativos para el transporte marítimo, entre otros (INDITEX, s.f.). El embalaje de los productos ha sido un punto importante de contaminación causado por la industria de la moda. Para remediarlo, INDITEX ha dejado de utilizar bolsas plásticas en su distribución general, reduciendo «el 95% del plástico de un solo uso en 2023» (INDITEX, s.f.). Los embalajes de papel, que también son contaminantes, se han comenzado a cobrar para disuadir a los clientes de utilizarlos (INDITEX, s.f.). Es importante

destacar que los beneficios generados por las ventas de las bolsas del grupo se destinan a organizaciones no gubernamentales como WWF o Water.org (INDITEX, s.f.). Para asegurar el final de la vida útil de los productos distribuidos, la marca histórica Zara lanzó la primera plataforma «Zara Pre-Owned» en 2022, ofreciendo reparaciones y donaciones de ropa (INDITEX, s.f.).

En las directrices éticas de INDITEX, la transparencia es uno de los pilares más importantes destacados. En este sentido, encontramos informes detallados que enumeran todos los compromisos ESG de la empresa, abordando diferentes temas. Por ejemplo, tenemos una lista no exhaustiva de las distintas asociaciones y alianzas existentes con empresas y organizaciones, así como todos los requisitos relacionados con la seguridad de los productos utilizados en el diseño (procedimientos de control, requisitos, normas de protección, etc.) (INDITEX, s.f.). Los informes proporcionan ejemplos concretos de los compromisos actuales de la empresa. Por ejemplo, encontramos su lucha por seguir aumentando el salario promedio de los trabajadores en Bangladesh (INDITEX, s.f.). Además, las ambiciones relacionadas con el uso de energías renovables por parte del grupo también están explicadas: el objetivo principal es usar únicamente energías renovables desde 2022 y obtener la certificación «Renewable Energy Certificates» (RECs) (INDITEX, s.f.). Asimismo, se detallan los objetivos establecidos por la política hídrica de la empresa: mejorar la gestión del agua, innovar en los procesos relacionados, restaurar los ecosistemas, entre otros (INDITEX, s.f.).

La gobernanza del grupo, que cotiza en bolsa, tiene tres accionistas principales que se reparten el 64% de la empresa, siendo el accionista mayoritario Amancio Ortega Gaona, creador y fundador del grupo y de la emblemática marca Zara, con un 50.01% de las acciones (INDITEX, s.f.). Las acciones emitidas en el mercado en 2024 fueron 1,905,846 y representaron solo el 0.0612% de la sociedad (INDITEX, s.f.). El Consejo de Administración, compuesto por diez miembros, celebra una asamblea general cada año (INDITEX, s.f.). Además, se indica que el grupo también cuenta con un comité de auditoría y cumplimiento (compuesto por seis miembros), un comité de nominaciones (cinco miembros), un comité de remuneraciones (cuatro miembros) y un comité de sostenibilidad (cuatro miembros) (INDITEX, s.f.). Todos ellos tienen como principales responsabilidades garantizar el buen funcionamiento del grupo y una dirección correcta. Están equitativamente compuestos por hombres y mujeres, el 90% de ellos son españoles y el 70% tienen más de cincuenta y cinco años (INDITEX, s.f.).

5. Resultados: Análisis de los proyectos, estrategias y compromiso de LVMH e INDITEX con el clima en la Europa actual.

El estudio de ambas empresas pertenecientes a la industria de la moda permite identificar diferencias, puntos en común y carencias en las estrategias y objetivos anunciados. LVMH e INDITEX son dos grandes grupos europeos de la moda, uno perteneciente al sector del lujo y el otro al de la moda rápida. Sin embargo, ambos comparten mucho más que ropa y accesorios. Los dos gigantes cotizan en bolsa, son europeos y poseen una fuerte identidad e influencia social. Por ello, tienen la responsabilidad de adaptarse a los cambios ESG actuales, en particular los relacionados con el clima, ya que, como hemos visto, sus actividades son altamente contaminantes.

Miembros de la Unión Europea, deben cumplir con las normativas que se les imponen. Durante nuestro análisis, hemos observado que LVMH, por su parte, dedica equipos específicos a la elaboración del informe extra-financiero de la CSRD, con un comité especialmente creado para ello. INDITEX, en cambio, opta por combatir el greenwashing, ya sea involuntario o no, asegurando una comunicación y publicidad veraz. Sin embargo, los métodos concretos utilizados aún están por definir. Otras directivas europeas también afectan a nuestros dos objetos de estudio, como la CSDDD. Cabe recordar que la CSDDD impacta a las entidades con más de mil empleados y una facturación anual superior a cuatrocientos cincuenta millones de euros, teniendo en cuenta que en 2023 LVMH alcanzó una facturación de ochenta y seis mil millones de euros, e INDITEX más de treinta y cinco mil millones de euros. Al abordar públicamente las problemáticas ESG que generan e intentar solucionarlas, ambos grupos parecen, a primera vista, cumplir ampliamente con las exigencias de identificación de la CSDDD. Además, al igual que la UE, ambas empresas buscan obtener etiquetas o, más precisamente, "certificaciones" para distintas partes de sus actividades, como el "Renewable Energy Certificates" para INDITEX. Finalmente, al crear comités dedicados a la evaluación y mejora de la sostenibilidad de sus empresas, podemos considerar que ambos grupos cumplen con las exigencias globales de la Unión Europea.

Analicemos primero las gobernanzas de nuestros dos sujetos de estudio, que presentan puntos en común. Las líneas éticas establecidas por sus direcciones comparten similitudes, como el respeto por la biodiversidad y la protección de los empleados. En este último aspecto, ambas

empresas han desarrollado un canal de comunicación (de apoyo y asistencia) para todos sus miembros, como la “Alert Line” en LVMH o la “Ethic Line” en INDITEX. Ambos tienen como principal objetivo escuchar a los empleados, responder a sus preguntas y brindarles ayuda. Otras coincidencias éticas los vinculan, como la existencia de un código de conducta para proveedores y socios comerciales, así como cartas anticorrupción en ambos casos. Por un lado, ambas empresas prohíben ciertos delitos aún existentes, como el trabajo infantil y el trabajo forzado. Por otro lado, advierten sobre los riesgos de corrupción a través de invitaciones, regalos o remuneraciones, brindando recomendaciones sobre cómo actuar ante estas situaciones. Otra similitud es la fuerte presencia de mujeres en puestos clave dentro de las empresas, con un 46% de mujeres en el líder francés y un 50% en el grupo español.

Sin embargo, los dos grupos europeos comparten más diferencias que similitudes. Por ejemplo, el consejo de administración de LVMH está compuesto por personas de diferentes orígenes y menores de treinta y cinco años, mientras que el de INDITEX está formado en un 90% por españoles y su mayoría tiene más de cincuenta y cinco años. Esta diferencia en la edad promedio no solo se encuentra en la dirección, sino también en el conjunto de sus empleados. Las estrategias de gestión, al igual que sus modelos económicos, son notablemente distintas. El grupo del lujo se centra en la protección del medio ambiente, el compromiso social y la cultura (especialmente la historia y el arte), mientras que el grupo de moda **prêt-à-porter** pone el énfasis en la transparencia, la integridad, la confidencialidad, sus trabajadores, la eficiencia y su impacto ambiental. La sostenibilidad es un tema abordado de manera diferente en ambos casos: LVMH, a través de su comité de auditoría, anunció haber realizado más de dos mil auditorías en 2023, de las cuales el 76% estaban relacionadas con el medio ambiente. En cambio, INDITEX, aunque también cuenta con un comité de auditoría, no comunica la cantidad de auditorías anuales que realiza, sino que publica numerosos informes detallados sobre su estrategia para convertirse en una empresa **carbon neutral**. Por último, las estrategias de comunicación utilizadas por ambos grupos son muy diferentes. LVMH segmenta y estructura sus publicaciones según pilares ESG, mientras que INDITEX las clasifica por temas éticos y de sostenibilidad.

Como hemos podido observar a través de nuestro análisis, ambos actores europeos de nuestro estudio están comprometidos socialmente. A través de sus códigos de conducta y cartas de ética, ambos buscan proteger a sus empleados y garantizarles condiciones de trabajo adecuadas. El respeto y la no discriminación también son promovidos por ambas empresas. Además,

implementan soluciones de desarrollo profesional para sus colaboradores, ofreciendo formaciones y entrenamientos accesibles a través de sus plataformas internas (por ejemplo, en el caso de INDITEX: *INET*). LVMH, por su parte, va más allá y también ofrece al público en general la posibilidad de realizar formaciones y obtener certificaciones a través de su plataforma *INSIDE LVMH*. En definitiva, la protección de los empleados es un factor clave para ambas empresas, asegurando medidas de seguridad y controles, por ejemplo, en la manipulación de productos químicos.

Finalmente, el desafío más importante y popular en las últimas décadas sigue siendo la ecología, la biodiversidad y el cambio climático. Como resultado, observamos que la mayoría de los ejes de mejora de las empresas estudiadas se centran en este pilar ESG. Tanto LVMH como INDITEX tienen una obligación parcial de encontrar soluciones a su impacto ambiental para seguir atrayendo inversores, cumplir con los requisitos europeos en materia de sostenibilidad y mantenerse competitivos en el mercado. Por un lado, el grupo de lujo francés LVMH ha anunciado un programa estratégico detallado e innovador. Como se analizó en la segunda parte, con su programa *LIFE 360*, busca preservar la biodiversidad, luchar contra el cambio climático y construir su informe de sostenibilidad anual (CSRD). Además, ha desarrollado la herramienta *Fairly Made*, que mide el nivel de ecodiseño de trescientos productos de LVMH, y ha lanzado códigos QR en las etiquetas de algunos artículos para aumentar la transparencia. También ha declarado su compromiso de detener por completo la deforestación y restaurar cinco millones de hectáreas de flora y fauna. Finalmente, su estrategia clave incluye la creación de un sistema de economía circular y la trazabilidad completa del origen de sus materias primas (algodón y cuero). Por otro lado, INDITEX presenta un plan ecológico diferente. El grupo ha anunciado que revisará sus acciones *"para preservar el medio ambiente"* y respetar *"los límites del planeta"*. Para ello, ha eliminado los envases plásticos, sustituyéndolos por papel, y ha priorizado el transporte marítimo sobre el aéreo. Además, declara haber aumentado su uso de energías renovables y tiene la ambición de convertir la totalidad de sus materias primas para la confección en lino y poliéster reciclado.

Sin embargo, los proyectos de estos dos actores plantean interrogantes o, al menos, no son totalmente completos. Por un lado, en el caso de LVMH, hay una falta de información o visibilidad sobre el principal modo de transporte utilizado para sus productos, así como sobre la ubicación exacta de sus fábricas, datos que INDITEX sí proporciona. Además, no se han publicado detalles sobre los métodos de embalaje utilizados en el sector del lujo ni sobre su

ciclo de vida. Por otro lado, en el caso de INDITEX, las dudas son diferentes. La empresa pública pocos resultados extra financieros por sí misma, o quizás es el grupo francés el que destaca más estos datos. Asimismo, la cantidad de auditorías ambientales realizadas no se expresa de manera clara.

Para concluir nuestro análisis de los resultados, es fundamental examinar algunos de los puntos mencionados. La producción y el ciclo de vida de las materias primas utilizadas en la moda, ya sea en el lujo o en la fast fashion, generan contaminación. Cuando LVMH afirma contar con una certificación ecológica para el algodón y los cueros utilizados en sus productos, esto no implica necesariamente que el impacto ambiental de su cultivo sea reducido. Recordemos que el cultivo de algodón requiere grandes cantidades de agua, así como el uso de pesticidas y fertilizantes que contaminan el agua y los suelos (International Science Council, s.f.). Por ello, sería necesaria una investigación más profunda sobre los criterios de certificación del algodón para evaluar realmente su impacto ambiental. En cuanto a INDITEX, la empresa planea utilizar exclusivamente lino y poliéster en la fabricación de sus prendas. Sin embargo, aunque el poliéster es un material útil por su resistencia y su bajo costo, es un derivado del petróleo y su producción implica el uso de numerosos productos químicos y una gran cantidad de energía (ScienceDirect, s.f.). Además, durante su lavado, libera millones de microplásticos en el agua y, lo más preocupante, no es biodegradable. Como alternativa, existe el poliéster reciclado, que reduce el consumo de energía en un 59% y las emisiones de CO₂ en un 32% (Marques de France, s.f.). Sin embargo, no soluciona el problema principal, ya que su tratamiento sigue implicando el uso de sustancias tóxicas y la liberación de microplásticos. En definitiva, reciclado o no, el poliéster sigue sin ser biodegradable. En este sentido, la apuesta de INDITEX por el lino resulta interesante: su cultivo en Europa reduce el transporte, requiere menos agua y casi ningún fertilizante, y es un material reciclable y biodegradable. Por último, es crucial analizar los medios de transporte utilizados en la industria de la moda. El transporte ferroviario es, sin duda, uno de los menos contaminantes, pero también el menos utilizado. El transporte marítimo, a menudo considerado una alternativa ideal al transporte aéreo, en realidad no lo es. De hecho, el transporte marítimo es uno de los mayores emisores de CO₂ del mundo, con un estimado de entre 600 y 1.100 millones de toneladas de CO₂ emitidas al año (El Mundo, s.f.). Además, los combustibles utilizados en la navegación son altamente contaminantes, liberando metano (CH₄) y óxido nitroso (N₂O), ambos contribuyentes activos al calentamiento global (El Mundo, s.f.). Por estas razones, es fundamental que tanto LVMH como INDITEX evalúen en

su totalidad los impactos positivos y negativos de sus soluciones, además de continuar innovando para preservar el medioambiente del futuro.

6. Conclusión

A través de este trabajo, hemos buscado comprender el impacto de las regulaciones ESG europeas en las empresas, analizando las estrategias, planes y resultados de LVMH e INDITEX, dos actores clave en la industria de la moda. Nuestra investigación ha puesto de relieve el fuerte compromiso de la Unión Europea con la transición ecológica y la transparencia, con objetivos ambiciosos en materia de neutralidad de carbono y protección de los consumidores e inversores.

Los resultados de nuestro análisis demuestran que estas nuevas regulaciones incentivan a las empresas a adoptar estrategias de gestión más inclusivas, éticas y sostenibles. El estudio comparativo de LVMH e INDITEX ha revelado tanto similitudes como diferencias en sus enfoques, pero un punto clave se mantiene: la transparencia se ha convertido en un factor estratégico fundamental, influyendo directamente en su atractivo para inversores y consumidores. Un hallazgo esencial de nuestro estudio es que el cambio climático es actualmente el pilar dominante de las políticas ESG, con impactos a largo plazo que requieren importantes inversiones humanas y financieras. Nuestras investigaciones, junto con estudios previos sobre los materiales y procesos de fabricación en la industria de la moda, también han puesto de manifiesto ciertas limitaciones en las soluciones implementadas por estas empresas, lo que abre nuevas perspectivas de mejora.

Sin embargo, nuestro trabajo también señala las limitaciones inherentes al análisis de las políticas ESG. Dado que las cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza son relativamente recientes, su integración y comprensión siguen evolucionando. Además, el acceso a datos reales e inmediatos de las empresas sigue siendo limitado, especialmente en lo que respecta a los aspectos sociales y de gobernanza, protegidos por normas de confidencialidad. Asimismo, aunque se han anunciado numerosas iniciativas, sus resultados concretos aún no se pueden medir completamente (los últimos datos publicados por LVMH e INDITEX datan de 2023). Por lo tanto, será esencial que futuras investigaciones complementen este estudio para evaluar, a medio y largo plazo, la eficacia de las acciones emprendidas y su contribución real a los objetivos ESG. Comprender lo que se ha llevado a cabo, analizar sus efectos e identificar áreas de mejora será fundamental para seguir impulsando la transformación sostenible de la industria.

Finalmente, nuestro estudio destaca la creciente importancia de los temas ESG en un contexto europeo y mundial en constante cambio. También ilustra cómo la industria de la moda, uno de los sectores más contaminantes, intenta reinventarse. Sin embargo, también pone de relieve que algunas soluciones y objetivos de mejora siguen siendo difíciles de alcanzar, lo que plantea la cuestión de su viabilidad a gran escala.

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, Clémence Hélène Dez, estudiante de Grado en Administración y Dirección de Empresas con Mención Internacional de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado " GOBIERNO CORPORATIVO Y ESG EN EUROPA: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LVMH E INDITEX", 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. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
3. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
4. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
5. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro (Francés a Español).

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: 25 marzo 2025

Firma:



7. Bibliografía

Afp, L. M. A. (2023, 17 mayo). Trabajo forzado de uigures: varias asociaciones presentan una nueva denuncia contra cuatro multinacionales del sector de la confección. https://www.lemonde.fr/international/article/2023/05/17/travail-force-des-ouigours-plusieurs-associations-deposent-une-nouvelle-plainte-contre-quatre-multinationales-de-l-habillement_6173700_3210.html

Alice, & Alice. (2024, 31 enero). Hace 25 años, Kofi Annan pronunciaba el discurso fundacional del Pacto Mundial. Pacto Mundial de la ONU. <https://pactemondial.org/2024/01/31/il-y-a-25-ans-kofi-annan-prononcait-le-discours-fondateur-du-pacte-mondial/>

Amis de la Terre. (s.f.). Cuando la moda se sobrecalienta. <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2023/06/decryptage-fast-fashion-vdef.pdf>

Birch, K. (2024, 10 febrero). ESG Reporting – Delays in Europe and Mandatory in China. Sustainability Magazine. https://sustainabilitymag-com.translate.goog/esg/esg-reporting-delays-in-europe-and-mandatory-in-china?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=fr&_x_tr_hl=fr&_x_tr_pto=rq&_x_tr_hist=true

Blue Angel. (s. f.). The German ecolabel. <https://www.blauer-engel.de/en>

Bpi France. (s. f.). Greenwashing: definición, ejemplos, ¿cómo evitarlo? <https://bigmedia.bpifrance.fr/nos-dossiers/greenwashing-definition-exemples-comment-leviter>

Brand, M. (2024, 17 octubre). Critères ESG (environnementaux, sociaux et gouvernance) : définition et grands principes. Carbo. [https://www.hellocarbo.com/blog/calculer/criteres-esg-definition/#:~:text=Elle%20concerne%20en%20particulier%20les,investissement%20sociale ment%20responsable%20\(ISR\).](https://www.hellocarbo.com/blog/calculer/criteres-esg-definition/#:~:text=Elle%20concerne%20en%20particulier%20les,investissement%20sociale ment%20responsable%20(ISR).)

Brut. (s. f.). Brut. France, le média 100% vidéo. <https://www.brut.media/fr/videos/shein-pourquoi-la-marque-d-ultra-fast-fashion-fait-polemique-3ab7c>

Cairn.Info. (s.f.). Hacer evolucionar las reglas del marítimo en función de su impacto sobre el medio ambiente. https://shs.cairn.info/article/RJE_192_0227?tab=texte-integral

Columbia College Today. (2019). Wallace S. Broecker '53, GSAS'58, "Abuelo de la ciencia del clima". <https://www.college.columbia.edu/cct/issue/spring19/article/wallace-s-broecker-%E2%80%9953-gsas%E2%80%9958-%E2%80%9Cgrandfather-climate-science%E2%80%9D>

Combe, M. (2022, 9 febrero). L'industrie textile du coton, des impacts à tous les niveaux. Natura Sciences. <https://www.natura-sciences.com/comprendre/impacts-environnementauxindustrie-textile.html>

Consejo de la Unión Europea. (s.f.). Calificaciones medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG): el Consejo y el Parlamento llegan a un acuerdo. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/02/05/environmental-social-and-governance-esg-ratings-council-and-parliament-reach-agreement/#:~:text=Under%20the%20new%20rules%2C%20ESG,methodology%20and%20sources%20of%20information.>

Comisión Europea. (s. f.). Corporate sustainability due diligence. https://commission.europa.eu/business-economy-euro/doing-business-eu/sustainability-due-diligence-responsible-business/corporate-sustainability-due-diligence_en

Comisión Europea. (s. f.). Corporate sustainability reporting. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

Comisión Europea. (s. f.). Empoderando a los consumidores para la transición verde. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/fs_22_2099

Comisión Europea. (s. f.). EU Taxonomy Navigator. <https://ec.europa.eu/sustainable-finance-taxonomy/>

Comisión Europea (s. f.). Finance. https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

Comisión Europea (s. f.). Pacto verde: nuevas propuestas para hacer de los productos sostenibles la norma y reforzar la independencia de recursos de Europa. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_22_2013

Comisión Europea (s. f.). Regulación del diseño ecológico para productos sostenibles. https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/ecodesign-sustainable-products-regulation_en

Comisión Europea (s. f.). Sustainability-related disclosure in the financial services sector. https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/disclosures/sustainability-related-disclosure-financial-services-sector_en

Comisión Europea (s. f.). The EU Taxonomy. https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities/eu-taxonomys-uptake-ground_en

Comisión Europea (s. f.). The European Green Deal. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

Damgé, M. (2022, 15 noviembre). COP27: El transporte marítimo es uno de los mayores emisores de CO2, y tarda en cambiar de rumbo. https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2022/11/11/cop27-le-transport-maritime-un-secteur-polluant-qui-tarde-a-changer-de-cap_6149485_4355770.html

Développement Durable. (s. f.). las normativas de la UE. <https://developpementdurable.wallonie.be/thematiques/finance-durable/reglementations-europeennes>

EasyDoc. (s. f.). <https://batstool.inditex.com/manufacturing-process>

Entreprendre.Service-Public.fr. (2025a, enero 1). CSRD: Información sobre la sostenibilidad de las grandes empresas. <https://entreprendre.service-public.fr/actualites/A16970>

Entreprendre.Service-Public.fr. (2025, 13 marzo). Écolabel europeo. <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F38446>

EU Ecolabel - Home. (2025, 13 marzo). Environment. https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en

EU Finance Podcast: The one about sustainability reporting. (s. f.). Finance. https://finance.ec.europa.eu/eu-finance-podcast-future-finance/eu-finance-podcast-one-about-sustainability-reporting_en

EU taxonomy for sustainable activities. (s. f.). Finance. https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en

European Union Agency For Fundamental Rights. (2024, 27 marzo). Lucha contra el blanqueo de dinero, protección de los consumidores. <https://fra.europa.eu/fr/news/2024/lutte-contre-lecoblanchiment-protection-des-consommateurs>

France Tv & Vous. (s. f.). Shein - Investigación sobre el gigante de la moda rápida. <https://www.francetelevisions.fr/et-vous/mon-offre-fidelite/autres-operations-fidelite/shein-enquete-sur-le-geant-de-la-fast-fashion-38313>

Fundación Louis Vuitton. (s. f.). Un lugar dedicado a la creación. <https://www.fondationlouisvuitton.fr/fr/fondation>

Green claims. (2025, 19 marzo). Environment. https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en

Halliday, S. (2018, 24 abril). Fashion Revolution señala la falta de transparencia del lujo. <https://fr.fashionnetwork.com/news/Fashion-revolution-pointe-du-doigt-le-manque-de-transparence-du-luxe,970781.html>

Hamel-Marcotte, L. (2024, 7 octubre). La Unión Europea establece sanciones sobre la moda efímera. Perspectiva Mundo. <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMAAnalyse/3620>

Hannay, J. (2024, 3 enero). ESG reporting frameworks in 2024: Everything you need to know. Sustainability News: The Latest News, Insights And Analysis For Business. https://sustainability--news-net.translate.google.net-zero/esg-reporting-frameworks-in-2024-everything-you-need-to-know/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=fr&_x_tr_hl=fr&_x_tr_pto=rq#:~:text=Companies%20have%20plenty%20of%20ESG,disclose%20all%20the%20information%20required.

He, Y. (2023). Research on Sustainable Development of Fashion Industry - Hermes, LVMH, Inditex as an Example. Advances In Economics Management And Political Sciences, 52(1), 65-70. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/52/20230692>

Hors, A. (2023, 28 noviembre). Quel est l'impact de la mode sur l'environnement? [https://blog.helios.do/impact-mode-lenvironnement#:~:text=D'apr%20C3%A8s%20une%20C3%A9tude%20Oxfam,plus%20gourmand%20en%20eau%20potable](https://blog.helios.do/impact-mode-lenvironnement#:~:text=D%27apos;apr%20C3%A8s%20une%20C3%A9tude%20Oxfam,plus%20gourmand%20en%20eau%20potable)

Hospital, A. (2023, 3 febrero). Histoire des sciences du climat : comment en est-on arrivés là ? Youmatter. <https://youmatter.world/fr/categorie-environnement/histoire-changement-climatique-comment-sciences-arrivee-la/#:~:text=En%201975%2C%20des%20chercheurs%20am%C3%A9ricains,Broecker%20dans%20la%20revue%20Science>

INDITEX. (s.f.). Apoyo a los esfuerzos por lograr un salario mínimo más alto para los trabajadores de RMG en Bangladesh. <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/dc83d245-ef5a-4060-97f3-c7ba40d86075/Supporting%20efforts%20for%20a%20higher%20minimum%20wage%20for%20RMG%20workers%20in%20Bangladesh.pdf?t=1695715300729>

INDITEX. (s.f.). Board of Directors. <https://www.inditex.com/itxcomweb/fr/en/investors/corporate-governance/board-of-directors>

INDITEX. (s.f.). Código de Conducta. <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/b499e56f-5e42-4d12-bf03-2f156f5a97a6/InditexConductCode.pdf?t=1721113946293>

INDITEX. (s.f.). Código de conducta para fabricantes y proveedores Inditex Group. <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/bc56b8be-9d72-47d3-94b6-49f1ce952fd8/Inditex%20Code%20of%20Conduct%20for%20Manufacturers%20and%20Suppliers.pdf?t=1681472697026>

INDITEX. (s.f.). DIVERSIDAD DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN POLÍTICA DE SELECCIÓN DE DIRECTORES. https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/7d83d826-61a6-425b-857d-372f76dcfeff/inditex_diversity_of_board_of_directors_policy.pdf?t=1655305787311

INDITEX | History. (s. f.). <https://www.inditex.com/itxcomweb/es/en/group/history>

INDITEX. (s.f.). Partnerships. <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/a48470f0-8192-42c7-bbfc-a2c16181cb76/Partnerships.pdf?t=1739542211497>

INDITEX. (s.f.). Reports & Regulations. <https://www.inditex.com/itxcomweb/fr/en/investors/corporate-governance/reports-and-regulations>

INDITEX. (s.f.). Política de Aguas. <https://www.inditex.com/itxcomweb/api/media/85fb91a6-0cee-4c3e-8e25-e4351b035e54/WaterPolicy.pdf?t=1739810339483>

Lea. (2024, 19 junio). L’impact environnemental de la production de coton - International Science Council. International Science Council. <https://fr.council.science/blog/the-environmental-impact-of-cotton-production/>

L’équipe. (2025, 23 marzo). La pollution générée par la culture du coton conventionnel et l’alternative que représente le coton biologique. Vêtements Bio Éthiques En Chanvre, Coton Bio, Laine Mérinos Et Matières Naturelles. <https://www.ecoline.fr/blog/actualites/la-pollution-generee-par-la-culture-du-coton-conventionnel-et-l-alternative-que-represente-le-coton-biologique-ecoline-fr.html#:~:text=La%20culture%20et%20la%20r%C3%A9colte,'eau%20et%20l%20air>

LVMH. (s.f.). Carta contra la corrupción. https://lvmh-com.cdn.prismic.io/lvmh-com/c8ba48ac-90f2-4de8-8056-ce62ff71b18d_040424_lvmh_charte-anticorruption.pdf

LVMH. (s.f.). CARTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN. https://lvmh-com.cdn.prismic.io/lvmh-com/ZkNZEyol0Zci9G52_charte-du-conseil-dadministration-au-26-janvier-2023.pdf

LVMH. (s.f.). Cifras claves. <https://www.lvmh.com/fr/actionnaires/chiffres-cles>

LVMH. (s.f.). Documento de registro universal. https://lvmh-com.cdn.prismic.io/lvmh-com/Zn5l5B5LeNNTwndq_deu-2023-vf_vdef-1-.pdf

LVMH. (s.f.). El compromiso. https://lvmh-com.cdn.prismic.io/lvmh-com/Zn1cwB5LeNNTwmeH_lvmh_lengagement_2023_FR.pdf

LVMH. (s.f.). ESG. <https://www.lvmh.com/fr/actionnaires/esg>

LVMH. (s.f.). Informe anual 2023. https://lvmh-com.cdn.prismic.io/lvmh-com/fdfe3651-a052-4537-ba01-4172387a82df_LVMH_Rapport_Annuel_2023.pdf

LVMH. (s.f.). La inclusión de INDEX LVMH. <https://www.lvmh.com/fr/l-engagement-en-action/pour-les-femmes-et-les-hommes/linclusion-index-lvmh--observatoire-et-accelereur-de-diversite-et-dinclusion-au-sein-du-groupe>

LVMH. (s.f.). LIFE 360. <https://www.lvmh.com/fr/l-engagement-en-action/pour-l-environnement/life-360-lvmh>

LVMH. (s.f.). Moda y marroquinería. <https://www.lvmh.com/fr/nos-maisons/mode-marroquinerie>

LVMH. (s.f.). Nuestro compromiso con las mujeres y los hombres. <https://www.lvmh.com/fr/l-engagement-en-action/pour-les-femmes-et-les-hommes>

LVMH. (s.f.). Nuestro compromiso POR UN MECENAZGO CULTURAL Y SOLIDARIO. <https://www.lvmh.com/fr/l-engagement-en-action/pour-un-mecenat-culturel>

LVMH. (s.f.). Presentación ESG. https://lvmh-com.cdn.prismic.io/lvmh-com/Zw5M64F3NbkBXdpO_LVMH-ESGpresentation_29042024.pdf

LVMH. (s.f.). Resultados anuales 2024. <https://www.lvmh.com/fr/actionnaires>

Malinge, M. (2025, 5 febrero). ¿Por qué la Unión Europea quiere abrir una investigación contra Shein? <https://www.lanouvellerepublique.fr/a-la-une/pourquoi-l-union-europeenne-veut-elle-ouvrir-une-enquete-contre-shein-1738752441>

Marques de France. (s. f.). El poliéster: ventajas y desventajas de este material sintético - Definición. <https://www.marques-de-france.fr/definition/polyester/>

Marque NF • NF Environnement. (2017, 27 junio). NF. <https://marque-nf.com/nf-environnement/>

Ministères Aménagement Du Territoire Transition Écologique. (s. f.). La ley contra el desperdicio para una economía circular | Ministerios Ordenación del territorio Transición ecológica. <https://www.ecologie.gouv.fr/loi-anti-gaspillage-economie-circulaire>

Notre-environnement. (2025, 15 enero). Uso mundial del agua. [https://www.notre-environnement.gouv.fr/themes/economie/l-utilisation-des-ressources-naturelles-ressources/article/utilisation-mondiale-de-l-](https://www.notre-environnement.gouv.fr/themes/economie/l-utilisation-des-ressources-naturelles-ressources/article/utilisation-mondiale-de-l-eau#:~:text=L%20agriculture%20est%20la%20premi%C3%A8re,usages%20industriels%20(5%20%25))

[eau#:~:text=L'agriculture%20est%20la%20premi%C3%A8re,usages%20industriels%20\(5%20%25\)](https://www.notre-environnement.gouv.fr/themes/economie/l-utilisation-des-ressources-naturelles-ressources/article/utilisation-mondiale-de-l-eau#:~:text=L%20agriculture%20est%20la%20premi%C3%A8re,usages%20industriels%20(5%20%25))

Olivié, D. J. L., Cariolle, D., Teyssède, H., Salas, D., Voldoire, A., Clark, H., Saint-Martin, D., Michou, M., Karcher, F., Balkanski, Y., Gauss, M., Dessens, O., Koffi, B., & Sausen, R. (2012). Modeling the climate impact of road transport, maritime shipping and aviation over the period 1860–2100 with an AOGCM. *Atmospheric Chemistry And Physics*, 12(3), 1449-1480. <https://doi.org/10.5194/acp-12-1449-2012>

Ouest-France. (2023, 7 diciembre). Zara, Primark, Decathlon. . . Cerca de 40 marcas europeas utilizan el trabajo forzado de los uigures. <https://www.ouest-france.fr/monde/zara-primark-decathlon-environ-40-marques-europeennes-utilisent-le-travail-force-des-ouighours-355c232e-9510-11ee-acd4-3231fc8195a7>

Parlamento Europeo. (s.f.). Acuerdo sobre nuevas normas europeas para reducir el desperdicio de textiles y alimentos. <https://www.europarl.europa.eu/news/fr/press-room/20250217IPR26975/accord-sur-de-nouvelles-regles-contre-le-gaspillage-textile-et-alimentaire#:~:text=En%20juillet%202023%2C%20la%20Commission,textiles%20au%201er%20janvier%202025>

Parlamento Europeo. (2018, 9 julio). Cómo reducir los residuos plásticos en la UE. <https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20180830STO11347/dechets-plastiques-plus-de-recyclage-et-interdiction-des-microplastiques>

Parlamento Europeo. (s.f.). Ecoblanqueo: cómo regula la UE las declaraciones medioambientales.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20240111STO16722/ecoblanchiment-comment-l-ue-reglemente-les-allegations-ecologiques>

Parlamento Europeo. (s.f.). Non-financial Reporting Directive. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/654213/EPRS_BRI\(2021\)654213_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/654213/EPRS_BRI(2021)654213_EN.pdf)

Parlamento Europeo. (s.f.). Producción y residuos textiles: los impactos sobre el medio ambiente (infografías).

<https://www.europarl.europa.eu/topics/fr/article/20201208STO93327/production-et-dechets-textiles-les-impacts-sur-l-environnement-infographies>

Parlamento Europeo. (s.f.). Reducción de los residuos textiles y alimentarios: nuevas normas europeas para apoyar la economía circular. <https://www.europarl.europa.eu/news/fr/press-room/20240212IPR17625/nouvelles-regles-pour-reduire-les-dechets-et-soutenir-l-economie-circulaire>

Plan A. (s.f.). ESG en la moda: Su guía para mejorar el rendimiento y los informes. <https://plana.earth/fr/academy/sustainability-fashion-guide-esg-regulations>

Plan A. (s.f.). ¿Qué son los criterios ESG (Medioambientales, Sociales y de Gobernanza)? <https://plana.earth/fr/glossaire/environnement-social-governance-esg>

Quinio, P. (2024, 12 marzo). Fast fashion: el vértigo del consumo excesivo. https://www.liberation.fr/idees-et-debats/editorial/fast-fashion-le-vertige-de-la-surconsommation-20240312_UEWUCR3CVRFR3J74MMYRADJODU/

Rédaction, L. (2020, 21 julio). Notre-Dame de Paris: Bernard Arnault (LVMH) hace oficial la donación de 200 millones de euros. <https://www.carnetsduluxe.com/grands-formats/notre-dame-lvmh-200-millions/>

Regulation - EU - 2024/1781 - EN - EUR-LEX. (s.f.). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1781&qid=1719580391746>

Savage, S. (2025, 19 febrero). EU cracks down on fast fashion and food waste. Financial Times. <https://www.ft.com/content/044a6437-6534-457b-a3bf-7022b7770cf7?utm>

ScienceDirect. (s.f.). Análisis térmico de textiles y fibras. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780081005729000082>

Statista. (2024, 16 mayo). LVMH. <https://fr.statista.com/themes/3398/lvmh/#topicOverview>

Toutes les réglementations ESG et de reporting non financier de l'UE pour 2025. (s.f.). Plan A Academy. <https://plana.earth/fr/academy/eu-esg-regulations#:~:text=Elle%20aide%20les%20entreprises%20et,les%20d%C3%A9cisions%20d'investissement%20durables.>

Tulpain, S. (2023, 15 febrero). Impacto ambiental de la moda. <https://www.lagentelefactory.com/blog/limpact-environnemental-de-lindustrie-de-la-mode/>

WeDressFair, M. (2025, 19 marzo). ¿Qué es el poliéster? <https://www.wedressfair.fr/matieres/polyester#:~:text=Pourtant%2C%20le%20polyester%20est%20une,faire%201%20kg%20de%20polyester>

Workiva. (2025, 14 febrero). The current state & bold future of ESG regulations around Europe. https://www.workiva.com/uk/resources/e-book-current-state-bold-future-esg-regulations-around-europe?utm_segment=Brand&utm_geo=EMEA&utm_campaign=Evergreen-TOFU&utm_medium=Search&utm_type=Paid&utm_source=Google&utm_solution=ESG&u

tm_content=Text&utm_term=esg%20eu_p&utm_iteration=Evergreen-
 TOFU_17294627230_149254625180_%7badid%7d_c_esg%20eu_p___656352646760__g__
 9181129&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw6JS3BhBAEiwAO9waF2fhPW153u3PYJZKOW
 Ef5VCYIXhONI34OZxMxBmcgPn-EjtCP1gTUBoCEL0QAvD_BwE

Wolters Kluwer. (2022, 22 diciembre). Normas ESG en la UE.
<https://www.wolterskluwer.com/fr-be/expert-insights/esg-regulations-european-union>

WorldFavor. (s. f.). Países afectados por la presentación obligatoria de informes ESG - aquí está la lista. https://blog-worldfavor-com.translate.goog/countries-affected-by-mandatory-esg-reporting-here-is-the-list?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=fr&_x_tr_hl=fr&_x_tr_pto=rq#:~:text=Today%2C%20there%20is%20no%20consistent,three%20years%20down%20the%20road

Zonebourse. (2024, 13 marzo). Inditex: Resultado neto aumenta un 30,3% a 5,4 MdE en 2023. Zonebourse. <https://www.zonebourse.com/cours/action/INDITEX-16943135/actualite/Inditex-resultat-net-en-hausse-de-30-3-a-5-4-MdsE-en-2023-46158445/>

8. Apéndices

Lista de abreviaturas:

Abreviaturas	Significación
AGEC	La lucha contra el despilfarro en la economía circular
ESG	Environment Social Governance
ESPR	Reglamento de Ecodiseño para Productos Sostenibles
INDITEX	Industria de Diseño Textil
LVMH	Louis Vuitton-Moët-Hennessy
UE	Unión Europea
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
CSDDD	Corporate Sustainability Due Diligence Directive
SFDR	Sustainable Finance Disclosure Regulation
CAPEX	Capital Expenditure
GEI	Gases de efecto invernadero