

People & Planet Positive



La estrategia «People & Planet Positive» describe la agenda de sostenibilidad para la totalidad de la cadena de valor de IKEA. Nuestros objetivos y compromisos en materia de sostenibilidad se han definido pensando en 2030, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

El propósito de esta estrategia es servir de inspiración, motivación y guía a la hora de tomar las decisiones y definir los objetivos que nos permitan introducir los grandes cambios que queremos presenciar tanto en el mundo como en el ecosistema de IKEA. Esta estrategia constituye nuestra hoja de ruta, y en ella se esboza una agenda común a largo plazo.

La estrategia «People & Planet Positive» describe la agenda de sostenibilidad y los objetivos de todas las personas que participan en el sistema de franquicias y la cadena de valor de IKEA*. Pero también constituye una llamada a la acción de cara al futuro, y se revisará todos los años para garantizar su idoneidad dentro del marco estratégico de IKEA.

** IKEA: una marca y muchas empresas. Nuestro negocio se basa en un sistema de franquicias. Esto significa que existen varias empresas con diferentes propietarios operando bajo nuestra marca. Y todas trabajan con un objetivo común que les sirve de guía en sus decisiones: crear una vida mejor para las personas. Su negocio se basa en ofrecer una amplia gama de productos de decoración bonitos y prácticos a precios tan asequibles que todos puedan permitírselos. Estas empresas pertenecen a franquiciados independientes que han celebrado un contrato con Inter IKEA Systems B.V. La cadena de valor abarca desde los proveedores hasta los clientes.*

No tenemos todas las respuestas, y no podemos alcanzar nuestros objetivos sin ayuda. Por lo tanto, hemos decidido trabajar de forma colaborativa y ser transparentes con respecto a lo que aprendemos. Y confiamos en nuestra propia cultura de emprendimiento para avanzar siempre hacia adelante sin preocuparnos por la perfección. Juntos podremos introducir mejoras de manera continuada.



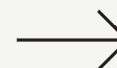
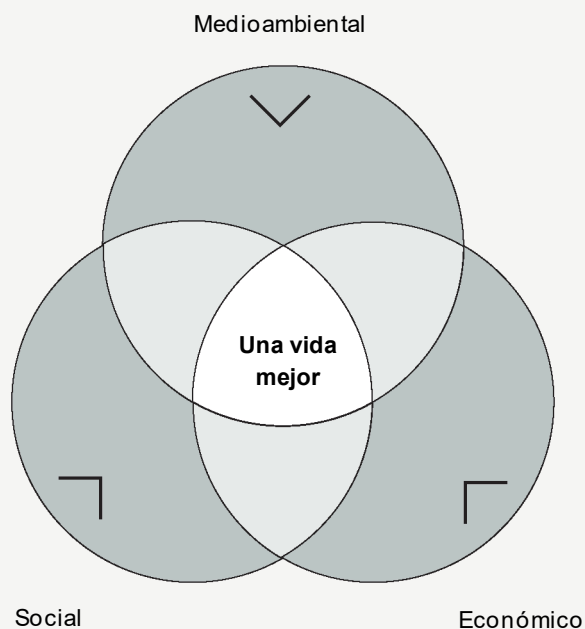
Índice	
Qué significa la sostenibilidad para IKEA	3
Ser positivos en un mundo en rápido movimiento	5
Tres ámbitos de actuación	11
Una vida saludable y sostenible	12
Economía circular y lucha contra el cambio climático	14
Sociedad justa e inclusiva	16
¿Cómo vamos a conseguirlo?	18
Resumen de nuestros objetivos y compromisos	19

Qué significa la sostenibilidad para IKEA

Queremos influir positivamente en las personas, la sociedad y el planeta. Para nosotros, todo gira en torno a alcanzar un equilibrio entre el crecimiento económico y un impacto social positivo que incluya la protección y la regeneración del medio ambiente.

Siempre pensamos a largo plazo. De este modo, podemos satisfacer las actuales necesidades de la gente sin poner en peligro las de las generaciones futuras.

Pero ello requiere redefinir e introducir cambios en la manera de vivir y consumir, además de adoptar nuevas rutinas de trabajo. Por eso nos hemos comprometido a servir de guía a nuestros colaboradores, clientes y socios, y a aprovechar nuestro tamaño para influir de manera positiva. Esto constituye tanto una responsabilidad como una oportunidad comercial. Cuantas más personas podamos convencer, mayor será nuestra capacidad de influencia, y más vidas lograremos mejorar.



Cuanto mejor sea el equilibrio entre el impacto medioambiental, económico y social, más personas tendrán la oportunidad de disfrutar de una vida mejor dentro de las limitaciones de nuestro planeta

El objetivo de IKEA nos sirve de inspiración



Queremos crear un modelo empresarial sostenible. Y la visión de IKEA —crear una vida mejor para las personas— nos sirve de inspiración.

Debemos transformar nuestra manera de trabajar para llegar a ser circulares y no solo utilizar, sino también regenerar los recursos. Nuestro negocio depende de los recursos naturales y de las personas, pero esto también significa que podemos garantizar el futuro de la empresa y de la cadena de valor, y el sustento de los miles de personas que trabajan en ella.

Creemos que la cultura de IKEA —cómo trabajamos y qué valoramos— es fundamental para alcanzar este objetivo. Dicho de otra manera, no importa solo lo que hacemos, sino también cómo lo hacemos.

Vivir según nuestros propios valores

Cuidar de las personas y del planeta es uno de los valores fundamentales que guía nuestra manera de trabajar. Desde nuestros inicios, siempre hemos considerado que derrochar es un «pecado». Nacimos en el duro paisaje de Småland, en el sur de Suecia, en donde la gente tiene que aprovechar al máximo los escasos recursos de que dispone.

Ser audaz a la hora de hacer frente a los problemas

Se trata de definir unos objetivos que sabemos que no podremos alcanzar solos. Pero ser audaz no es solo cuestión de objetivos, sino que también implica ser sincero y honesto con respecto a los problemas que se nos plantean, y tomar decisiones difíciles que surtan un efecto positivo. Para poder avanzar, debemos hablar de nuestros éxitos y fracasos, admitir que no tenemos todas las respuestas, y conversar con todo el mundo para encontrar nuevas soluciones.

Ayudar a crear un mundo mejor

Estamos abiertos a colaborar con los demás, a escuchar, a aprender y a compartir nuestros conocimientos e ideas. Juntos podemos crear un mundo mejor. Así es cómo hemos trabajado y seguimos trabajando en IKEA en materia de sostenibilidad. Tenemos ante nosotros la oportunidad de aprovechar nuestras creatividad y conocimientos para aportar nuevas ideas, ayudar a resolver los problemas y colaborar para hacer posible un cambio a mejor. La sostenibilidad es algo que no se puede conseguir sin ayuda.

Trabajar a largo plazo para hacer posible un cambio a mejor

Trabajamos a largo plazo para hacer posible un cambio a mejor, centrándonos en la causa raíz de los problemas, y no solo en tratar los síntomas. El funcionamiento de nuestra empresa nos permite invertir para el futuro en cosas como las nuevas tecnologías, los materiales innovadores y en formas de generar energía limpia, así como en el desarrollo social de nuestra cadena de valor.



Ser positivos en un mundo en rápido movimiento

Nuestro mundo cambia rápidamente y de diferentes maneras, y por eso creemos que, con el tiempo, cada vez serán más las personas que podrán disfrutar de una vida mejor. Somos optimistas con respecto al futuro, incluso en los tiempos difíciles.

Para poder crear una vida mejor para las personas y garantizar el éxito de IKEA en el futuro, debemos hacer frente juntos a los retos que tenemos por delante. Y esto nunca antes había sido tan importante como ahora.

Hemos identificado tres grandes retos para nuestro negocio: el cambio climático, el consumo insostenible y la desigualdad. Y todos ellos afectan directamente a la salud y al bienestar de las personas.

Por nuestra historia, sabemos que lo que al principio parecen problemas pueden llegar a convertirse en oportunidades, y que las limitaciones pueden desembocar en grandes innovaciones.

Reto

El cambio climático

El cambio climático es uno de los mayores retos a los que se enfrenta la humanidad. Las temperaturas están subiendo. Los últimos seis años (2014-2019) han sido los más cálidos de los que tenemos constancia^{1,2}, y hoy ya podemos ver las consecuencias³. Resulta evidente que debemos actuar con urgencia.

La firma del Acuerdo de París constituyó un paso importante hacia una acción mundial coordinada para fijar un límite de 2 °C en el aumento global de la temperatura, y llegar a los 1,5 °C a finales de siglo.

Para limitar los efectos del cambio climático sobre las personas, el planeta y las empresas, el aumento de la temperatura debe situarse por debajo de los 1,5 °C^{3,4}. Para ello, las emisiones globales de gases de efecto invernadero deben recortarse antes de 2030 a la mitad de las registradas en 2010, lo cual se logrará principalmente mediante drásticas reducciones de estos gases y eliminando el CO₂ de la atmósfera gracias a una mejor gestión de los bosques y la agricultura. Estas medidas deben permitir alcanzar unas emisiones netas iguales a cero en 2050, como máximo.

La huella climática de IKEA en FY16 (año de referencia)

% del total de emisiones de gases de efecto invernadero
(25 millones de toneladas de CO₂ equivalente)



Los datos de la huella climática se revisan y actualizan todos los años para que reflejen más fielmente la realidad. La mayor huella climática de IKEA se debe a los materiales utilizados en sus productos. Se ha tomado FY16 como año de referencia, y los porcentajes se muestran redondeados.

¹ <https://public.wmo.int/en/media/press-release/wmo-confirms-2019-second-hottest-year-record>

² <https://climate.nasa.gov/vital-signs/global-temperature/>

³ <https://www.ipcc.ch/sr15/>

Informe especial del Panel Intergubernamental del Cambio Climático sobre los efectos de un calentamiento global de 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales y las correspondientes trayectorias que deberían seguir las emisiones totales de gases de efecto invernadero de cara al refuerzo de la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático, el desarrollo sostenible y los esfuerzos para erradicar la pobreza.

⁴ <https://www.wwf.org.uk/updates/our-warming-world-how-much-difference-will-half-degree-really-make>

Reto

El consumo insostenible

En 2030 se espera que la población global se aproxime a los 8.600 millones⁵. Esto significa que cada vez más personas estarán buscando una oportunidad para disfrutar de una vida mejor.

En un mundo que ya consume recursos a un ritmo que exigiría contar con otro planeta, nuevos miles de millones de consumidores vienen a empeorar más las cosas. En muchas partes, el consumo crece a un ritmo insostenible. Y a la vez que muchas personas intentan escapar de la pobreza, muchas otras carecen de acceso a alimentos saludables y asequibles.

En la actualidad se estima que el mundo deberá producir un 70 % más de alimentos en 2050 debido al aumento de la población, pero también debido al aumento del consumo de carne y lácteos y al actual derroche de un tercio de todos los alimentos que se producen⁶

La escasez de recursos y la contaminación del aire, el agua y la tierra resultan evidentes debido, en parte, al consumo insostenible y el derroche.

Para IKEA, el consumo insostenible es uno de los grandes problemas: ¿cómo podemos seguir creciendo y, a la vez, lograr que cada vez más personas puedan vivir mejor dentro de los límites de nuestro planeta?

⁵ <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/world-population-prospects-2017.html>

⁶ La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) ha calculado que el mundo debe producir un 70 % más de alimentos en 2050 debido al aumento de la población: http://www.fao.org/fileadmin/templates/wsfs/docs/expert_paper/How_to_Feed_the_World_in_2050.pdf. En la actualidad se pierde o desperdicia un tercio de todos los alimentos que se producen: <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/en/>



Reto

La desigualdad

Año tras año, son muchas las personas que logran escapar de la pobreza, mientras que muchas otras vuelven a caer en ella de nuevo. En el mundo existe un nivel cada vez mayor de desigualdad que ensancha la brecha entre los más ricos de la sociedad y el resto⁷.

De acuerdo con los cálculos más recientes de 2015⁸, alrededor del 10 % de la población mundial vive en la pobreza extrema y ha de luchar a diario para satisfacer sus más básicas necesidades de salud, educación, agua e higiene. Los niños y los jóvenes son quienes que más padecen este riesgo. A pesar del crecimiento de la economía, algunas personas sufren una mayor precariedad laboral y han visto estancarse sus ingresos. Y a medida que aumenta el ritmo de los avances tecnológicos,

algunos se quedan rezagados y deben luchar para adaptarse a esta nueva realidad. Para los jóvenes es cada vez más difícil encontrar un trabajo digno estable⁹. Y aunque se han producido importantes avances en algunas áreas, la igualdad de género sigue estando lejos de constituir una realidad. Los derechos y las oportunidades de las personas mayores, racializadas, LGTBI+ y con algún tipo de discapacidad siguen siendo una quimera.

En la actualidad, más de 100 millones de personas han tenido que abandonar sus hogares en busca de trabajo y una vida mejor. Pero la propia búsqueda de empleo puede provocar en ocasiones grandes deudas por gastos de contratación y, en el peor de los casos, desembocar en trabajos forzados y tráfico de personas. En la actualidad, en el mundo hay más de 79 millones de personas desplazadas, y más de 20 millones de refugiados¹⁰.

⁷ Informe sobre la Desigualdad en el Mundo, 2018 <https://wlr2018.wid.world/> Oxfam: «El 1 % de las personas más ricas del mundo acumulan más del doble que los demás 6.900 millones de habitantes».

⁸ <https://www.un.org/en/sections/issues-deaths/overview/>

⁹ <https://www.ilo.org/global/topics/youth-employment/la-no-en/index.htm>

¹⁰ ONU <http://www.unhcr.org/figures-at-a-glance.html>



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas describen muchos de los problemas globales de sostenibilidad y medidas a adoptar. Estos Objetivos se presentaron en 2015, y constituyen un marco de actuación colectiva. Para nosotros constituyen una guía que nos permite mejorar nuestra empresa, definir nuevos objetivos y colaborar con nuestros socios.

Todos estos objetivos están relacionados entre sí, y en IKEA hacen las veces de brújula que orienta los cambios que debemos introducir en nuestro trabajo.



**«Ningún método
es más eficaz que
el buen ejemplo».**

Ingvar Kamprad



En IKEA podemos marcar la diferencia

En nuestra empresa tenemos la oportunidad única de mostrar el camino dando un buen ejemplo de cambio positivo para la sociedad.

Ser líderes significa someter a una mirada crítica todos los aspectos de nuestro negocio, pero también participar en los debates y hacer posible que tanto nuestros clientes como nuestros socios y colaboradores puedan adoptar medidas y echar una mano.

Cada uno de nosotros puede liderar el cambio. Y para cambiar el mundo, es necesario fomentar las grandes ideas, y divulgarlas para que lleguen al mayor número de personas posible.

Una parte de nuestro cometido es aprovechar nuestro tamaño, nuestra creatividad, nuestra capacidad de innovación y nuestros conocimientos sobre la vida en el hogar para aportar ideas y colaborar para hacer realidad un cambio a mejor.

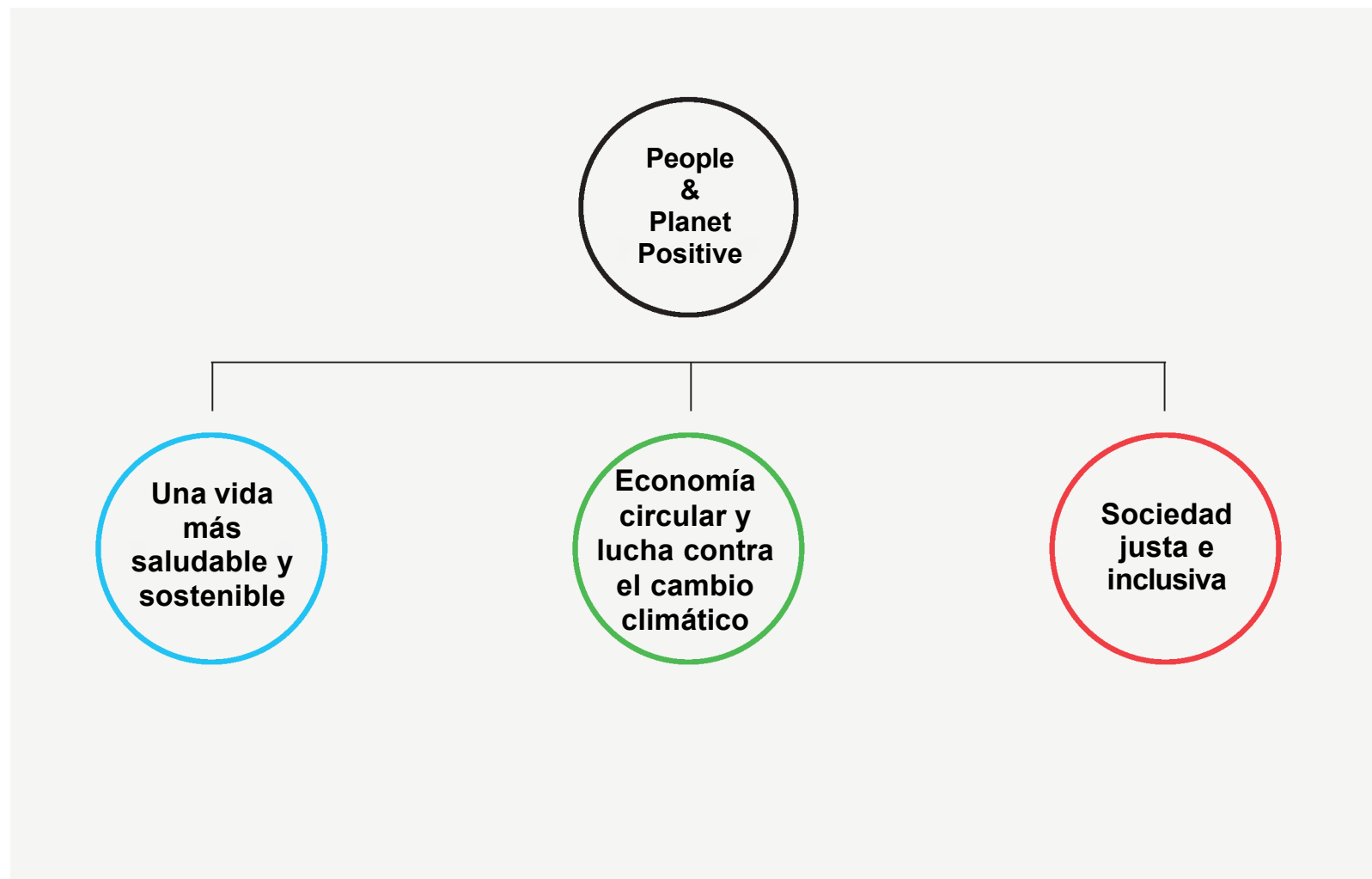
Influir de manera positiva supone generar más de lo que usamos, y trabajar para que los resultados se dejen sentir más allá de nuestra propia empresa.

Queremos crear una vida mejor para todos, y ser positivos para las personas y el planeta.

Tres ámbitos de actuación

Para hacer frente a los tres grandes retos de nuestro negocio, hemos identificado otros tantos ámbitos de actuación que nos ayudarán a alcanzar nuestro objetivo de llegar a ser positivos para las personas y el planeta.

En cada uno de estos ámbitos de actuación se incluyen los compromisos para alcanzar tal objetivo.





Nuestro objetivo de aquí a 2030 es ayudar a más de mil millones de personas a llevar una vida mejor dentro de los límites de nuestro planeta

Una vida más saludable y sostenible

Nuestro hogar y estilo de vida influyen en gran medida tanto en el planeta como en nuestra salud y bienestar.

Por ejemplo, se ha calculado que los hogares son los responsables de un tercio del consumo global energía¹¹ y del 10 % del agua que se consume¹². Permitir que las personas puedan generar y utilizar energías renovables y reducir su consumo de agua y energía en casa tendría un gran efecto. La calidad del agua, de los alimentos y del aire es también una gran preocupación en todo el mundo. El impacto de la contaminación y del consumo insostenible ya resulta evidente en la vida cotidiana de muchas personas.

Los ciudadanos esperan que las empresas y marcas como IKEA hagan posible llevar un estilo de vida más sostenible, de forma asequible y atractiva. Quieren ideas y soluciones innovadoras, que se adaptan

a las diferentes situaciones y tamaños de los hogares y que contribuya a ser más respetuosos con el entorno, y facilitando prolongar la vida de los productos.

Somos una de las mayores empresas de alimentación del mundo, y tenemos la responsabilidad de ofrecer alimentos más saludables y nutritivos. Por eso procuramos no solo ofrecer muebles, productos de alimentación, soluciones y servicios más sostenibles, sino también ayudar a la gente a mejorar su estilo de vida y a consumir de un modo más sostenible. Hasta ahora nos centramos en hacer posible que los clientes pudieran ahorrar energía y reducir sus desperdicios. Queremos ir más allá e introducir un cambio fomentando una nueva mentalidad que permita llevar una vida saludable y sostenible.

¹¹ <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>

¹² <https://www.wri.org/blog/2020/02/growth-domestic-water-use>

Una vida
saludable
y
sostenible

Qué hemos hecho hasta ahora

En IKEA ya hacemos posible que la gente pueda llevar una vida más sana y sostenible en casa centrándonos en la eficiencia y las funciones del hogar y ofreciendo productos y soluciones asequibles que fomentan el ahorro de agua y electricidad, las energías renovables y las soluciones para la clasificación de residuos.

Llevamos muchos años trabajando para reducir el uso de productos químicos en nuestros productos y eliminar progresivamente —incluso por delante de la legislación, en algunos casos— aquéllos potencialmente peligrosos.

Todos nuestros productos y soluciones se diseñan pensando en la calidad, la forma, la funcionalidad, la asequibilidad y la sostenibilidad, ya que estas son las vertientes del llamado «diseño democrático».

Y aunque hemos avanzado mucho, todavía queda mucho por hacer.

Nuestros objetivos de cara a 2030

De aquí a 2030, vamos a ayudar a las personas a tomar decisiones más saludables y sostenibles. En colaboración con nuestros socios, queremos definir qué significa para nosotros un consumo sostenible. Y vamos a desarrollar todos nuestros productos de acuerdo con los principios del diseño democrático y circular. Pero también queremos prolongar su vida útil, para fomentar una economía circular.

La sostenibilidad no puede ser un lujo al alcance de unos pocos. Queremos que llevar una vida sana y sostenible sea una decisión asequible, atractiva y al alcance del mayor número posible de personas.

IKEA va a hacer posible que la gente pueda generar energía renovable y ahorrar agua y electricidad, además de poder purificar el agua y el aire de sus hogares, reducir los desperdicios y adaptar sus hogares para hacer frente a los efectos del cambio climático. Debemos unirnos y trabajar juntos para mejorar la salud y el bienestar.

Nos hemos comprometido a:

Crear un movimiento en la sociedad en defensa de una vida mejor

Ayudando a las personas a redefinir su manera de vivir en el hogar: una vida que sea sostenible y compatible con la seguridad, la salud y el bienestar, y que esté al alcance de la mayoría.

Liderando la transición hacia una nueva definición de «vida mejor», e introduciendo cambios en las pautas del consumo insostenible.

Ayudar a las personas a vivir de un modo más saludable y sostenible

Ofreciendo productos y soluciones mejores y más asequibles que permitan a las personas vivir de un modo más seguro, saludable y sostenible.

Aportando información e ideas que ayuden a las personas a llevar una vida mejor, más sana y más sostenible.

Ofreciendo una gama de alimentos que resulten más sostenibles, sanos, sabrosos y asequibles para todos.

Fomentar un consumo circular y sostenible

Considerando nuestros productos como materias primas para el futuro, y garantizando que todos ellos presentan características circulares, es decir, que han sido diseñados desde el primer momento para que puedan tener diferentes usos y ser reparados, reutilizados, revendidos y reciclados.

Proporcionando y fomentando servicios, soluciones, información y fácil acceso a los conocimientos que permitan prologar la vida tanto de los productos como de los materiales. Y haciendo lo posible para que tanto nuestros clientes como las demás personas formen parte de la solución, facilitándoles la compra, la reparación, la venta, el intercambio y la entrega de los productos.



Nuestro objetivo para 2030 es llegar a ser positivos para el clima y regenerar los recursos, pero sin renunciar al crecimiento de nuestra empresa

Economía circular y lucha contra el cambio climático

Solo tenemos un planeta, y sus recursos son limitados.

La sobreexplotación de los bosques, de las zonas de pesca y de las tierras agrícolas, la pérdida de biodiversidad y de vida salvaje, la contaminación de los océanos, la erosión del suelo y los cada vez más elevados niveles de contaminación del aire y del agua dulce afectan a la vida y al sustento de millones de personas en todo el mundo.

La escasez global de recursos ya está afectando a nuestra empresa y, lo que es más importante, a las vidas de las personas que participan en nuestra cadena de valor. Para ser positivos para las personas y el planeta en el futuro, debemos contar con programas de abastecimiento responsables, mejorar aún más el uso de los recursos y reducir drásticamente los gases de efecto invernadero en términos absolutos y con independencia de nuestro crecimiento empresarial.

**Economía
circular y
lucha contra
el cambio
climático**

Qué hemos hecho hasta ahora

Nuestra estrategia de hacer más con menos nos ha permitido reducir los desperdicios y ser más eficientes en nuestro trabajo.

Pero también hemos realizado grandes avances en nuestra manera de abastecernos de materiales sostenibles. Desde 2015, el 100 % de nuestro algodón, pescados y mariscos proceden de explotaciones sostenibles (BCI+, MSC y ASC).

Seguimos trabajando para alcanzar en 2020 nuestro objetivo de abastecernos exclusivamente de madera y papel procedentes de explotaciones sostenibles. Y hemos adoptado las medidas necesarias para empezar a eliminar el plástico fósil virgen de nuestra gama de productos, un objetivo que se prolongará hasta 2030.

Hemos apoyado con firmeza la transición a una economía baja en carbono y la limitación del aumento de la temperatura en 1,5 °C, y hemos realizado grandes inversiones en energías renovables y en la mejora de la eficiencia energética.

Nuestros objetivos de cara a 2030

Nuestro objetivo de aquí a 2030 pasa por convertirnos en una empresa circular basada en la energía limpia y renovable y en los recursos regenerativos, y por desvincular nuestro crecimiento del uso de los materiales. Queremos poner fin a nuestra dependencia de los materiales y combustibles fósiles vírgenes. Y vamos a reducir los gases de efecto invernadero y a trabajar para limitar el aumento global de la temperatura a 1,5 °C antes de que termine este siglo. Pero también ayudaremos a conseguir un aire y un agua más limpios, y a mejorar la biodiversidad.

Nos hemos comprometido a:

Transformarnos en una empresa circular

Prolongando la vida tanto de los productos como de los materiales, utilizar los recursos de un modo más inteligente, y atendiendo a los clientes de maneras diferentes.

Convirtiendo los residuos en recursos, para no tirar nada a la basura.

Tomando la iniciativa en la transformación de materiales secundarios (es decir, reutilizados y reciclados) en recursos limpios y seguros.

Abasteciéndonos de y produciendo materiales renovables y reciclados que presente un impacto medioambiental positivo.

Creando y fomentando sistemas y servicios que hagan posible una economía circular.

Ser positivos para el clima

Reduciendo aún más las emisiones de gases de efecto invernadero en la cadena de valor, pero sin renunciar al crecimiento de nuestra empresa. Y esto lo vamos a lograr sin recurrir a la compensación de carbono.

Reduciendo a la mitad las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero de toda la cadena de valor de IKEA de aquí a 2030. Esto implica reducir drásticamente las emisiones en al menos un 15 %, y lograr la parte restante eliminando el CO₂ de la atmósfera, almacenándolo mediante una mejor gestión forestal y agrícola, y prolongando la vida de nuestros productos y materiales renovables¹³.

Trabajando por utilizar exclusivamente energías renovables (electricidad, calefacción, aire acondicionado y combustibles) en nuestra cadena de valor¹³.

Fomentando la generación de energía renovable en nuestras instalaciones, para ponerla al alcance de todos.

Reduciendo la contaminación atmosférica.

Diseñando, construyendo, explotando y manteniendo todos nuestros edificios de manera individual y de acuerdo con las condiciones locales, para respetar las limitaciones del planeta.

Regenerar los recursos, proteger los ecosistemas y mejorar la biodiversidad

Aplicando y desarrollando estándares de abastecimiento responsable que incluyan criterios medioambientales, sociales y de bienestar animal.

Siendo **positivos para los bosques**. Por ejemplo, fomentando una gestión forestal sostenible que permita reducir la degradación y la deforestación. Y usando métodos innovadores para la gestión, protección, restauración y regeneración forestal.

Poniéndonos al frente de proyectos de regeneración de tierras degradadas, áreas deforestadas y zonas agrícolas.

Siendo **positivos para el agua**. Por ejemplo, liderando y desarrollando programas de gestión y proyectos de depuración de aguas contaminadas y de protección de la biodiversidad. Y centrándonos sobre todo en los orientados a eliminar el plástico de los océanos.

Abasteciéndonos de madera, algodón, alimentos y otras materias primas procedentes de explotaciones sostenibles. Proporcionando y fomentando servicios, soluciones, información y fácil acceso a los conocimientos que permitan prologar la vida tanto de los productos como de los materiales. Y haciendo lo posible para que tanto nuestros clientes como las demás personas formen parte de la solución, facilitándoles la compra, la reparación, la venta, el intercambio y la entrega de los productos.

¹³ Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (objetivos 1, 2 y 3 de emisiones)



Nuestro objetivo para 2030 es ejercer una influencia positiva en todas las personas que participan en nuestra cadena de valor

Sociedad justa e inclusiva

Aunque nos enfrentamos a numerosos problemas en el mundo actual, creemos que a través de nuestra empresa podemos generar un cambio positivo. Nuestro tamaño y alcance llevan aparejados una gran responsabilidad y muchas oportunidades de mejorar la vida de la gente.

Necesitamos un cambio para que la gente pueda vivir mejor. Logrando que IKEA crezca de una manera aún más integradora y ofreciendo puestos de trabajo decentes¹⁵, ponemos nuestro granito de arena en la creación de una sociedad justa e igualitaria.

Los niños y las familias siempre han sido importantes para nosotros. Y hemos visto que si tomamos decisiones pensando en los intereses de los niños, podemos introducir un cambio positivo y generar nuevas oportunidades tanto para las familias como para las comunidades.

La igualdad es la base de una vida mejor. Así que nosotros tenemos la posibilidad de defender abiertamente la igualdad de género y los derechos y oportunidades de las personas mayores, racializadas, LGTBI+ y con algún tipo de discapacidad.

Gracias a nuestra presencia global, podemos brindar oportunidades a los trabajadores migrantes, refugiados y demás grupos que están abandonando sus hogares por decisión propia, necesidad u obligación. Y podemos proporcionar asistencia, formación y empleo, además de colaborar con otras entidades para introducir cambios en un sistema que ponen en riesgo a las personas.

Las metas y objetivos de IKEA para las personas abarcan toda la cadena de valor, de modo que esperamos encontrar en los proveedores y socios nuestros mismos estándares, o superiores incluso.

¹⁵ Definición de trabajo digno de la Organización Internacional del Trabajo (OIT): <https://www.ilo.org/integration/themes/dlw/mainstreaming/lang-es/index.htm>

**Sociedad
justa e
inclusiva**

Qué hemos hecho hasta ahora

Ya hemos realizado importantes avances, y estamos preparados para seguir trabajando en pro de nuestro objetivo.

Los derechos de los niños siempre han ocupado un lugar central en nuestro trabajo. De hecho, participamos en el desarrollo y la implementación de los Derechos del Niño y Principios Empresariales.

El IWAY, nuestro código de conducta para proveedores, sigue siendo la base que nos permite garantizar los derechos humanos y unas buenas condiciones laborales en toda la cadena de suministro, y hemos ampliado considerablemente su alcance, además de revisar y actualizar periódicamente tanto nuestras normas como nuestros programas.

Trabajamos con emprendedores sociales, y participamos activamente en las comunidades locales para ser una empresa integradora. Y seguimos desarrollando nuestra estrategia con los grupos vulnerables de nuestra cadena de valor.

Nuestros objetivos de cara a 2030

De aquí a 2030, seremos líderes en la creación de una sociedad justa e igualitaria que beneficie a todos. Para ello, haremos crecer nuestra empresa de una manera aún más integradora, respetando y fomentando la diversidad y proporcionando un trabajo decente y que merezca la pena en toda la cadena de valor, para que las personas y sus familias puedan llevar una vida digna.

Ser integradores significa comprometerse con en el trabajo que hacen los demás, e invitarles a participar en el nuestro.

Nos hemos comprometido a:

Fomentar y defender el trabajo digno en toda la cadena de valor

Respetando los derechos humanos en todas nuestras actividades, y garantizando la implementación de los estándares internacionales en materia de trabajo.

Garantizando siempre que nuestros centros de trabajo son seguros y permiten el desarrollo de las personas.

Garantizando el acceso al desarrollo de las competencias y las habilidades, para que las personas puedan mejorar y alcanzar todo su potencial.

Fomentando y defendiendo un empleo estable, regular y predecible.

Proporcionando una definición de «salario justo», y haciendo posible que todas las personas que participan en nuestra cadena de valor reciban un salario justo.

Asegurándonos de dar voz a todas las personas que intervienen en nuestra cadena de valor, para que puedan comprometerse y desempeñar un papel activo en su trabajo.

Ser una empresa integradora

Haciendo crecer nuestra empresa con oportunidades a todo el mundo.

Construyendo un lugar de trabajo diverso e integrador, y capacitando y ayudando a las personas para que sean ellas mismas en el trabajo.

Haciendo realidad la igualdad de género.

Garantizando que los derechos del niño forman parte integrante de todo lo que hacemos.

Fomentando y brindando oportunidades de aprendizaje y trabajo para los jóvenes.

Asegurándonos de que las colaboraciones empresariales de nuestra cadena de valor fomentan la innovación, el desarrollo empresarial y los beneficios sociales.

Involucrándonos en nuestras comunidades para mejorar los medios de vida y crear una economía local integradora.

Fomentar la igualdad

Defenderemos nuestros objetivos, valores y creencias abogando por el cambio y desempeñando un papel activo en su defensa.

Colaboraremos con los demás compartiendo nuestros conocimientos y siendo transparentes.

¿Cómo vamos conseguirlo?

Gracias a nuestra fuerza, tamaño y configuración empresarial, podemos pensar a largo plazo y hacer realidad nuestros compromisos. De este modo, podremos influir positivamente en el mundo y estaremos en condiciones de compartir nuestra estrategia y lo que aprendamos para ayudar a los demás mediante:

Incidencia política

Aprovecharemos nuestro tamaño y capacidad de influencia para desempeñar un papel activo en la sociedad defendiendo y fomentando un cambio positivo basado en nuestros valores.

Colaboración

Trabajaremos juntos de un modo diferente, y seguiremos apoyando a las organizaciones que aporten un valor sostenible para las personas, el planeta y nuestra empresa. Para ello, vamos a buscar nuevos socios con ideas originales, y les ayudaremos a mejorar sus soluciones para que lleguen a la mayoría de personas.

Emprendimiento e innovación

Confiaremos en nuestro espíritu emprendedor para innovar y convertir los problemas en oportunidades. Pero también contaremos con los demás —por ejemplo, emprendedores sociales— para encontrar las ideas que nos permitan conseguir un mundo más justo y sostenible.

Integración y participación en la comunidad

Seremos integradores, y participaremos activamente en las comunidades en las que existan tiendas, oficinas, almacenes o fábricas de IKEA, o aquellas con las que mantengamos una relación a través de internet.

Incentivos empresariales

Uno de los principales desencadenantes es garantizar que existen mecanismos de inversión e incentivos para hacer realidad las transformaciones necesarias.

IWAY

El IWAY, el código de conducta para proveedores, ha sido la base de buena parte de nuestro trabajo de sostenibilidad desde 2000. Seguiremos desarrollando los estándares del IWAY y ampliando su implementación en la cadena de valor para hacer frente a los nuevos problemas y garantizar unas buenas condiciones de trabajo a nuestros proveedores. Y seguiremos definiendo estándares y expectativas claras para las relaciones comerciales de IKEA y para nosotros mismos.

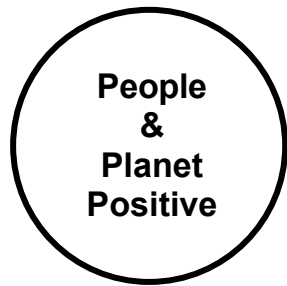
Información y transparencia

Seremos sinceros y transparentes, y permitiremos que los demás aprendan de nuestros éxitos, fracasos, problemas y maneras de trabajar. En IKEA estamos totalmente decididos a informar de nuestros progresos con relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para pasar de la teoría a la práctica, cada unidad comercial debe definir metas y objetivos claros que nos ayuden a priorizar y cuantificar nuestros avances.

Comunicación

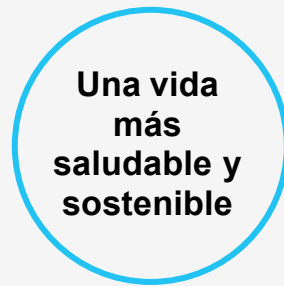
Utilizaremos la comunicación para dar a conocer maneras de vivir más sostenibles, y para garantizar una colaboración y un diálogo permanentes. Ayudaremos a las personas a introducir cambios positivos en sus vidas cotidianas, en sus comunidades y en el mundo. La información sobre nuestro impacto en las personas y la sociedad formará parte desde el primer momento de la comunicación de nuestra oferta comercial.

Resumen de nuestros objetivos y compromisos



Objetivos de cara a 2030

Compromisos

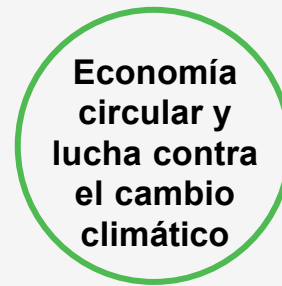


Ayudar a más de mil millones de personas a llevar una vida mejor dentro de los límites de nuestro planeta

Crear un movimiento en la sociedad en defensa de una vida mejor

Ayudar a las personas a vivir de un modo más saludable y sostenible

Fomentar un consumo circular



Llegar a ser positivos para el clima y regenerar los recursos, pero sin renunciar al crecimiento empresarial

Transformarnos en una empresa circular

Ser positivos para el clima

Regenerar los recursos, proteger los ecosistemas y mejorar la biodiversidad



Crear un impacto social positivo para todos en la cadena de valor de IKEA

Fomentar y defender el trabajo digno en toda la cadena de valor

Ser una empresa integradora

Fomentar la igualdad

Principales enablers

La incidencia política, la colaboración, el emprendimiento, la innovación y la integración