



Informe resumen
de sostenibilidad del
Grupo IKEA FY12



Lo que hacemos para seguir mejorando...

"Antes del proyecto, creía que el medio ambiente no tenía nada que ver conmigo. Ahora sé que todos podemos hacer algo para cambiar el mundo..."

➤ Leer más



Produjimos energía renovable equivalente a un 1/3 de la que consumimos.

➤ Leer más



Productos para que la vida en el hogar sea más sostenible, como frigoríficos y congeladores más eficientes.



➤ Leer más

Miles de mejoras en condiciones laborales en nuestros proveedores desde el año 2000.

➤ Leer más

Un 23% de la madera proviene de bosques que cumplen los estándares del Forest Stewardship Council.

➤ Leer más



"He visto que IKEA está llena de entusiastas que consiguen lo que se proponen".

➤ Leer más

"Siempre pensé que la iniciativa Better Cotton era fantástica, pero hasta que no visité un proyecto no fui consciente de todo lo que se podía conseguir..."

➤ Leer más



"La tecnología LED puede cambiar totalmente el uso de la energía eléctrica".

➤ Leer más



Con nuestra nueva estrategia queremos tener un impacto positivo en las personas y el planeta, y seguir creciendo".

➤ Leer más

Materiales renovables, reciclados y reciclables en los productos.

➤ Leer más



Índice

06

Una vida más sostenible en el hogar

14

Independencia energética y de recursos

24

Una vida mejor para personas y comunidades



Clientes y empleados han recaudado **€12,4 millones** con la campaña "Peluches para la Educación".

➤ Leer más



“Personas + Planeta”

La sostenibilidad ha sido siempre muy importante para nosotros. Hace muchos años que usamos los recursos de forma moderada, elegimos los materiales más respetuosos con el medio ambiente, y mejoramos los estándares entre nuestros proveedores y comunidades locales.

Pero queremos conseguir más, ir más allá y más rápido para poder participar de forma decisiva

en problemas globales como el cambio climático. Por eso, nos comprometemos con “Personas + Planeta”, con la que pretendemos conseguir cambios positivos.

Supone un gran paso adelante y nos hemos marcado importantes objetivos para el 2020. Todos nuestros empleados pueden participar, y estamos implicando también a clientes y proveedores. Al fin y al cabo, juntos podemos conseguir mucho más que por separado. Así podremos mejorar la vida de nuestros clientes y fortalecer el negocio de IKEA.



La sostenibilidad es un fantástico motor de la innovación en IKEA; condiciona nuestra manera de diseñar los productos y nuestra forma de fabricarlos, empaquetarlos y transportarlos. En nuestro modelo de negocio es fundamental ofrecer productos de alta calidad a precios asequibles, por lo que tenemos que ser una empresa de bajo coste y cuidadosa con los recursos limitados de la tierra.

Queremos crear un mejor día a día para la mayoría de las personas. A pesar de que vendemos productos de decoración del hogar, nuestra visión nos ofrece la oportunidad de actuar más allá de los hogares e intentamos aplicarla a todo lo que hacemos. Nuestro objetivo es hacer que IKEA crezca y se desarrolle respetando a las personas y al planeta.

Nuestra nueva estrategia de sostenibilidad, "Personas + Planeta", pretende animar a millones de clientes a vivir de una forma más sostenible en sus hogares, hacer que IKEA sea independiente en cuanto a energía y recursos, y mejorar la vida de las personas y las comunidades. Continuaremos compartiendo y haciendo públicos nuestros esfuerzos y resultados durante nuestra andadura.

Con los años, nuestros empleados y proveedores han dado grandes pasos. Hemos desarrollado muchos productos que ahorran nuestros clientes energía y dinero. Seguimos aumentando nuestro porcentaje de materiales renovables que provienen de fuentes preferentes. Estamos aumentando nuestras entregas directas de proveedor a tienda para reducir el transporte y los palés de madera tradicionales han sido sustituidos por palés de papel; todo ello supone reducir costes y minimizar nuestro impacto ambiental. Y estoy muy orgulloso de que

todos nuestros proveedores de productos de decoración para el hogar, tras 12 años de duro trabajo, cumplan nuestro código de conducta de proveedores (IWAY).

El compromiso de nuestros empleados es fantástico. Los contratamos basándonos en nuestros valores y esperamos que crezcan, asuman más responsabilidades y aprendan trabajando. No somos perfectos y a veces nos equivocamos. Si es así, lo admitimos abiertamente, rectificamos y seguimos aprendiendo. Creemos que el éxito en los negocios es posible haciéndolo con un comportamiento ético. Nuestro nuevo código de conducta es una buena base para aplicar nuestra ética empresarial, una ética que nunca se pondrá en riesgo.

Crear un mejor día a día en el hogar para la mayoría de las personas no es algo que ocurra por sí sólo. Junto a nuestros empleados, clientes, proveedores y otros socios, seguiremos invirtiendo en energía renovable, nuevas tecnologías y nuevos materiales y, por lo tanto, creando un mejor IKEA.

Y seguiremos apoyando a los niños, las personas más importantes del mundo, a través de la Fundación IKEA. Hemos decidido unir nuestras fuerzas para conseguir algo bueno; lo que es bueno para las personas, también es bueno para nosotros a largo plazo.

Mikael Ohlsson, presidente ejecutivo del Grupo IKEA



*Una vida más
sostenible
en el hogar*

Crear productos asequibles que permitan a los clientes consumir menos energía y agua y reducir los residuos

Todos podemos vivir de una forma más sostenible en casa

A muchos de nuestros clientes les preocupa el medio ambiente, pero necesitan ayuda e ideas para vivir de una forma más sostenible en casa. Pero a veces, no pueden permitirse gastar ni más dinero ni más tiempo.

Por eso ofrecemos productos que les permiten consumir menos energía y agua, y reducir los residuos. Estos productos son asequibles, fáciles de utilizar y permiten a nuestros clientes reducir sus gastos.

Llevamos años trabajando en ello, pero aún queremos conseguir mucho más. Para el año 2020 queremos aumentar un 400% las ventas de productos que permiten vivir de una forma más sostenible en el hogar.

Las buenas noticias son que como las tiendas del Grupo IKEA reciben 690 millones de visitantes en todo el mundo, cualquier pequeño cambio pronto marcará una gran diferencia.

Nos centramos en:



Energía

Hemos mejorado la eficiencia de los productos que consumen energía en un 32%, de media, en comparación con los de 2008. Supone una reducción considerable en las facturas de electricidad de los clientes.

El frigorífico/congelador ISANDE, que salió al mercado en FY12, tiene una eficiencia energética de clase A++.



Agua

Estamos facilitando al máximo el ahorro de agua en el hogar.

El grifo RINGSKÅR reduce el consumo de agua hasta un 40%. También hemos mejorado la eficiencia del agua de los lavavajillas hasta un 51%, en comparación con los de la gama de 2008.



Residuos

Nuestros productos para la clasificación de residuos resultan muy útiles a los clientes.

La serie de reciclaje RATIONELL cabe en los armarios o cajones de cocina y sus tapas evitan la salida de los olores.



Parte de mi trabajo consiste en informar a los clientes sobre las ventajas de la sostenibilidad en nuestros productos de cocina y demostrarles cuánta electricidad y agua pueden ahorrar. El hecho de saber que realmente invertimos en sostenibilidad hace que mi trabajo resulte mucho más sencillo. Confío mucho en la calidad de los productos y eso me da seguridad al hablar con nuestros clientes.

Los clientes hacen preguntas muy concretas, como por ejemplo cuánta energía consume el reloj de un horno. Por eso tenemos que conocer muy bien los productos y tener datos y cifras sobre ellos. Cuando llega un producto nuevo, leo todo lo que puedo para saber lo máximo posible.

Me siento muy bien cuando sé que puedo informar correctamente a los clientes. Muchos clientes no muestran mucho interés en las placas de inducción hasta que les explico sus ventajas en cuanto a sostenibilidad y ahorro. ¡Después les interesan muchísimo!

Me gusta mucho conocer a los diseñadores de los productos y la historia sobre cómo se desarrolló un producto y hacerlo más sostenible. Muchos de los productos que vendemos ahora son fantásticos; los clientes consiguen mejorar mucho sus hogares sin tener que gastarse una fortuna. Eso me hace sentir muy bien”.

Sara Nordquist, departamento de cocinas, tienda IKEA Malmö

Lo que hemos aprendido

¿Cómo podemos ayudar a los clientes a vivir de una forma más sostenible?

Esa fue la pregunta que nos planteamos en uno de los proyectos con WWF. Invitamos a participar a nueve de nuestros clientes y a sus familias en Suecia y a diez de nuestros empleados en China. Pusimos productos en sus casas, como alfombras y cortinas aislantes, iluminación de alta eficiencia energética y cubos de reciclaje. Y a los seis meses comprobamos los cambios que habían experimentado.

Los resultados fueron impresionantes. Por ejemplo, en Suecia nuestros clientes redujeron sus residuos no reciclables en un 45% y la energía usada en iluminación entre un 10-30%.

Estamos utilizando estos hallazgos para desarrollar productos nuevos y para informar a nuestros clientes sobre sostenibilidad.



- *Lo mejor es la sencillez.* Los productos de IKEA tienen que ser sencillos, fáciles de utilizar, y asequibles. No deben ser complejos, ni caros, ni deben hacer perder el tiempo.
- *Hablar sobre todas las ventajas.* Tenemos que mostrar a los clientes cómo les ayudan los productos a ahorrar tiempo y dinero, al mismo tiempo que les permite reducir su impacto en el planeta.
- *Los datos ayudan.* Cuando uno comprueba la diferencia está más dispuesto a cambiar.
- *Es bueno compartir.* Los participantes compartieron ideas y logros en reuniones y en un blog.

Lo que se dijo



W Nos consideramos bastante respetuosos con el medio ambiente. Pero cuando comenzamos a participar en el proyecto nos dimos cuenta de que podíamos hacer mucho más de lo

que hacíamos. IKEA instaló un medidor de consumo energético en mi casa, y me impresionó ver la cantidad de energía que consumíamos por el simple hecho de dejar la puerta del frigorífico abierta más rato del necesario, o por mantener los dispositivos en modo de espera. Ahora tenemos más en cuenta el medio ambiente y hablamos a nuestros amigos y familiares más sobre ecología. Siempre les digo que no hace falta cambiar completamente de forma de vida; realizando pequeños cambios se consiguen cosas importantes”.

Marcus Franson, cliente de IKEA, Suecia



W Cambiamos toda la iluminación a LED, compramos una placa de inducción, cambiamos el frigorífico, y comenzamos a reutilizar el agua y a clasificar los residuos. También evitamos dejar los

electrodomésticos en modo de espera. Me sorprendió muchísimo el cambio. Antes de participar en el proyecto pensaba que el medio ambiente era un tema que concernía únicamente a los gobiernos y que no tenía nada que ver conmigo. Ahora sé que todos podemos hacer algo para cambiar el mundo, poco a poco, día a día. Quiero contar mi experiencia a los demás y compartirla con los clientes de la tienda”.

Anfei You, equipo de ventas, cocinas, tienda IKEA en Beicai (Shanghai)



W Me encantó intercambiar ideas y valorar mi progreso con el grupo. Conseguí reducir en un 50% la factura de electricidad. ¡Estaba tan contenta! Al principio mi marido se mostró un poco

escéptico porque pensó que supondría mucho trabajo, pero cuando comenzamos empezó a mostrar interés. Cuando uno ve los resultados por sí mismo queda asombrado”.

Lily Shi, jefa de equipo de ventas, cocinas, tienda IKEA en Beicai (Shanghai)



W Conseguimos mucho más de lo que esperaba; algunos resultados fueron realmente sorprendentes. Redujimos considerablemente la cantidad de cosas que tirábamos; ahora lo reciclamos casi todo y hacemos

abono, y nuestra factura de electricidad es más baja. Lo más difícil fue intentar reducir el consumo de agua; con tres niños en casa, la ducha está siempre ocupada. ¡Pero sigo intentándolo! Ahora mi filosofía es: si puedes cambiar algo para mejor o elegir un producto más sostenible, ¿por qué no hacerlo?”

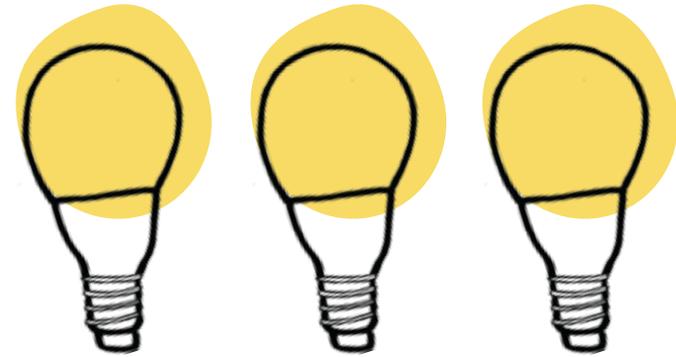
Calle Löfgren, cliente de IKEA, Suecia

Iluminamos los hogares del futuro-hoy

Iluminar nuestros hogares, ciudades y espacios de trabajo supone un gran consumo de energía (alrededor de un 20% del total de la electricidad que se consume en el mundo).

Nuestro objetivo es que la iluminación de los hogares sea más eficiente, más barata, más respetuosa con el medio ambiente, y con más posibilidades de diseño. Durante los próximos años, cambiaremos toda nuestra gama de iluminación a LED, la tecnología más avanzada. Vendemos 79,5 millones de bombillas al año, así que el cambio será significativo. Estamos tan seguros de que es la mejor opción que también estamos cambiando la iluminación de nuestros edificios.

Queremos ser los líderes del mercado en iluminación LED doméstica. Si todos los clientes de IKEA del mundo cambiaran una sola bombilla tradicional por LED se ahorraría suficiente energía como para iluminar una ciudad de 1 millón de habitantes.



¿Por qué es tan buena la iluminación LED?

- Es un 85% más eficiente que las bombillas incandescentes tradicionales.
- La media de duración de una bombilla LED es de 20 años.
- Las bombillas LED no contienen mercurio y son totalmente reciclables.
- Las bombillas LED son ya más baratas que cualquier otro tipo de bombilla teniendo en cuenta su vida útil.
- Permite crear otro tipo de lámparas con nuevos diseños.



W Desde que comencé a trabajar en IKEA, la tecnología de la iluminación ha progresado muchísimo: bombillas de bajo consumo, halógenas y, ahora, LED. Las soluciones de iluminación solían ser de 40 o 60 vatios. Ahora son solo de 4 o 9 vatios. Esa diferencia se nota muchísimo en el consumo eléctrico de los hogares. Y si todo el mundo cambiara, conseguiríamos un ahorro increíble de energía y protegeríamos más al planeta.

Comencé a trabajar con los LED hace tres años, y al principio fue un poco difícil entender esta nueva tecnología. Recuerdo al equipo rompiéndose la cabeza con el diseño de una lámpara de lectura LED. No conseguíamos que el diseño iluminara lo que queríamos. O iluminaba mucho, y resultaba muy cara, o muy poco, lo que hacía que no resultara práctica. Al final un colega propuso montar una sala de pruebas en nuestras instalaciones. La equipamos como si fuera el salón de cualquier hogar, e invitamos a la gente a sentarse en un sillón a leer una revista para que nos dieran su opinión sobre la iluminación. Les hicimos muchísimas preguntas que nos ayudaron a encontrar la solución a nuestro problema; fue realmente útil.

Uno de los productos en los que más me ha gustado trabajar es la lámpara de trabajo TISDAG, muy bonita y funcional. A mucha gente le sorprende que sea de LED; no son conscientes de lo que se puede llegar a conseguir con esa tecnología. Eso me resulta interesante, ya que creo que nadie conoce todo el potencial de la tecnología LED todavía; nos seguirá sorprendiendo su calidad y precio”.

James Futcher, responsable de desarrollo de producto, Grupo IKEA



Independencia energética y de recursos

Reducir los costes y proteger los recursos haciendo más con menos, transformando los residuos en recursos y apostando por la energía renovable

Sostenible con la ayuda del diseño

Utilizamos cientos de materiales distintos para crear buenos productos que funcionen bien, sean bonitos y cuesten menos.

Nos importa de qué están hechos y sabemos que a los clientes también. Por eso buscamos materiales que sean respetuosos con las personas y el medio ambiente. Siempre intentamos hacer más con menos. Utilizando los materiales de una forma responsable podemos ahorrar dinero y mantener los precios bajos.

No fabricamos productos “ecológicos” porque queremos que toda nuestra gama sea más sostenible. Nuestro objetivo es que para 2020 el 90% de nuestras ventas provengan de productos más sostenibles, y hemos creado nuestra propia tarjeta de puntos de sostenibilidad para evaluar el progreso. Hemos evaluado tres cuartas partes de nuestra gama y un tercio de esos productos han sido catalogados como más sostenibles. El 91% de todos los materiales que utilizamos son renovables, reciclables o reciclados.



Más con menos

La cesta KOTTEBO está hecha con hoja de palma de cocotero. Adaptamos el diseño y la forma de cortar el material. Así redujimos a la mitad la cantidad de desperdicios y el precio de compra en un 3%.



Reciclado

Las almohadas GOSA SYREN utilizan un relleno de microfibras de poliéster hecho con botellas de plástico PET recicladas.



Renovable

La mesa de comedor IKEA PS está hecha con bambú, un recurso renovable de crecimiento rápido que es más resistente que otros tipos de madera.



En IKEA, la sostenibilidad forma parte de nuestra herencia y en eso me ha acompañado desde que empecé hace 6 años. Creo que sostenibilidad y buen diseño van de la mano, y mi trabajo me permite ponerlo en práctica día a día.

Uno de los proyectos más interesantes en los que he participado ha sido el diseño de la lámpara VIDJA. Se vendía bien, pero el diseño era complicado y pensamos que podíamos mejorarlo. Nuestro objetivo: crear un producto más sostenible que fuera, además, fácil de montar.

Miramos detenidamente cómo podíamos hacer más con menos y usar procesos más eficientes y materiales diferentes. Pensamos en la sostenibilidad en todas las etapas del proceso, desde la selección de los materiales, hasta las técnicas de fabricación, empaquetado y montaje, y para ello involucramos a muchas personas, tanto proveedores como empleados. Estoy muy orgulloso del resultado; necesita menos material, es más fácil de montar y su fabricación y transporte es mucho más eficiente. Y lo mejor de todo es que pudimos rebajar el precio en un 34%.

Ahora vendemos unas 440.000 lámparas VIDJA al año. Está en muchos hogares de todo el mundo. Creo que he tenido un impacto positivo, y que he hecho algo bueno para las generaciones venideras. Pero me gustaría hacer mucho más. Sólo tenemos un planeta para compartir entre todos. Tenemos que usar los recursos de forma más responsable, reemplazarlos y reponerlos. La sostenibilidad puede ser complicada, pero si la tratamos de la forma adecuada, integrándola en el desarrollo y el diseño del producto, puede hacernos más competitivos. Creo que en eso consiste Growing IKEA Together”.

Harish Jakhar, ingeniero de productos (iluminación), Grupo IKEA

Nos encanta la madera

La madera es uno de los materiales que más usamos. Nos gusta porque es renovable, duradera, y agradable al tacto y la vista. Usamos muchos tipos de madera, como el pino, el abedul, la haya, el abeto y la acacia.

Toda la madera de los productos IKEA cumple unos estándares específicos como, por ejemplo, la prohibición de usarla si procede de talas ilegales. Colaboramos con organizaciones como WWF y Forest Stewardship Council® (FSC®) para que más madera provenga de bosques gestionados de forma responsable. Además somos uno de los mayores consumidores de madera con certificación FSC.



Datos sobre nuestra madera

- Todos nuestros proveedores de madera deben cumplir nuestros estándares forestales.
- El 7% de los bosques productores del mundo tienen certificación FSC, y queremos aumentar la cuota de bosques gestionados de forma responsable.
- Un 23% de nuestra madera está certificada FSC. Nuestro objetivo es que el 50% de nuestra madera sea certificada o reciclada en 2016.
- No aceptamos madera en nuestros productos procedente de talas ilegales.
- Colaboramos en 13 proyectos de WWF para aumentar la cantidad de madera procedente de bosques certificados.
- Desde que comenzamos a trabajar con WWF en 2002, hemos ayudado a aumentar las zonas con bosques con certificación FSC en 35 millones de hectáreas en los lugares en los que trabajamos juntos.



W *El bosque siempre ha formado parte de mi vida, tanto personal como profesional. Cuando era niño solía salir a pasear y a coger setas, estudié silvicultura en la universidad, y he trabajado como profesional en la gestión forestal durante 30 años.*

Empecé a trabajar en IKEA para poder contribuir a salvaguardar los bosques del mundo de una forma práctica. Compramos grandes cantidades de madera, y eso nos proporciona una oportunidad única de influir y mejorar la gestión de los bosques.

Estoy muy orgulloso del trabajo que hemos realizado, especialmente de nuestro papel en China, Rusia, Rumanía y Bulgaria. IKEA participó directamente en muchos proyectos que han ayudado a introducir prácticas forestales más responsables, y hemos colaborado con FSC y WWF para combatir el problema del comercio de madera proveniente de talas ilegales. Pero algunos de los proyectos más pequeños también han significado mucho para mí. Como nuestro trabajo en Kírov (Rusia), donde emprendimos un proyecto para generar nuevas fuentes de ingresos para las personas dependientes de la silvicultura. Hay tantas comunidades rurales en las que la gente no gana ni para poder vivir dignamente, que resultó muy gratificante ver cómo las personas iban consiguiendo cambios para mejorar sus condiciones de vida.

Todavía hay mucho por hacer y iestoy dispuesto a todo! Quiero hacer más cosas y más rápidamente”.

Anders Hildeman, responsable de bosques, Grupo IKEA



Better Cotton

El algodón es uno de nuestros materiales preferidos porque es suave, renovable y transpira. Sin embargo,

el cultivo del algodón puede resultar dañino para el medio ambiente y para las

personas que lo cultivan. El cultivo de algodón suele utilizar gran cantidad de agua y productos químicos y existe el riesgo de trabajo infantil en las plantaciones.

Por eso trabajamos con los agricultores para establecer estándares y prohibimos tajantemente el trabajo infantil en nuestra cadena de suministro. Junto con WWF, fuimos uno de los miembros fundadores de Better Cotton, una organización independiente que establece estándares para un cultivo más sostenible del algodón.

Trabajando juntos hemos conseguido que los agricultores hayan reducido el consumo de agua, y el uso de fertilizantes y pesticidas químicos, a la vez que aumentan sus ingresos. Y eso no es todo. A través de la Fundación IKEA hemos emprendido proyectos que mejoran las oportunidades de más de 16 millones de niños y niñas de comunidades cultivadoras de algodón y combaten las causas que originan el trabajo infantil.

¿Qué es lo mejor de Better Cotton?

- Las técnicas de Better Cotton pueden reducir de forma considerable el consumo de agua.
- Las nuevas técnicas de cultivo permiten a los agricultores reducir la cantidad de productos químicos usados, como pesticidas y fertilizantes.
- Los agricultores formados han aumentado sus ganancias (algunos en un 50%). En 2012, invertimos €1,9 millones en proyectos para un cultivo más sostenible formando a más de 100.000 agricultores.
- La mejora de los ingresos de los agricultores ha posibilitado una mejor calidad de vida para sus familias, incluso la escolarización de sus hijos.
- Una tercera parte de nuestro algodón procede de fuentes preferentes, como la de Better Cotton. Nuestro objetivo es que en 2015 el 100% de nuestro algodón cumpla los estándares de Better Cotton.



Llevo cuatro años colaborando en la iniciativa Better Cotton en Turquía. Ayudar a los agricultores, compradores y proveedores a cambiar sus prácticas no es fácil. Tengo que ver las cosas desde su punto de vista y adaptarme a cada situación.

Los agricultores tienen miedo porque no tienen grandes ganancias. No se pueden arriesgar a estropear la cosecha ni dejar que la ataque una plaga; eso pondría en peligro su única fuente de ingresos. Tengo que ayudarles a cambiar poco a poco, probando cosas en zonas pequeñas antes de aplicarlas en el resto del cultivo. Intento identificar a los agricultores más influyentes de cada zona para ayudarles a cambiar y provocar que otros les imiten.

A los compradores y proveedores les preocupa que eso suba los precios o que sea más difícil conseguir sus objetivos. Les enseñé los datos y cifras relativos a todo aquello que les preocupa.

Siempre pensé que Better Cotton era una idea fantástica, pero hasta que no visité un proyecto no me di cuenta de todo lo que se podía conseguir. Me resultó muy interesante hablar con los agricultores y comprobar cómo han mejorado sus conocimientos, su calidad de vida y su salud.

Ahora, cuando compro algo hecho de algodón más sostenible sé que se han usado menos agua y productos químicos, y que está cultivado por un agricultor que ha podido llevar al colegio a sus hijos y cuenta con protección sanitaria. Estoy orgullosa de todo lo conseguido hasta el momento y siempre me recuerdo que sin nuestra participación la vida de 100.000 agricultores y sus familias sería mucho peor”.

Aysegul Postoglu, responsable de desarrollo de negocio en la oficina de IKEA Trading sudeste de Europa, coordinadora de Better Cotton

IKEA se hace renovable

La energía es importante, pero puede ser cara y sucia. Gastamos millones de euros al año solo con la iluminación, calefacción y aire acondicionado de nuestros edificios. El uso de electricidad generada con combustibles fósiles (carbón, gas y aceite) contribuye al cambio climático.

Por eso hemos decidido hacer un cambio importante. En 2020 seremos 100% renovables, produciendo la misma cantidad de energía que la que consumamos usando fuentes renovables, como por ejemplo la eólica o la solar. Además, estamos trabajando para que nuestras instalaciones sean más eficientes y así necesitar menos energía para su funcionamiento.

Es una tarea complicada, pero vamos por buen camino. En 2012 contamos con más de 250.000 paneles solares en nuestros edificios y hemos invertido en 126 turbinas eólicas en seis países. Hemos producido tanta energía como la equivalente a un tercio de nuestro consumo total. Esa cifra supone un 51% si se añade el material bio-combustible, vendido a terceros, que hemos conseguido convirtiendo los restos de madera. Y seguimos construyendo más parques eólicos, instalando más paneles solares e invirtiendo en nuevas tecnologías. A finales de 2015 habremos invertido €1.500 millones y estaremos más cerca de nuestro objetivo.





Cuando empecé en el negocio de venta de muebles jamás imaginé que me convertiría en experto en sistemas de energía geotérmica... Pero como director de nuestra tienda en Denver ya forma parte de mi trabajo.

Mi tienda fue la primera instalación de IKEA en Norteamérica en generar su propia energía usando un sistema geotérmico, y se necesitó mucha colaboración para montarla y ponerla en funcionamiento.

La geotermia funciona con las estaciones, utilizando la temperatura de la tierra para producir calor o frío. Se inauguró en verano, cuando la refrigeración era más que necesaria, y sin ningún sistema auxiliar que pudiéramos utilizar en caso de que fallara.

Afortunadamente, una vez superados los primeros obstáculos, el sistema funcionó correctamente y prácticamente no necesita mantenimiento. Lo mejor es que lo que aprendimos sobre su funcionamiento ahora se utiliza para mejorar el diseño de los sistemas geotérmicos de las nuevas tiendas IKEA. Aprendimos cosas muy útiles para toda la organización.

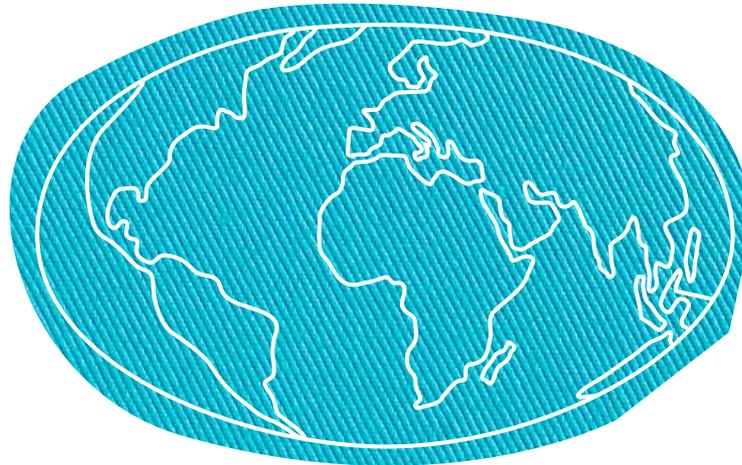
Estoy muy orgulloso y contento de que IKEA trabaje con diferentes tecnologías renovables. Ahora trabajo en nuestra tienda de Tempe (Arizona), en la que hemos instalado un sistema fotovoltaico solar, con 2.600 paneles. Es lógico que aprovechemos la gran superficie de tejado para ello; además de ser mejor para el medio ambiente, también nos ayuda a reducir nuestros costes de energía en la tienda.

Es muy importante que empresas como la nuestra tomen la iniciativa y demuestren que estas cosas funcionan si realmente queremos contribuir a solucionar retos como el cambio climático. Y está genial que los clientes sepan que se gastan su dinero en una empresa responsable y que piensa en el futuro. El trabajo extra y la inversión de tiempo y recursos siempre merecen la pena”.

Kelly Frieze, director de tienda, tienda IKEA en Tempe (Arizona)

Vamos camino de conseguir ser 100% renovables; en 2012 produjimos energía renovable equivalente a un tercio del total de energía consumida. Estos son solo algunos ejemplos en el mundo...

Los 2.600 paneles fotovoltaicos de nuestra tienda en Tempe (Arizona) reducirán las emisiones de CO₂ en unas 645 toneladas al año.



Nuestra tienda en Fukuoka-Shingu (Japón) usa la energía generada por una bomba de calor de suelo y se están instalando paneles fotovoltaicos.

Estamos instalando paneles solares en todos los DC y tiendas IKEA de China. Nos permitirá ahorrar unas 6.000 toneladas de CO₂ al año.

Nuestra tienda en Valladolid (España) tiene su propia central combinada de calor y electricidad, utiliza iluminación LED, y recircula el aire caliente para reducir la necesidad de calefacción.

Hemos invertido en un nuevo parque eólico de 30 turbinas en Suecia que estará finalizado en 2014.



Una vida mejor para personas y comunidades

Mejorar la vida de nuestros empleados y la de los empleados de nuestros proveedores, así como la de las comunidades por todo el mundo

Nuestros empleados consiguen lo que se proponen

En IKEA trabajan 139.000 personas, en 44 países. Trabajando juntos, con energía y entusiasmo, conseguimos cosas fantásticas. Queremos trabajar con los mejores profesionales y que IKEA sea un lugar agradable en el que trabajar.

Iguales, pero distintos

Compartimos los mismos valores y trabajamos en equipo. Pero en IKEA cada persona es única y queremos que cada uno sea uno mismo. Cada cliente de cada país y de cada familia vive de forma diferente. Y queremos reflejarlo dentro de IKEA. Para asegurarnos de contratar y promocionar a empleados de diferente perfil, ofrecemos al equipo directivo herramientas para gestionar la diversidad y la inclusión.

Aprendizaje continuo

Este año en nuestra encuesta anual participaron 72.000 empleados; el objetivo es conocer su opinión sobre IKEA y sobre su trabajo.

¿La sostenibilidad forma parte del trabajo?

¡Claro! En IKEA la sostenibilidad es responsabilidad de todos, desde los empleados que trabajan en la tienda y ayudan a los clientes a elegir los productos, hasta los que trabajan con los proveedores mejorando los estándares, y los diseñadores y responsables de desarrollo de productos que incluyen la sostenibilidad en el surtido; y, por supuesto, todas las personas que colaboran separando los residuos en los contenedores adecuados. Nuestros empleados conocen nuestro negocio de dentro hacia fuera. Son una fuente increíble de conocimiento. Por eso animamos a todos a participar y compartir sus ideas para que IKEA sea todavía mejor para las personas y el planeta.



El 47% de los mandos son mujeres. En 2015 queremos que sean un 50%.



Nuestro Programa de "Mochileros" permite a los empleados ganar experiencia y obtener una visión global.

El "mochilero" Kyle Binks (arriba), Atención al Cliente de IKEA Leeds (Reino Unido), viajó a Suecia a trabajar en IKEA IT Delivery.



Desde que comencé aquí hace dos años he podido ver que IKEA está llena de entusiastas a los que les gusta esforzarse y conseguir cosas. Y hemos conseguido muchas.

Gracias a los productos que ahorran energía y agua o que reducen residuos estamos consiguiendo que cada día haya más personas que puedan ahorrar tiempo y dinero, dos cosas cada vez más importantes.

También estamos progresando en los consumos de energía en nuestras operaciones; queremos usar menos y que provenga de fuentes renovables, principalmente solar, eólica y biomasa. Así conseguiremos estabilizar los costes, y evitaremos que fluctúen los precios de la energía. El año pasado produjimos la energía renovable equivalente al 34% del total de energía que consumimos, y a finales del FY12 contábamos con 250.000 paneles solares en nuestros edificios y 83 turbinas eólicas.

También es importante disponer de un suministro de madera y algodón más sostenible a largo plazo; son las dos materias primas que más utilizamos. Para aumentar la cantidad de madera y algodón disponible que cumple nuestros requisitos, entre los que se incluye la madera con certificación Forest Stewardship Council (FSC) o el algodón que se produce según la iniciativa Better Cotton, vamos directamente al origen y colaboramos en proyectos para formar a los agricultores y mejorar la gestión forestal.

Todos nuestros proveedores de madera cumplen los estándares forestales, y en FY12 un 22,6% de la madera que utilizamos provenía de bosques con certificado FSC. Más de un tercio de nuestro algodón provino de fuentes preferentes.

Nuestro objetivo es ayudar a mejorar el día a día de las personas que trabajan en las fábricas que nos abastecen y que todos nuestros proveedores de productos de decoración para el hogar cumplan nuestro código de conducta de proveedores (IWAY). Queremos continuar trabajando en esta línea en beneficio no solo de los trabajadores, sino también de los proveedores y de nuestro negocio.

También tenemos que pensar en el futuro. En 2020 muchos más clientes vendrán a visitarnos usando el transporte público o quizá compartiendo coche. Si lo conseguimos, podrán utilizar un vehículo eléctrico que funcione con energía solar para realizar las entregas a domicilio o alquilar una furgoneta eléctrica en nuestro aparcamiento. Sabrán que toda nuestras materias primas se obtienen de forma sostenible o son recicladas, y que la empresa funciona en su totalidad con energía renovable.

Podrán elegir entre una gama mayor de productos sencillos y asequibles que les permitan gestionar y producir la energía en casa, clasificar y reducir los residuos, o usar solo la cantidad necesaria de agua.

Seguiremos vendiendo sofás en los que sentarse, pero espero que provengan de una fábrica que funcione con energía solar, que se transporten en vehículos eléctricos, y que estén hechos con materiales reciclados y con algodón sostenible. Habrá una solución para reutilizar o reciclar el sofá viejo en el caso de que uno quiera cambiarlo a los 10 o 20 años.

Nuestros empleados, junto con nuestros proveedores y otros socios, harán que eso sea posible. Y, de hecho, ¡ya estamos en el camino!"

Steve Howard, director de sostenibilidad, Grupo IKEA

Las personas que hay detrás

Todos nuestros clientes deben estar satisfechos con los productos que compran. Por eso trabajamos para encontrar los mejores materiales y lo más sostenibles, y crear diseños únicos. Pero no solo importa el material o el aspecto de los productos, sino las personas que hay detrás.

Para nuestros proveedores trabajan 600.000 personas de todo el mundo. Y queremos estar seguros de que todos reciben un trato adecuado. Por eso el año 2000 lanzamos IWAY, nuestro código de conducta para proveedores. Desde entonces hemos estado trabajando con ellos para garantizar que cumplen el código y nuestras expectativas.

¿Qué hemos conseguido hasta el momento?

Que todos los proveedores implicados en la fabricación de nuestros productos comprendan IWAY y lo que significa. Cuando lo han necesitado, les hemos ofrecido ayuda. Con nuestra colaboración, desde el 2000 hemos conseguido muchas mejoras en las condiciones laborales.

Visitamos a nuestros proveedores asiduamente para comprobar que cumplen IWAY; en 2012 realizamos 1.000 auditorías. Nos pusimos como objetivo conseguir que todos los proveedores cumplieran los estándares IWAY, y la mayoría lo hicieron.

Lamentablemente, no todo el mundo está dispuesto a cambiar para mejorar. Este año dejamos de trabajar con unos 70 proveedores porque no aceptaron tener que cumplir nuestros estándares.

Queda mucho por hacer

- En China la jornada laboral es más larga que en otros países; trabajamos ese aspecto con nuestros proveedores.
- Estamos trabajando con proveedores de bienes y servicios no relacionados con los productos para garantizar el cumplimiento de los estándares del código IWAY de cara al 2015.
- Nuestros proveedores tienen su propia red de proveedores. Son responsables de comunicar IWAY a sus proveedores y les ayudamos a que lo hagan.



IWAY hace que exijamos mucho a los proveedores, y puede resultar un poco complicado para ellos al principio. Tenemos que encontrar socios adecuados, que compartan nuestros valores, y establecer relaciones a largo plazo con ellos.

Puede que requiera mucho trabajo, pero las empresas me comentan el cambio que han experimentado y cómo han mejorado su productividad, calidad y competitividad a largo plazo. La inversión y mejora de los estándares en los proveedores mejora el compromiso y la productividad de sus empleados. Nuestros proveedores están muy orgullosos de los resultados. Y yo también.

He aprendido que nuestra forma de hacer negocios también influye. Por ejemplo, un pedido grande que debe prepararse rápidamente puede ocasionar demasiadas horas extras de trabajo si no tenemos cuidado. Tenemos que ver las cosas de forma global a la hora de planificar la producción para ayudar a los proveedores a mantener una forma de trabajo más sostenible.

Cuando comencé no pensé que mi trabajo iba a ser tan complicado... Pero cuando veo los logros, como el hecho de que los trabajadores tengan su primera cuenta bancaria y un contrato legal, y el cambio que eso supone en sus vidas, me doy cuenta de que merece totalmente la pena”.

Jessica Anderen, responsable del departamento de compras de IKEA, India, Pakistán y Bangladesh

Mejorando el día a día en las comunidades

Un mejor día a día para la mayoría de las personas. Esta es nuestra visión.

Hoy, con 139.000 empleados y 690 millones de visitantes en las tiendas IKEA por todo el mundo, todavía podemos hacer mucho más para mejorar el día a día de las personas con menos recursos.

La Fundación IKEA colabora en proyectos que ofrecen oportunidades a 100 millones de niños que viven en la pobreza. En 2012 la Fundación IKEA donó €82 millones*; en 2011 fueron 65 millones. Ese trabajo puede marcar una gran diferencia, sobre todo cuando se involucran empleados y clientes.



Cada vez que un cliente compra un peluche en IKEA entre noviembre y enero, la Fundación IKEA dona 1€

a UNICEF y Save the Children para proyectos dedicados a mejorar la educación de los niños de África, Asia y Europa.

Clientes y empleados consiguieron **€12,4 millones** en 2011. Y desde 2003 las donaciones han permitido que **8 millones** de niños reciban una educación mejor.

*Estimación basada en datos de 11 meses



Estamos orgullosos de que la Fundación IKEA lleve colaborando con UNICEF más de 10 años en

proyectos para combatir el trabajo infantil en India y ofrecer un futuro mejor a los niños desfavorecidos. Hasta el momento la Fundación IKEA ha hecho posible que **3,6 millones** de niños reciban una buena educación en 18.000 colegios nuevos y ha ayudado a muchos más a mejorar su salud e higiene gracias a la instalación de retretes, lugares para lavarse las manos y agua potable.



Nuestros empleados tienen un alto conocimiento, que si lo compartimos podemos conseguir grandes cosas.

En 2012 los empleados de IKEA participaron en un proyecto con ACNUR, la agencia de refugiados de las Naciones Unidas, para mejorar la vida de los refugiados. Desde el diseño de utensilios de cocina nuevos para los refugiados de Oriente Medio y el norte de África, hasta formación para aprender a plegar las tiendas de emergencia en paquete plano y poderlas transportar más fácilmente.



Soy una de las afortunadas que visitó los proyectos que lleva a cabo UNICEF en Etiopía gracias a la campaña de "Peluches para la educación" de IKEA. A pesar de que el viaje lo realicé hace seis meses, sigo acordándome cada día.

Aprendí que 3 millones de niños en Etiopía no acaban la escuela por diversos problemas, por lo que me interesé mucho por los proyectos que pretendían mejorar el acceso a la educación, y la calidad de la enseñanza.

En los colegios que visité, los niños y las niñas eran muy respetuosos y permanecían sentados en silencio escuchando la lección. Muchos de ellos caminan hasta 8 kilómetros al día bajo el sol para llegar a la escuela; valoran muchísimo la oportunidad de aprender. También me sorprendió la dedicación de los profesores hacia su profesión y hacia los propios niños y niñas. Un profesor puede llegar a tener hasta 100 alumnos por clase. Su trabajo es complicado, pero le ponen muchas ganas. Me gustó saber que recibían apoyo por parte de UNICEF y de la campaña de peluches de IKEA.

Es muy importante que los niños y las niñas tengan acceso a una educación de calidad. A pesar de que este problema no se resolverá fácilmente, podemos conseguir muchas cosas. Quiero hacer todo lo posible para que la próxima campaña de peluches tenga todavía mejores resultados. Me gusta poder hacer algo para ayudar a la gente que conocí en Etiopía".

Anita Pap, especialista en marketing, tienda IKEA Budaors (Hungría)

Si quieres saber más, visita nuestra página web y lee el informe completo de sostenibilidad

www.IKEA.es/personasyplaneta

Será un placer conocer tu opinión sobre la sostenibilidad en IKEA.

Escríbenos a:

sustainability.report.se@ikea.com

