

La evolución a un futuro más sostenible



Índice

- 1 Carta del CEO y CSO
- 2 Sobre nuestro informe
- 3 Nuestro impacto en las personas y el planeta
- 4 Nuestra visión de la sostenibilidad
- 5 Nuestro negocio
- 6 Nuestros hogares
- 7 Nuestro planeta
- 8 Nuestra comunidad
- 9 Nuestro equipo
- 10 Tablas de indicadores

Contenidos

1. Carta del CEO y CSO

2. Sobre nuestro informe

- Alcance
- Análisis de materialidad
- Cómo contribuimos a los ODS

3. Nuestro impacto en las personas y el planeta

4. Nuestra visión de la sostenibilidad

- Transformamos el hogar, el planeta y la comunidad
- Activistas 4 Change: el impacto positivo de IKEA en primera persona
- Nuestra contribución FY23
- Más innovación en sostenibilidad

5. Nuestro negocio

- El Grupo Ingka e IKEA Ibérica
- Visión y valores de IKEA
- Así creamos el IKEA del futuro
- Las cuatro áreas estratégicas de la evolución de IKEA
- Nuestras herramientas para el buen gobierno
- IWAY, el código de conducta para proveedores
- Satisfacción del cliente: espíritu de mejora
- Nuestros mecanismos de control
- Contribución tributaria

6. Nuestros hogares

- Diseño democrático para todos los hogares
- Los tres elementos del hogar sostenible
- Mercado circular, el círculo virtuoso de los muebles
- Energía solar: soluciones para el autoconsumo inteligente

7. Nuestro planeta

- Compromiso IKEA: reducir nuestra huella de carbono
- Compromiso IKEA: una movilidad más sostenible
- Compromiso IKEA: recuperar muebles y reducir residuos
- Compromiso IKEA: embalajes con menos plástico
- Compromiso IKEA: no al desperdicio de alimentos
- Compromiso IKEA: uso responsable de los recursos

8. Nuestra comunidad

- Nuevas soluciones de vivienda: Holapueblo
- Espacios para emprendedores
- El Plan Allen para la transformación
- Implicados con la sociedad
- IKEA, con la integración laboral de los refugiados
- Reconocimientos a la acogida de refugiados de Ucrania

9. Nuestro equipo

- Un negocio sostenible gracias a las personas
- Fomentamos el bienestar
- Desarrollamos el talento y el liderazgo
- Cuidamos de la salud y seguridad

10. Tablas de indicadores

1. IKEA, pasión por el hogar. Satisfacción, quejas y reclamaciones
2. El planeta, nuestro gran hogar. Residuos y recuperación de muebles
3. Movilidad sostenible
4. Uso responsable de los recursos
5. Crecemos juntos con el equipo IKEA
6. Índice de contenidos de la Ley 11/2018
7. Informe del auditor

Nurettin Acar



Un año más, en IKEA Ibérica presentamos nuestro informe de sostenibilidad, correspondiente en esta ocasión al año fiscal 2023, que nos muestra cómo ha mejorado el impacto de nuestra actividad en el entorno y en qué punto nos encontramos en nuestro avance hacia un modelo de negocio sostenible.

Hace mucho tiempo que en IKEA enfocamos nuestra actividad hacia la producción sostenible. Ya en 1992 comenzamos a fabricar con criterios ambientales y éticos y, con la llegada del nuevo siglo, implementamos IWAY en el año 2000, un modelo de actuación que define las pautas para nuestra relación con los proveedores, mientras cuidamos de las personas y el planeta.

Nuestra visión es trabajar para lograr un mejor día a día para la mayoría de las personas y nuestro compromiso es que nuestra empresa siga evolucionando y tenga un impacto positivo en las personas y en el planeta, mientras también crece nuestro negocio. Cuidar de nuestros compañeros y crear un lugar de trabajo digno, respetado y

querido, con un impacto social positivo en toda nuestra cadena de valor. Continuar cumpliendo, en definitiva, con nuestra responsabilidad por la sostenibilidad en España, un objetivo que, en IKEA Ibérica, compartimos más de 10.000 compañeros y compañeras.

Nuestra hoja de ruta es la estrategia *People and Planet Positive*, pero queremos acelerar la evolución de IKEA, por eso, nos estamos reinventando y testamos diferentes iniciativas y proyectos piloto para adaptarnos al futuro. Hasta 2025 invertiremos 300 millones de euros en la expansión y transformación de nuestro modelo de negocio, sin perder nunca de vista nuestros pilares: la asequibilidad, la sostenibilidad, la accesibilidad y la innovación.

Sabemos que cuidar del planeta tiene que estar al alcance de todas las personas y por ello seguimos manteniendo nuestros precios reducidos. Lo conseguimos gracias a una gestión inteligente e innovadora de los volúmenes y sin comprometer la

calidad ni el uso de materiales de menor impacto. Por ello, nuestros esfuerzos se centrarán en lograr una logística más respetuosa y responsable. Y creemos que estamos en el buen camino: en FY23 hemos triplicado la cantidad de vehículos eléctricos para la última milla. Y en Madrid y Barcelona, nuestros principales mercados y a nivel nacional, ya hemos superado el 40% de los envíos con cero emisiones. Esto, a pesar de las dificultades estructurales, como las limitaciones de la movilidad eléctrica para recorrer grandes distancias y la falta de infraestructuras, como puntos de recarga de vehículos.

En este sentido, con el fin de generar las menores emisiones de CO2 y reducir distancias, hemos ampliado las capacidades de almacén de algunas de nuestras tiendas y hemos abierto un nuevo centro logístico para paquetería en Illescas, en el corazón de España. También hemos abierto nuevas tiendas, como las de Torrejón o Almería, colaborando con las comunidades locales para crear empleo, impulsar la economía y construir

Carta del CEO

con un uso de materiales respetuoso y consciente. En total, en el FY23 hemos abierto 6 tiendas de distintos formatos y 14 *Collection Points* y la tienda online sigue creciendo y ya suma el 24% de nuestras ventas.

Esta ambiciosa apuesta por la capilaridad tiene como objetivo futuro que haya un punto de contacto del cliente con IKEA a un *click* o menos de 15 minutos en coche o caminando de cualquier persona en España, para que nuestros clientes puedan comprar cuándo, dónde y cómo ellos quieran.

Sabemos que, actuando de esta manera, nuestros colaboradores están orgullosos, y son más felices y productivos, los recursos se utilizan de manera eficiente y los negocios prosperan. Por tanto, nuestros clientes también se benefician, ya que saben que todos los productos de IKEA siguen siendo asequibles, pero son producidos y transportados con responsabilidad.

Y aun así, no nos parece suficiente, y seguiremos trabajando por hacerlo aún mejor. En los grandes y en los pequeños detalles, porque todos son importantes y todos suman y porque, sí, queremos generar un impacto positivo en las personas y el planeta con horizonte 2030. En IKEA somos unos optimistas incorregibles y confiamos en el futuro de este país, y sobre todo, creemos que es un buen negocio hacer buenos los negocios.

Nurettin Acar
CEO & CSO IKEA Ibérica



Sobre nuestro informe

2

[Ir al índice](#)

Alcance

Desde diciembre de 2018, determinadas sociedades, entre las que se encuentra IKEA Ibérica, deben preparar un informe de sostenibilidad e incorporarlo al informe de gestión o a un informe separado, correspondiente al mismo ejercicio.

Esto es así porque en diciembre de 2018 entró en vigor la Ley 11/2018 por la que se modificaba el Código de Comercio. Se trata de un texto que funde la Ley de Sociedades de Capital, aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría

de Cuentas en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, Ley 11/2018). Esta sustituye al Real Decreto-Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se traspuso al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad.

En este contexto, IKEA Ibérica publica este Informe de Sostenibilidad dentro del Informe de Gestión. Los datos que refleja corresponden al año fiscal 23 (Fiscal Year 23, en adelante, FY23), que incluye

datos desde el 1 de septiembre de 2022 al 31 de agosto de 2023.

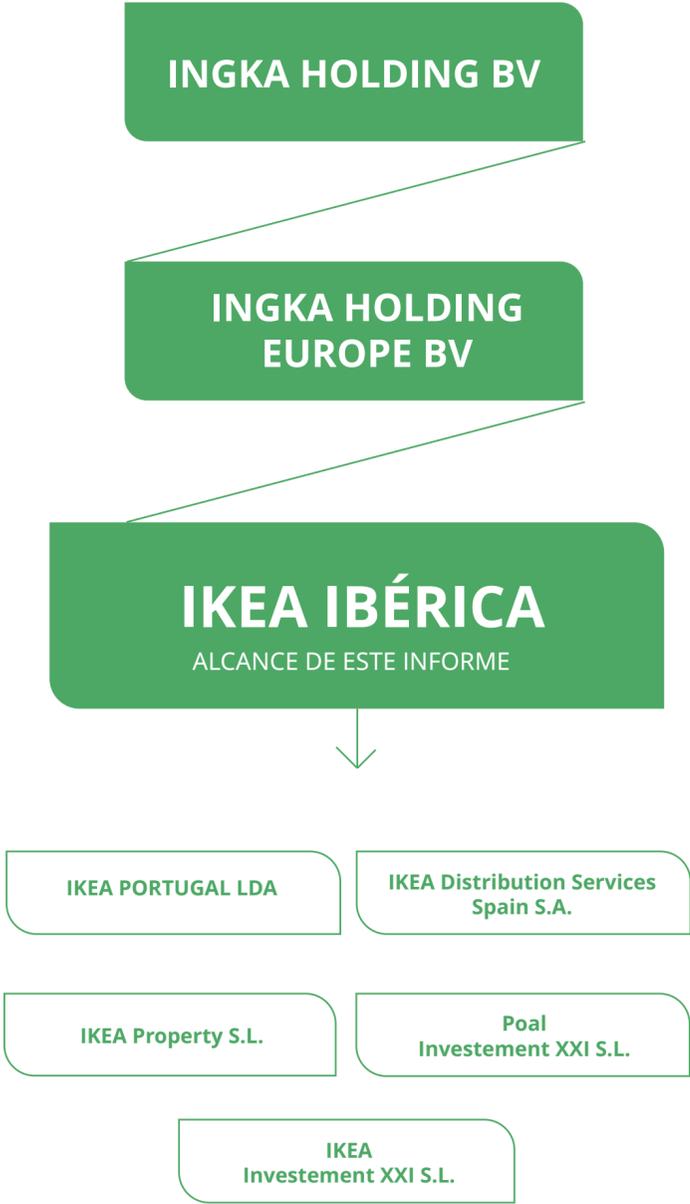
El alcance de este informe se refiere a IKEA Ibérica y corresponde al año fiscal 23 (FY23)



Sobre nuestro informe

El alcance de este informe se refiere solo a IKEA Ibérica que para elaborarlo se ha basado en los estándares del Pacto Mundial, marco internacional de reporte que se contempla en el artículo 49.6.e del Código de Comercio introducido por la Ley 11/2018 ya citada. Adicionalmente, se han definido los Estándares GRI (*Global Reporting Initiative*) seleccionados sobre la base del documento de equivalencias GRI - Principios del Pacto Mundial, que se reflejan en el índice de contenidos de la Ley 11/2018 de este Informe de Sostenibilidad.

Este documento se ha sometido a una revisión independiente por parte de KPMG, cuyo resultado se describe en el informe de revisión adjunto.



Análisis de materialidad

El análisis de materialidad nos ha permitido identificar los aspectos ambientales, sociales, éticos y de gobierno corporativo más relevantes para la compañía y también para los grupos de interés en los que tienen impacto.

Con esta información cuantitativa y cualitativa, podemos gestionar, evaluar y reportar públicamente nuestra evolución en los asuntos más relevantes para ellos.

Este proceso nos ayuda a forjar la relación de IKEA con los grupos de interés y también nos permite contar con información de calidad para adoptar decisiones que marcan nuestra relación con estos grupos.

A través de un *benchmark*, cuestionarios online, entrevistas en profundidad y focus *group*, identificamos los temas materiales y las expectativas de los principales grupos de interés de alta representatividad, así como la elección de indicadores de gestión y reporte.

Medio Ambiente	Empleados	Productos y servicios	Estrategia
<p>1. Eficiencia energética</p> <p>2. Consumo responsable materias primas</p> <p>3. Reducción del desperdicio</p>	<p>4. Seguridad, salud y bienestar en el puesto de trabajo</p> <p>5. Contratación justa y transparente</p> <p>6. Salarios y oportunidades de promoción justos</p> <p>7. Igualdad de género y no discriminación</p> <p>8. Diversidad e inclusión laboral</p> <p>9. Oportunidades de formación</p> <p>10. Conciliación vida laboral y personal</p> <p>11. Buen clima laboral</p>	<p>12. Productos seguros y de calidad</p> <p>13. Seguridad y salud en el punto de venta</p> <p>14. Medición de la satisfacción del cliente</p>	<p>15. Cumplimiento de Derechos Humanos en cadena de suministro</p>

Sobre nuestro informe

IKEA Ibérica ha detectado tres requerimientos de la ley que no son materiales para su actividad:

- 1. Medidas para preservar y restaurar la biodiversidad.** La venta (*retail*) se desarrolla básicamente en áreas urbanas y no en zonas protegidas. Además aportamos datos de Inter IKEA, pues entendemos que nuestro producto sí tiene un impacto en este ámbito.
- 2. Medidas para prevenir, reducir o reparar la contaminación atmosférica, acústica y lumínica.** La labor de IKEA Ibérica no tiene un impacto significativo en la emisión de partículas de SOx o COV, al no ser una actividad industrial. Tampoco tenemos un impacto significativo en la contaminación acústica y lumínica en las zonas donde operamos. En todo caso, siempre cumplimos con las legislaciones pertinentes a nivel local y nacional.

- 3. Tras realizar el análisis de materialidad, el consumo de materias primas ha salido como tema relevante** para nuestros grupos de interés. Por tanto, a pesar de que la actividad principal de IKEA Ibérica es la venta y no tiene alcance en la fabricación de los productos, hemos incluido información sobre cómo Inter IKEA Group, empresa encargada de la manufactura, hace uso de las diferentes materias primas.



Cómo contribuimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El Pacto Mundial es la iniciativa de la Organización de Naciones Unidas (ONU) que busca el compromiso de las empresas y el sector privado con la sostenibilidad. **En IKEA hemos integrado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la esencia de nuestro negocio a través de *People & Planet Positive***, nuestra ambición y nuestra guía para que cada una de las iniciativas que ponemos en marcha sea beneficiosa para las personas, los hogares y el planeta.



- ▶ Velamos por el empleo de calidad.
- ▶ Promovemos iniciativas alineadas con las necesidades locales, generando valor económico e impacto social positivo en el entorno.



- ▶ Ponemos en marcha actuaciones para reducir el desperdicio de alimentos en nuestras operaciones.
- ▶ Promovemos el consumo de platos de origen vegetal.



- ▶ Lanzamos novedades en nuestros productos alimentarios para disponer de una oferta más sostenible, basada en la proteína vegetal.
- ▶ Contamos con planes de promoción de la salud y fomento del bienestar para las personas que trabajan en IKEA.



- ▶ Promovemos el talento y el desarrollo de nuestros colaboradores.



- ▶ Trabajamos para la igualdad de oportunidades en toda la organización mediante formaciones, protocolos, programas y políticas redistributivas con perspectiva de género.
- ▶ Reducimos la brecha salarial entre hombres y mujeres.



- ▶ Hacemos un consumo responsable del agua.
- ▶ Ofrecemos a nuestros clientes productos para el ahorro de agua.



- ▶ Disponemos de plantas de producción de energía renovable proveniente de diferentes tecnologías, como la solar fotovoltaica, solar térmica y geotermia.
- ▶ Adoptamos medidas para reducir el consumo energético.
- ▶ Ofrecemos al cliente productos para el ahorro de energía.



- ▶ Velamos por el empleo de calidad.
- ▶ Promovemos el talento y el desarrollo de nuestros colaboradores.
- ▶ Cuidamos del bienestar y promovemos la desconexión digital de nuestros colaboradores.



- ▶ Promovemos la movilidad sostenible para reducir nuestra huella de carbono aumentando la flota de vehículos eléctricos.
- ▶ Firmamos un acuerdo para la promoción y el desarrollo de parques solares fotovoltaicos en España.



- ▶ Promovemos iniciativas alineadas con las necesidades locales, creando valor económico e impacto social positivo en el entorno.
- ▶ Trabajamos para la inclusión y la no discriminación.



- ▶ Promovemos la movilidad sostenible para reducir nuestra huella de carbono aumentando la flota de vehículos eléctricos.
- ▶ Proponemos soluciones e inspiración para llevar una vida sana y sostenible.



- ▶ Buscamos soluciones de economía circular para nuestros clientes.
- ▶ Prevenimos la generación de residuos y fomentamos la reutilización de materiales con medidas internas y medidas para clientes.
- ▶ Proponemos soluciones e inspiración para llevar a cabo una vida sostenible.
- ▶ Contamos con una sección específica de productos y consejos relacionados con la sostenibilidad



- ▶ Trabajamos para cumplir con objetivos de reducción de emisiones, aprobadas por la iniciativa *Science Based Target (SBTi)*



- ▶ Ofrecemos pescado con certificación de sostenibilidad.



- ▶ Contamos con materiales de origen sostenible: madera, algodón, lana, fibras, plástico, bambú y productos de alimentación.



- ▶ Colaboramos activamente en proyectos para la acogida y la integración laboral de refugiados de Ucrania.
- ▶ Promovemos el respeto por los derechos humanos.
- ▶ Contamos con un Código de conducta interno y para proveedores.



- ▶ Sellamos acuerdos con organizaciones para poner en marcha iniciativas que reactivan las comunidades despobladas y para recuperar ecosistemas naturales.
- ▶ Participamos en iniciativas globales para el desarrollo.



Nuestro impacto en las personas y el planeta

3

[Ir al índice](#)

Nuestro impacto en las personas y el planeta

Datos a cierre FY23

PLANETA



3,74

kilogramos de emisiones de CO2/m3 de producto vendido



PLANETA



40,23 %

entregas de última milla realizadas con vehículos cero emisiones.



PLANETA



61 %

de reducción del desperdicio alimentario



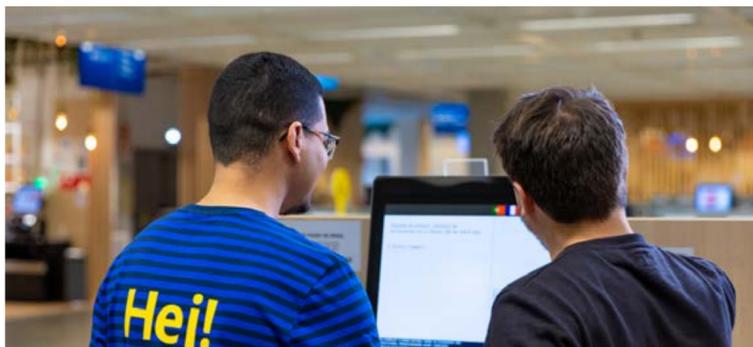
PLANETA



91,42 %

de energía consumida es de origen renovable





CLIENTES

103
puntos de contacto con el cliente.

CLIENTES

Live shopping, nuevo canal de venta digital

CLIENTES

53.010
nuevos socios de la Red IKEA para Empresas



CLIENTES

Abrimos nuevas tiendas IKEA en Torrejón y Almería

PRODUCTOS SOSTENIBLES

Más de **4.000**
productos que ayudan y facilitan vivir de una forma más sostenible en el hogar



PRODUCTOS SOSTENIBLES

36,1%
del total de las ventas son productos sostenibles



PRODUCTOS SOSTENIBLES

2.042.647
productos de segunda mano vendidos en el mercado circular



PRODUCTOS SOSTENIBLES

118.854
productos recomprados a clientes, de los cuales 71.065 los hemos vuelto a vender al mismo precio de recompra para que puedan seguir cubriendo las necesidades de otro hogar

COMUNIDAD

Holapueblo:
llevamos 51 familias a 34 localidades de la España despoblada

COMUNIDAD

214.655
euros donados a entidades del tercer sector

COMUNIDAD

768.094
euros de inversión en proyectos de impacto social en FY23

COLABORADORES



Contamos con

10.016

PERSONAS

que trabajan en IKEA Ibérica



COLABORADORES



Más del

90%

de la plantilla con contrato indefinido

COLABORADORES



Disponemos ya de nuestro III Plan de Igualdad



COLABORADORES



El

59%

de nuestra plantilla son mujeres. Son el 49 % de nuestros managers.



COLABORADORES



Apoyamos durante la crisis energética con un plan para ayudar a nuestros equipos y familiares con las facturas de gas y luz a pasar un invierno sin frío



COLABORADORES



Regulamos la desconexión digital



Nuestra visión de la sostenibilidad

4



[Ir al índice](#)

Nuestra visión de la sostenibilidad

Sin la sostenibilidad no se puede entender ni el modelo de negocio ni el valor que IKEA aporta a la sociedad. Nuestro compromiso se concreta en la estrategia *People & Planet Positive*, que recoge las ambiciones y objetivos en materia de sostenibilidad que queremos poner en marcha de aquí a 2030.

Nuestra estrategia está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Nuestras actuaciones se centran en las personas, en los hogares, en la comunidad y en el planeta.

Nos hemos propuesto 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 regeneración del medio ambiente.

Debemos transformar nuestra manera de trabajar para llegar a ser circulares y no solo utilizar, sino también regenerar los recursos. Para nosotros, no importa solo lo que hacemos sino también cómo lo hacemos.



“Queremos que la sostenibilidad llegue a todos los hogares de manera asequible. Esta es nuestra apuesta”

Laura Durán

Directora General de Desarrollo de Negocio y Sostenibilidad

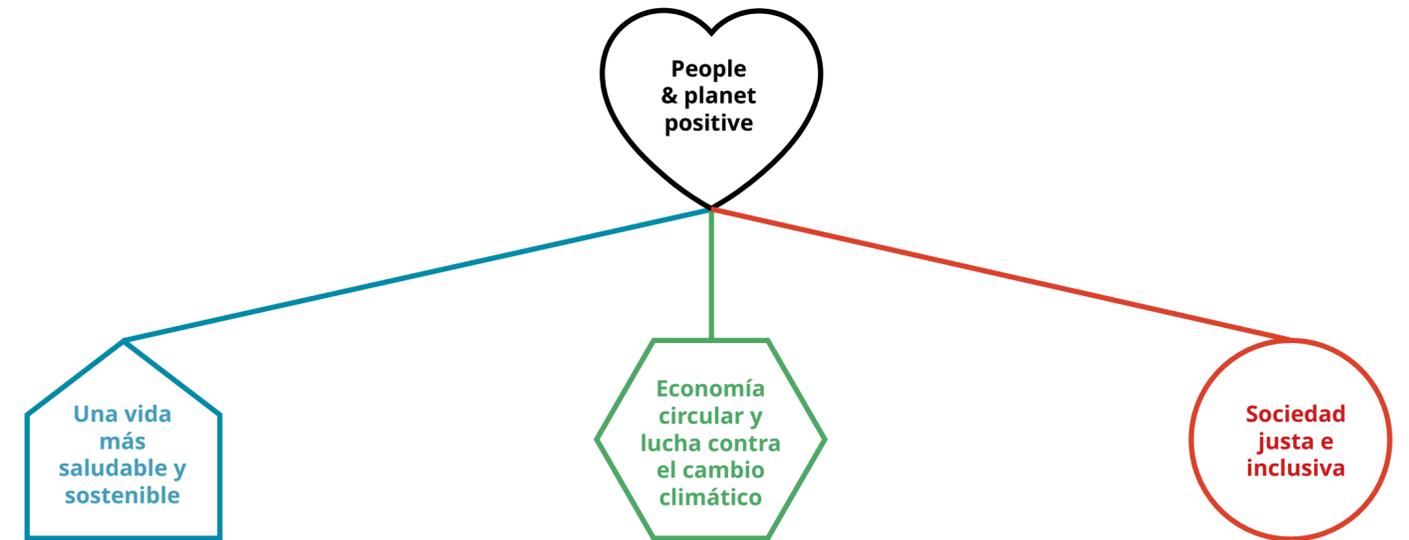


Los ejes de People & Planet Positive

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.

Además, 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.

Desde esta perspectiva afrontamos tres grandes retos: el cambio climático, el consumo insostenible y la desigualdad. Y para ello nos fijamos tres ejes que nos sirven de guía:



1. 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 ese motivo, procuramos ofrecer muebles, productos de alimentación, soluciones y servicios más sostenibles, que ayuden a las personas a tener un estilo de vida más saludable, así como promover un consumo más circular y sostenible, creando un movimiento en la sociedad para cumplir con nuestra visión de ofrecer un mejor día a día para la mayoría.

2.- Economía circular y lucha contra el cambio climático. 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 la emisión de gases de efecto invernadero en términos absolutos con independencia de nuestro crecimiento empresarial.

3.- Sociedad justa e inclusiva. Defendemos abiertamente la igualdad de género y los derechos y oportunidades de las personas mayores, racializadas, LGTBI+ y con algún tipo de discapacidad. Además, gracias a nuestra presencia global, podemos brindar oportunidades a las personas migrantes, refugiadas 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.

Transformamos el hogar, el planeta y la comunidad

Nuestro papel es ser un catalizador para hacer negocios al tiempo que hacemos buenos negocios, lo que significa que realmente unimos la sostenibilidad con el propósito empresarial. La sostenibilidad y el rendimiento de la empresa pueden ir muy bien de la mano. Y en IKEA apostamos por ello.

Impacto positivo en el hogar

Ayudamos a cada hogar a transformarse en un espacio más sostenible. Lo logramos gracias a nuestra amplia variedad de productos y soluciones que impulsan el ahorro y el consumo racional de recursos, como la energía o el agua. Queremos que nuestros productos e innovaciones estén al alcance de todos mediante el cumplimiento de 5 claves que conforman el diseño democrático: sostenibilidad, precio bajo, diseño, calidad y funcionalidad.

Ayudamos a nuestros clientes a vivir de forma más sostenible con soluciones innovadoras.

Impacto positivo en el planeta

Exploramos todas las opciones para integrar el diseño circular en nuestros productos. Lo hacemos ayudando a las personas a dar un nuevo valor a sus bienes mediante su reparación o su recompra. Nos hemos propuesto una meta concreta: lograr el 80 % de reducción de emisiones en términos absolutos en nuestras operaciones, teniendo como punto de partida 2016. Así conseguiremos generar un impacto positivo en el clima para el año 2030.

Actualmente un tercio de nuestra energía se produce de for-

ma sostenible. Y para 2030 nuestro objetivo es que todos nuestros artículos sean 100 % circulares. Hay varios ejemplos muy representativos como que hemos dejado de vender pilas de un solo uso, por lo que en IKEA solo se pueden comprar pilas recargables y estamos vendiendo iluminación LED para reducir el consumo de electricidad.

Impacto positivo en la comunidad

Para 2030, nuestra ambición es tener un impacto social positivo para toda nuestra cadena de valor. Nos enfrentamos al desafío creciente de la desigualdad en nuestro país y especialmente en el colectivo de jóvenes y creemos que podemos generar impacto social a través de nuestro negocio, facilitando su acceso a la vivienda y al empleo.



Activistas4Change: el impacto positivo de IKEA en primera persona

Queremos ser transparentes, dar a conocer nuestro impacto y todo lo que hacemos para mejorar la vida de las personas y su entorno en distintos lugares del mundo. Con el proyecto Activistas4Change, ofrecemos una oportunidad única a los colaboradores de IKEA Ibérica para que sean testigos de ello. Durante 3 años facilitaremos que 200 colaboradores puedan vivir esta experiencia.

Definimos los contenidos y experiencias clave que queremos que vivan y organizamos esas visitas con nuestros corresponsales locales y proveedores. Seleccionamos a los colaboradores en función de su motivación, compromiso, curiosidad y energía para involucrarse en proyectos de impacto positivo y los acompañamos en esta experiencia.

Este año, un total de 50 activistas han podido ver cómo trabajamos. Algunos han conocido cómo reducimos el consumo de agua en la fabricación de alfombras en la India, cómo logramos mejorar las condiciones laborales para las mujeres en zonas rurales que

acceden a mejores oportunidades para su desarrollo económico y social.

Otros viajaron por España y Portugal, conociendo nuestros programas de aprovechamiento de la madera certificada para nuestros muebles visitando los bosques que cuentan con la certificación *Forest Stewardship Council* (FSC). También fueron testigos de los efectos de nuestra contribución para recuperar los humedales del Parque Natural de Doñana, así como para reforestar áreas incendiadas, mediante una aportación de 3 millones de euros.

En otros de los viajes, pudieron comprobar *in situ* cómo trabajamos de manera circular en la fabricación de nuestros productos con proveedores en Holanda y la importancia de darle una segunda vida a los materiales. Y finalmente otro grupo de colaboradores pudo visitar junto con la Fundación IKEA dos proyectos que se realizan en Bangalore con parte de nuestros beneficios, con el objetivo de mejorar la vida de las personas más vulnerables a nivel global.



Contar lo que han visto

Una vez vuelven de los viajes la experiencia continúa. Los Activistas4Change relatan lo que han vivido, sentido, aprendido y experimentado en estos lugares donde trabajamos por una vida más sostenible y respetuosa con las personas, para darlo a conocer entre otros colaboradores de IKEA en España e incluso clientes, familiares y amigos.

Son portavoces creíbles y confiables para el resto de las personas, a quienes explican de manera sencilla, cercana y veraz todo lo que han aprendido en los distintos lugares que han visitado. Se convierten en auténticos portavoces y son parte activa de un plan de comunicación y *engagement* que transmite cómo es el impacto de IKEA en su entorno.

Con este programa y todas las personas involucradas, hemos incrementado el *engagement* de sostenibilidad al crecer un +330 % en el número de activistas entre los colaboradores

y colaboradoras de IKEA y a nivel comunicación ha sido el programa con mayor número de publicaciones e impactos convirtiéndose en *trending topic* en nuestra red interna. Además, a nivel externo hemos tenido dos impactos (en medios especializados de *retail* y RRHH) y un alcance mayor a 25.000 con la campaña en LinkedIn.

Nuestra visión de la sostenibilidad

Nuestra contribución FY23

Queremos que IKEA Ibérica sea una empresa sostenible y viable a largo plazo en términos de negocio. Nuestra apuesta por la sostenibilidad crea valor añadido a la compañía, a nuestros clientes y al planeta.

Para lograrlo, impulsamos nuestra transformación con diversas inversiones para mejorar la sostenibilidad y la eficiencia de nuestro sistema logístico. Nuestra visión es ser rentables, estar junto a nuestros clientes con soluciones adaptadas y reducir nuestro impacto en el entorno.

Para que el compromiso de IKEA Ibérica sea una realidad, medimos la contribución de la sostenibilidad al negocio mediante una serie de indicadores anuales. Estos son los datos de FY23 en relación con los ejercicios anteriores:



	Logro FY23	Objetivo FY23	Logro FY22	Logro FY21
Cuota de ventas People & Planet Positive (1)	36,1 %	34,5 %	33,2 %	33,3 %
Huella climática (2)	3.828,4	4.843	5.318	5.323
Impacto Social (3)	2.265	2.000	n.a.	n.a.
Zero Waste (4)	2.882	2.256	n.a.	n.a.
Change Makers (5)	1.073	350	n.a.	n.a.
Zero Emission Delivery (6)	40,23 %	40 %	18,55 %	n.a.

(1) % de ventas de surtido de productos que ayudan a vivir de manera más sostenible vs. el total del surtido IKEA.

(2) Método de cálculo propio del Grupo Ingka. Incluye la huella generada por el consumo de energía, refrigerantes, generación de residuos o consumo de agua. El valor está expresado en unidades de dióxido de carbono equivalente o CO₂e.

(3) Número de beneficiarios de las acciones de impacto en la comunidad.

(4) Cantidad de residuo no reciclado que se reporte como residuo que va a vertedero, incineración, no valorizables o "external sorting". El varlo está expresado en toneladas.

(5) Número de personas (colaboradores y clientes) que han participado en las iniciativas de impacto social.

(6) % de las entregas de última milla realizadas con vehículos cero emisiones con respecto al total de las entregas. Nota: sólo entregas en camión.

Nuestra visión de la sostenibilidad

Más innovación en sostenibilidad

En IKEA también innovamos para ofrecer productos y soluciones que ayuden a llevar una vida más sostenible en los hogares, con el foco en las personas y en el planeta.



Darles más vida a los productos

Ponemos a disposición de los clientes productos modulares, multifuncionales y otros que complementan al producto principal, así como ideas y consejos para que los productos de IKEA alarguen su vida útil. Además, disponemos de un servicio de tornillería y despiece para poder reparar el producto antes de que se convierta en residuo, esto supone una apuesta clara por la economía circular.



Facilitamos soluciones que te ayudan a ahorrar

Facilitamos soluciones que te ayudan a ahorrar. En el hogar se puede ser más eficiente y aumentar el ahorro energético y de recursos naturales, reduciendo a su vez el impacto en el planeta.

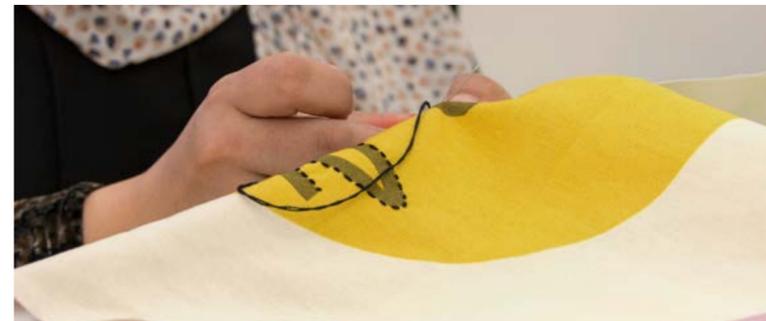
- Contamos con más de 450 productos que te ayudan a ahorrar en energía, agua, reducir y reciclar residuos: Bombillas LED, grifos, recipientes de comida, etc.



Avanzamos en materiales

Cuidamos el origen de los materiales que utilizamos en nuestros productos y su impacto. Contamos con gran variedad de productos que son reciclados, reciclables y/o renovables.

60 % de nuestros productos elaborados con materiales reciclados o renovables. Visión: el 100 % en 2030.



Fomentamos el emprendimiento social

Vendemos productos con un impacto positivo en colectivos vulnerables.

- Cojín MANDELPIL, bordado por mujeres artesanas de la Jordan River Foundation.



Mercado Circular

Trabajamos en nuevas líneas de negocio para dar una segunda vida a nuestros productos.



Promovemos las energías renovables

Con Home Solar nuestros clientes cuentan con las herramientas necesarias para avanzar en el autoconsumo energético.

Nuestro negocio

5

[Ir al índice](#)

Nuestro negocio

El Grupo Ingka e IKEA Ibérica

El Grupo Ingka

Los inicios de IKEA se remontan a 1943, cuando Ingvar Kamprad fundó la empresa. Los primeros pasos que dio fueron como un negocio de venta por catálogo en la ciudad sueca de Älmhult.

Hoy, IKEA es una marca global de productos para el hogar que aporta asequibilidad, diseño y comodidad a personas de todo el mundo.

También opera en centros comerciales, Ingka Centres, y posee una división de inversión, Ingka Investments. Inter IKEA es el franquiciador que se encarga del desarrollo de la marca y de garantizar su implementación en todos los mercados.

IKEA Ibérica pertenece al Grupo Ingka –anteriormente conocido como Grupo IKEA–, cuyo principal negocio es IKEA Retail, la franquicia más grande del “mundo IKEA”, con 422 tiendas en 50 mercados.



1943

— Ingvar Kamprad fundó IKEA con 17 años. Vendía productos como bolígrafos, carteras y marcos de fotos.



1951

— Ingvar crea el catálogo IKEA para vender muebles de calidad a precios asequibles y llegar a todas las áreas de Suecia.



1953

— Primera exposición de IKEA en un antiguo taller de Älmhult para que los clientes pudieran probar los artículos antes de pedirlos.



1956

— Nace la idea de ofrecer paquetes planos y montaje a cargo del cliente, después de quitarle las patas a la mesa LÖVET.



1970

— Expansión de IKEA en diferentes países del mundo. Nacen clásicos como la librería Billy o la mecedora Poang.



1996

— Primera tienda IKEA en la Península.

El Grupo Ingka en el mundo

- 📍 Alemania
- 📍 Australia
- 📍 Austria
- 📍 Bélgica
- 📍 Canadá
- 📍 China

- 📍 Corea del Sur
- 📍 Croacia
- 📍 Dinamarca
- 📍 Eslovaquia
- 📍 España
- 📍 Estados Unidos

- 📍 Finlandia
- 📍 Francia
- 📍 Hungría
- 📍 India
- 📍 Irlanda
- 📍 Italia

- 📍 Japón
- 📍 Noruega
- 📍 Países Bajos
- 📍 Polonia
- 📍 Portugal
- 📍 Reino Unido

- 📍 República Checa
- 📍 Rumanía
- 📍 Serbia
- 📍 Suecia
- 📍 Suiza

Nuestro negocio

IKEA Ibérica

Hace 27 años, por primera vez IKEA Ibérica abre una tienda en la Península. Aunque compartimos la estrategia del Grupo Ingka, nuestra matriz, nos adaptamos a la realidad del mercado, del entorno en el que operamos.



Nos hemos planteado tres desafíos:

1 *Affordability*
Un IKEA más asequible
para seguir asegurando unos precios que la mayoría de las personas se puedan permitir.

2 *Accesibility*
Un IKEA más accesible
para llegar a muchas más personas, facilitar al máximo el proceso de compra y hacer que la visita a la tienda física y online sea toda una experiencia.

3 *Sustainability*
Impacto positivo para las personas, la sociedad y el planeta
Dentro de la sostenibilidad, se han fijado tres desafíos principales: el cambio climático, el consumo insostenible y la desigualdad.



Visión y valores de IKEA



Nuestra visión.

Crear un mejor día a día para la mayoría de las personas. Queremos tener un impacto positivo en todo el mundo, desde las comunidades de las que proceden nuestras materias primas hasta la forma en que nuestros productos ayudan a los clientes a vivir de manera más sostenible.



Nuestros valores.

Nuestros valores reflejan lo que consideramos importante. Nos guían en nuestra vida diaria en el trabajo, desde cómo tratamos a las personas y al planeta hasta cómo tomamos decisiones, grandes o pequeñas.



Así creamos el IKEA del futuro

Queremos un futuro más sostenible y un negocio que siga siendo relevante en el futuro. Por eso, en IKEA estamos dando pasos para anticiparnos a las necesidades de los clientes y colaboradores y para crear juntos el IKEA del futuro.



¿Por qué evolucionamos?

En IKEA contamos con una fórmula de éxito probado. Pero tenemos la necesidad de evolucionar para que el cliente esté siempre en el centro de todo lo que hacemos.

Estamos transformando el negocio para ser más asequibles, más accesibles y más sostenibles.



¿Cómo nos transformamos?

Nos guían el trabajo en equipo, la creatividad y la visión de futuro.

El departamento de *Business Development and Transformation* (BDT) es el encargado de acelerar dicha transformación e impulsar aún más el desarrollo del negocio, a través de cuatro áreas estratégicas: Expansión, Sostenibilidad, Transformación e Innovación.



¿Qué valor aportaremos?

En IKEA queremos crecer, pero solo siendo sostenibles.

Creamos proyectos innovadores para que nuestra actividad, nuestras tiendas y canales tengan un impacto positivo en las personas y en el planeta.

Las áreas estratégicas de la evolución de IKEA

Estas cuatro áreas son clave para cambiar la manera en la que hacemos las cosas, favoreciendo el encuentro con el cliente, reforzando la imagen de marca, cuestionando lo establecido y buscando cada día cómo ser más

eficientes, más accesibles, más sostenibles y asequibles, y en general, cómo hacer mejor las cosas, para satisfacer más y más las necesidades de nuestros clientes.

El futuro de IKEA pasa por poner al cliente en el centro de todo lo que hacemos, adaptándonos a sus nuevos hábitos de consumo, y siendo accesibles cuándo y dónde quiera.



EXPANSIÓN

- Queremos ser **más accesibles** y estar más cerca de todos los españoles.
- Abrimos **nuevos puntos de contacto** con el cliente.
- Creamos **nuevos formatos de tiendas y soluciones** para adaptarnos a la **realidad de cada cliente**, con el foco en la omnicanalidad.



TRANSFORMACIÓN

- En un mundo tan cambiante, **cuestionamos constantemente nuestra forma de hacer las cosas** para seguir siendo relevantes en el futuro.
- **Analizamos nuestra organización** y cada proceso con el objetivo de impulsar pequeños y grandes cambios **que mejoren** nuestro encuentro con cliente y nuestra eficiencia. **Evolucionamos la compañía de forma transversal.**



SOSTENIBILIDAD

- Trabajamos para que la actividad de IKEA Ibérica tenga un **impacto positivo en las personas y en el planeta.**
- Ofrecemos **soluciones** a nuestros clientes **para ahorrar y para una vida más sostenible.**



INNOVACIÓN

- **Miramos a largo plazo para dibujar el IKEA Ibérica del futuro**, adaptándonos a las nuevas tendencias de consumo.
- **Apostamos por la creatividad** para que IKEA Ibérica crezca de forma inteligente aportando soluciones a las nuevas necesidades del cliente.
- **Colaboramos para ser visionarios e innovar** en nuestro sector, a través de la digitalización y la automatización.

Nuestro negocio

Ciente: creamos una mejor experiencia

Buscamos soluciones que nos permitan evolucionar hacia la omnicanalidad, más servicios online y a distancia, para estar más cerca de los clientes físicos y digitales. Nos hemos propuesto ofrecer una experiencia ágil, excelente y flexible en todos los canales.

IKEA se expande en España ampliando la omnicanalidad:

- **5 formatos de puntos de contacto con el cliente** y venta físicos y digitales
- **103 localizaciones** distintas
- **16 tiendas** tradicionales
- **2 puntos de contacto con el cliente de nuevo formato**
- **6 tiendas urbanas**
- **2 Pop-Up Store** o tiendas temporales
- **40 espacios de planificación**
- **35 puntos de recogida** de mercancía
- **2 unidades logísticas**

Nuevas experiencias en ventas

Adaptamos los canales de venta a las necesidades de cada cliente en distintos momentos.



Venta en tiendas



Venta online



Venta por teléfono



Venta por chat

Nuevos servicios para nuevas necesidades

En IKEA Ibérica buscamos nuevas fórmulas para adaptarnos a nuestros clientes. Creamos nuevos servicios y mejoramos nuestra oferta pensando en los nuevos perfiles de consumidores y en las empresas y nos centramos al 100 % en sus necesidades. Estos son algunos de los servicios más destacados en el FY23:

1. Servicios de financiación

Queremos ayudar a nuestros clientes a hacer realidad sus sueños. En IKEA Ibérica estamos a su lado y les apoyamos en sus proyectos desde 2006, cuando pusimos en marcha nuestro servicio de financiación y nuestra tarjeta IKEA Visa, que les permite pagar en cuotas todos los artículos que IKEA pone a su alcance, con comodidad.

Hemos ampliado nuestros servicios de financiación. Ofrecemos financiación hasta 18 meses sin intereses y, actualmente, la tarjeta IKEA Visa permite realizar compras a plazos por importe de hasta 3.000 euros. También contamos con una línea de crédito para compras de hasta 30.000 euros.

Al cierre del ejercicio, 692.418 clientes han financiado sus proyectos para hacerlos realidad

Desde abril de 2023, los clientes también tienen a su disposición un servicio de financiación exclusivo para compras online. Y para las empresas, contamos con opciones de financiación específicas para sus necesidades, que permite pagar en cuotas o aplazar las compras a 30 y a 60 días. Puede acceder cualquier empresa, sin importar su tamaño.

Todos estos servicios se pueden contratar desde los hogares o las oficinas de nuestros clientes a través de IKEA.com. También están disponibles en los diferentes puntos de contacto en todas las tiendas IKEA.

2. Servicios de diseño de interiores

Tanto para los hogares como para las empresas, en IKEA hemos ideado dos tipos de servicios que cuentan con el asesoramiento de un equipo especializado en diseño de interiores. En el primero, se ofrecen soluciones funcionales, ideas personalizadas e inspiración para las necesidades de cada espacio. Y en el segundo, estas soluciones se entregan detalladas en planos de distribución con medidas, iluminación e imágenes virtuales de 3D. A estos servicios se puede acceder tanto en las tiendas físicas como en la tienda virtual.

Las empresas pueden ser más sostenibles con nuestras soluciones: el 40 % de todos los diseños que hacemos son para negocios

Nuestro negocio

Para atender las necesidades de nuestros clientes y ayudarles a ahorrar tiempo, ponemos a su disposición distintos canales de atención a distancia:

3. Chat, teléfono o cita virtual

- **Planificaciones virtuales vía chat**, para una mayor comodidad y agilidad.
- **Venta en remoto.** Servicio donde el cliente puede concretar la venta por teléfono, chat o con una cita virtual con nuestros planificadores.

Queremos seguir mejorando la accesibilidad y la calidad de los servicios para todos nuestros clientes. Seguiremos trabajando en la escalera de precios y desarrollando servicios nuevos para cubrir sus expectativas.

Durante el FY23 hemos mejorado el precio de entrega de la paquetería a la puerta y las tarifas de *Click & Collect*.

4. 'IKEA en directo', el *live shopping* para la venta digital

Para estar en vivo junto a nuestros clientes, *Live Shopping* cumple su primer año de funcionamiento. Es un canal online accesible, que integra contenido informativo con ideas de compra en encuentros bimensuales a lo largo de todo el año. Con "IKEA en directo", los clientes pueden conectarse a este canal a través de la web. Allí encontrarán eventos se retransmiten de forma simultánea en Facebook y YouTube.

Los usuarios pueden interactuar con los presentadores y resolver dudas en directo a través del chat bidireccional. También conocen nuevos usos o ideas para sus hogares a través de un espacio pensado para disfrutar de la decoración y la vida en el hogar.

Cada evento está orientado a una temática: orden, exterior, alimentación, etc. y ofrece una experiencia virtual similar a la que puede experimentar en nuestras tiendas físicas.

Hemos seguido celebrando eventos fuera de nuestras tiendas: en 2023 hemos transmitido nuestras novedades e ideas en tiempo real. Con *Live Shopping* e "IKEA en directo", nos acercamos a nuevos segmentos de clientes y nos adaptamos a los hábitos de compra de las nuevas generaciones, un punto de encuentro online con toda la cercanía de la experiencia física.



5. Nueva Red IKEA para Empresas

Nos aliamos con las empresas y negocios para ofrecer ventajas exclusivas a sus empleados y clientes. La Red IKEA Empresas permite acceder a ofertas, servicios y otros beneficios adaptados a las necesidades de cada compañía.

Beneficios para el equipo

Descuentos en diferentes marcas y sectores: gimnasios, viajes, seguros, etc.

Servicio completo de interiorismo a un precio especial.

Ofertas exclusivas y rewarding para miembros de la red

Café gratis de lunes a viernes en los restaurantes de las tiendas.

Cita gratuita con un especialista en ventas para empresas. A través de videoconferencia, se buscan las soluciones adaptadas a las necesidades del espacio.



“Queremos contarles a los clientes cómo elaboramos los productos de forma sostenible, el ‘value for money’, que construye el valor en la oferta de IKEA”

María Bahamonde

Directora de Relaciones con los Clientes

Expansión: omnicanalidad para estar más cerca

En IKEA Ibérica vamos a invertir 300 millones de euros en nuestro plan de expansión y crecimiento hasta 2025, con una fuerte apuesta por la omnicanalidad. Y trabajaremos para evolucionar hacia una logística más ágil y sostenible para mejorar nuestro modelo de negocio y su impacto en el planeta.

Queremos estar más cerca de nuestros clientes gracias a los distintos formatos de tiendas. Nuestro objetivo es lograr que haya un punto IKEA a menos de 15 minutos andando o en coche de cualquier persona.

Nuestro plan de expansión a nivel mundial tiene a Madrid y a Barcelona como ciudades estratégicas para innovar en nuestra apuesta por la omnicanalidad.

Más cerca del cliente con cinco tipos de puntos de contacto

Actualmente, IKEA cuenta en España con 103 puntos de contacto y venta en cinco formatos diferentes.

Estamos abriendo centros físicos que coexisten con lo digital, porque queremos que el cliente viva una experiencia única con nosotros.

En IKEA crecemos con nuevos puntos de contacto, pero siendo más conscientes del impacto que tenemos en el entorno, en la comunidad y en el planeta. Queremos aprovechar cada nueva apertura para ser más eficientes y para sentar las bases del IKEA del futuro.



2 tiendas temporales en el C.C. Nervión (Sevilla) y en el C.C. Xanadú (Madrid).



“En la planificación de la apertura de un nuevo punto de contacto cuidamos todos los aspectos: los materiales, la ejecución, el ahorro energético, y también la parte social, como la generación de puestos de trabajo y las oportunidades de crecimiento para nuestros colaboradores”

María José Martorell
Directora de Expansión

La tienda de Almería, modelo de tienda sostenible

La apertura de Almería el 5 de julio de 2023 nos permite contar con un modelo que es un referente desde su construcción. Hemos cuidado el uso de los materiales y su origen, el diseño y la propia ejecución de las obras para ser más eficientes. Gracias a ello, hemos consolidado importantes avances en materia de sostenibilidad.

También hemos reforzado los criterios de diversidad e inclusión en los procesos de selección. Y hemos trabajado con las autoridades locales y con la comunidad para conocer sus necesidades y tener un impacto positivo.

En la tienda de Almería, así como en Torrejón de Ardoz, hemos integrado estos criterios desde el comienzo. La sostenibilidad no es una pieza del puzzle que se añade al final de los proyectos, está en su esencia, desde el origen de todos los proyectos de expansión y nuevas tiendas.



Transformación: nos adaptamos a los cambios

El mundo cambia e IKEA cambia: La clave del éxito de IKEA ha sido siempre nuestro espíritu emprendedor y el intentar estar siempre al lado del cliente.

Hoy en día el mundo está cambiando, la manera de comprar del cliente ha cambiado, y todo a una velocidad increíble. En IKEA queremos utilizar todo nuestro conocimiento y experiencia para anticiparnos a las nuevas necesidades de los clientes y de los hogares españoles y así seguir siendo relevantes.

Nuestro objetivo es transformar el IKEA de hoy y prepararnos para el futuro. ¿Qué tecnología necesitamos? ¿Podemos mejorar nuestros procesos? ¿Estamos organizados de la mejor manera para adaptarnos al cambio? ¿Cómo acompañamos los cambios? ¿Cómo aseguramos que nuestros equipos están preparados para el futuro?, etc. En resumen, queremos asegurar en todo momento el encuentro con el cliente. Y para ello tenemos que modificar la manera en la que hacemos las cosas. La simplicidad y la tecnología son fundamentales a medida que avanzamos en la estandarización y la digitalización.

El nuevo *Remote Customer Meeting Point*

Un buen ejemplo de este proceso de Transformación que afecta de manera transversal a toda la compañía es el nuevo *Remote Customer Meeting Point*. Nuestro objetivo era transformar completamente todo lo relativo a la atención al cliente, ser más accesibles y mejorar su experiencia y la de nuestros equipos.

Hemos impulsado la evolución inteligente de nuestros centros de atención al cliente. En los últimos tres años hemos revisado todo lo que hacíamos y como lo hacíamos, hemos ideado e implementado nuevas políticas y herramientas de autoservicio para colaboradores y clientes, hemos invertido en formación y en conocimiento. Y hemos creado un punto de encuentro con el cliente a distancia.

Ahora somos más accesibles. Hemos dado un paso más en cuanto a omnicanalidad y damos soporte a todos los clientes de nuestro país, a través de diferentes canales, teléfono, chat, y

redes sociales...ayudándoles a comprar y a planificar en remoto. Todo ello, con el objetivo de ofrecer una experiencia excelente.



- **800 colaboradores trabajando en remoto**
- **Más de 2 millones de clientes contactan con nosotros**
- **54 millones de euros en facturación**
- **Happy Customer Score:** la satisfacción llega al 80 %
- **Colaboradores felices:** la satisfacción alcanza el 82 %

Los avances

Estamos actualizando todos nuestros departamentos para prepararnos para el IKEA Ibérica del futuro:

- **Hemos transformado el área de *Facilities*** (Mantenimiento de los edificios), para ser más eficientes y garantizar el mejor servicio a todas las unidades y a nuestros clientes.
- **Renovamos el área de *People&Culture*** para dotarlo de nuevas herramientas de apoyo a nuestros colaboradores.
- **Revisión de todo el sistema de *Fulfillment*** (aprovisionamiento y entrega a clientes de las mercancías) para asegurar que las herramientas y los procesos responden a las necesidades demandadas por los clientes.



Nuestro negocio

Mejora continua en IKEA Ibérica

Además de los grandes procesos transversales de Transformación, contamos con una cultura de mejora de procesos basada en la filosofía “aprender haciendo”, y para ello tenemos al equipo de *Process Improvement* (mejora de procesos) que nos permite optimizar nuestro negocio e impulsar su desarrollo. Incrementar la eficiencia y la calidad supone un cambio de mentalidad y de cultura que se consolida con pequeñas actuaciones y proyectos.

VISIÓN: Mejorar la sostenibilidad financiera del negocio a través de la eficiencia y la mejora en tiendas y en las distintas funciones.

Creemos que no hay mejora sin formación. El equipo de *Process Improvement* ha formado a 350 personas para la mejora de los procesos.

Así mejoramos en IKEA

- 24 proyectos puestos en marcha entre 2020 y 2023
- De ellos, 14 ya se han implementado, 8 están en proceso y 2 han sido desestimados
- 9.746.000 euros ahorrados gracias a pensar cómo mejorar IKEA

Caso de éxito: FTR- First Time Right

Elimina los errores en el proceso de creación de la orden de venta y en la fase de entrega de mercancía al cliente.



Caso de éxito: E2E Kitchen

Elimina los errores en el proceso de venta de una cocina, desde la creación de la orden a la instalación en el hogar.



Innovación: pensamos el IKEA del futuro

Queremos seguir siendo líderes de la vida en el hogar y desde el área de Innovación, buscamos nuevos modelos de negocio que garanticen que el encuentro con el cliente y el negocio de IKEA en general es más resiliente y relevante.

Impulsamos el espíritu de mejora, la creatividad y el trabajo colaborativo para mejorar nuestra oferta de productos y servicios, tanto en el diseño y la decoración del hogar como en las nuevas ofertas. Estos son nuestros principios:

1 CLIENTE

Nos ponemos en sus zapatos, queremos saber **cuáles son sus necesidades actuales**, qué problemas o retos afronta en su vida diaria, en el hogar, y qué podemos hacer en IKEA para ayudarle en su día a día.



2 ENTORNO

Tenemos curiosidad y queremos entender cuáles son las principales tendencias del mercado, quiénes son nuestros competidores, dónde hay ideas innovadoras y escuchar las propuestas de nuestros colaboradores.



3 CULTURA IKEA

Nuestros valores funcionan como una brújula: nos orientan en la toma de decisiones y en las nuevas líneas de negocio.



Nuestro negocio

Nuestras herramientas para el buen gobierno

Gestión de riesgos

En IKEA Ibérica realizamos procesos de detección y análisis de riesgos de forma periódica para transformar la compañía y adaptarnos a las nuevas expectativas del cliente. Queremos estar mejor preparados para afrontar los cambios que pueden impactar en los activos de nuestro negocio. Para ello, cada cierto tiempo actualizamos nuestro plan de resiliencia.



Categorías de riesgo con las que trabajamos en IKEA Ibérica

- **Riesgos estratégicos.** Como riesgos reputacionales, de gobierno corporativo, cumplimiento legal. También incluimos los riesgos que no están necesariamente relacionados con nuestro negocio, pero que pueden constituir una amenaza para el mismo: riesgos de naturaleza socioeconómica, tensiones geopolíticas o los relacionados con la ciberseguridad, entre otros.
- **Riesgos relacionados con el cambio climático y sostenibilidad.**
- **Riesgos operacionales.** Estos están relacionados directamente con nuestra actividad empresarial. Mapeamos los riesgos que detectamos en nuestras operaciones diarias para avanzar en nuestra mejora continua y ser más eficientes.
- **Riesgos para la seguridad** de nuestros clientes y colaboradores.
- **Riesgos relacionados con la conducta.** Contamos con nuestro Código de conducta para controlar la ética en los negocios y el conflicto de interés, evitando posibles situaciones de anticorrupción y soborno.
- **Riesgos en la seguridad de la información y protección de datos.** Cuidamos los datos personales y la privacidad de las personas.
- **Riesgos de sostenibilidad.** Son los relacionados con el impacto ambiental y los derechos humanos, así como con la manera de IKEA de hacer negocios de forma responsable. Apostamos por IWAY, el cumplimiento del código de conducta en nuestra cadena de suministro.
- **Riesgos laborales y su prevención.**
- **Riesgos de seguridad y calidad de producto.**
- **Riesgos en el entorno digital.**

Formación para la prevención de riesgos digitales

La digitalización y la ciberseguridad siguen siendo piezas muy importantes para el buen desarrollo del negocio. Los procesos digitales han traído consigo una aceptación consciente de determinados riesgos como consecuencia de favorecer la digitalización y seguir apoyando el proceso de transformación digital. La amenaza de sufrir un ciberataque es cada día más alta, siendo un riesgo crítico para cualquier organización, incluida la nuestra. El riesgo de ciberataque está recogido en nuestro modelo de resiliencia.

Realizamos formaciones y nos entrenamos, con ejercicios prácticos y simulaciones para estar preparados en caso de que nos afecte una crisis causada por un ataque cibernético.

La estructura de cumplimiento ofrece soporte a todas las áreas de la compañía, trabajando de forma transversal con todas ellas para identificar proactivamente las amenazas y estableciendo los planes de acción necesarios para contribuir a la consecución de los objetivos de negocio de forma transparente, responsable, eficiente y sin riesgos para la organización.

Nuestro negocio

Respeto a los derechos humanos

IKEA Ibérica dispone de una línea anónima telefónica, Trust Line. Es un canal que puede utilizar cualquier empleado para informar sobre conductas negativas que haya observado en algún compañero, mando o proveedor externo que opere en la tienda. Garantizamos la total confidencialidad de los hechos que se comunican y, si procede, la empresa se compromete a realizar una investigación al respecto.

En IKEA Ibérica estamos firmemente comprometidos con la erradicación de la discriminación, el trabajo infantil y forzoso. Este compromiso se refleja claramente en el Código de conducta. En él, se establece que todas las personas que trabajan tienen derecho a ser tratados de una forma justa y a tener las mismas oportunidades, independientemente de su edad, sexo, orientación sexual, capacidad física, etnia, raza, nacionalidad, religión o cualquier otro aspecto de su identidad.

El número de denuncias en materia de derechos humanos y corrupción ha sido 0 en FY23

El código de conducta de proveedores (IWAY) exige a todas las personas y empresas que colaboran con IKEA que cuenten con una rutina documentada. De esta forma, evitamos que se produzcan situaciones de trabajo forzoso y de trabajo infantil.

Respetamos el derecho de negociación colectiva. Por ello, en IKEA Ibérica entablamos un diálogo social constructivo y positivo con las organizaciones sindicales. También apoyamos el derecho de libre asociación de nuestros empleados y la negociación colectiva que se realiza con los representantes de los trabajadores elegidos democráticamente y con sus organizaciones sindicales.



Tolerancia cero con la corrupción

En IKEA Ibérica tenemos la ambición de llevar a cabo nuestro negocio de una forma honesta, abierta y ética. Nos regimos por la política anticorrupción global y tenemos tolerancia cero con cualquier tipo de corrupción porque contradice el objeto de hacer negocio y, además perjudica la confianza que nuestros colaboradores, proveedores, clientes y grupos de interés tienen en IKEA.

Cuando un empleado inicia su relación laboral con IKEA Ibérica, recibe información sobre la política anticorrupción, al igual que los proveedores y los contratistas.

Cada año reforzamos los principios del código de conducta mediante ejemplos prácticos. De este modo, nos aseguramos de que nuestro equipo comprende lo que significa el lastre de la corrupción y cuáles son las situaciones que conllevan mayor riesgo.

Contamos con un procedimiento de autorización de gastos que define los límites de la responsabilidad del empleado. Por ejemplo, la persona que se encarga de aprobar el gasto es siempre diferente a quien realiza la solicitud: ofrecemos el principio básico de segregación de funciones y el principio de los cuatro ojos.

El Manual de Prevención de Riesgos Penales, recoge expresamente los principios generales de comportamiento que se deben adoptar en IKEA Ibérica. Expresamos tolerancia cero hacia el fraude y el cohecho, así como hacia las posibles

ventajas, favores u omisiones que se consideran ilegales, inmorales o un abuso de confianza.

Ninguna persona que actúe en nombre de IKEA Ibérica o que tenga relación –incluidos proveedores y contratistas– puede, directa o indirectamente, solicitar, ofrecer, pagar, aceptar o recibir sobornos, ni llevar a cabo prácticas corruptas.

Hemos adecuado nuestro canal de denuncias. Según lo establecido en la directiva de la UE sobre protección del denunciante, no solo las personas que trabajan en IKEA, sino también los proveedores, subcontratistas, contratistas externos pueden denunciar, de forma anónima, cualquier vulneración de derechos o de normativa que detecten en el marco de la relación contractual con IKEA.

Del mismo modo, ningún colaborador de IKEA Ibérica puede solicitar, proporcionar o aceptar regalos ni muestras de hospitalidad de o hacia ningún proveedor ni terceros. Si se diera el caso, aquello que se llega a recibir es donado a entidades beneficiarias de mecenazgo con las que colaboramos habitualmente.

Contamos con un amplio catálogo de **formaciones** obligatorias para toda la plantilla, por ejemplo, en prevención de riesgos penales. Este taller transcribe el mapa de riesgos penales de la compañía, expone de forma gráfica aquellas situaciones de riesgo que podrían ser constitutivas de delito y facilita las pautas de comportamiento para evitar la materialización de estos riesgos.

Nuestro negocio

Asimismo, existe otra formación llamada ABC (Anti Bribery and Corruption), enfocada a aquellas posiciones que están expuestas a un mayor riesgo, como consecuencia de las funciones que realizan.

Todos los años actualizamos la **política de cumplimiento** de la empresa, que se comunica junto con el **plan anual de cumplimiento**, que es el soporte donde recogemos los principales riesgos que podrían ser constitutivos de delito, así como los principales controles y principios generales de comportamiento que se deben seguir para evitarlos.

Nuestra **política de compras** garantiza un proceso transparente en la contratación de proveedores, garantizando la objetividad durante todo el proceso. Con estas actuaciones queremos evitar cualquier conflicto de intereses que pudiera existir en el acuerdo.

Antes de cualquier negociación con un proveedor, le comunicamos la manera de pactar con IKEA Ibérica. En esta información se incluye el código de conducta para proveedores (IWAY), que deben aceptar expresamente.

Tenemos procesos específicos para gestionar una contratación con la Administración (*due diligence*), asegurando la asistencia de al menos dos personas a cualquier reunión con un funcionario público o una empresa privada. Además, el contenido de la reunión se recoge en un acta.

En IKEA Ibérica todos los pagos y cobros a proveedores o entre compañías del grupo se realizan vía transferencia. En tienda, como medida de control, todas nuestras cajas están configuradas técnicamente para no aceptar pagos en metálico por importes superiores al límite legal establecido.



IWAY, el código de conducta para proveedores

En IKEA queremos desarrollar relaciones a largo plazo con proveedores que comparten nuestra visión. Por este motivo hemos desarrollado IWAY, que es la manera de IKEA de adquirir responsablemente Productos, Servicios, Materiales y Componentes.

Para garantizarlo, contamos con el estándar **IWAY, el código de conducta para proveedores**. En él se incluyen los requerimientos mínimos que deben cumplir sobre medio ambiente, condiciones sociales, laborales y requisitos que van más allá del cumplimiento mínimo y que definen pasos adicionales para prácticas más sostenibles.

Son el reflejo de nuestro compromiso con los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Derechos Humanos y Empresas (UNGP) y se basan en los Diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Al desarrollar los requisitos, también tomamos como guía las Metas de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (SDG) y la Declaración del Centenario de la OIT para el Futuro del Trabajo.

IWAY es el código de IKEA para adquirir de forma responsable productos, servicios, materiales y componentes

Nuestro enfoque de auditoría

Estamos comprometidos a mitigar el riesgo de los proveedores del Grupo Ingka. Una de las formas clave en la que mitigamos el riesgo la realización de auditorías para evaluar el cumplimiento de Código IWAY. También a través de información e integrando IWAY en conversaciones con los proveedores.

Se asigna calificación de riesgo crítico, alto, medio o bajo a los proveedores evaluados. Usamos datos internos y externos para evaluar riesgos, basados en la ubicación, el tipo de actividad o sector y las características individuales del negocio que dirigen. Nuestros proveedores son responsables de comunicar e implementar donde fuera necesario en su cadena de valor los requisitos IWAY.

Durante el proceso de selección de nuevos proveedores, realizamos una Evaluación Inicial IWAY según criterios de riesgo. Una vez que comenzamos a trabajar con un nuevo proveedor, continuamos monitorizando su nivel de riesgo de manera continua

- **12 procesos de verificación IWAY en FY23**
- **0 incumplimientos relevantes detectados**

Nuestro negocio



Se apoyan en rutinas efectivas y diálogo abierto



El negocio se realiza de manera legal y con integridad



Se protege a los niños y se promueven las oportunidades de aprendizaje y la vida familiar



Se respetan los derechos laborales fundamentales



El personal tiene tiempo de descanso, se les paga de manera responsable y se les brinda oportunidades de desarrollo

Los principios y requisitos *IWAY* se basan en estándares reconocidos internacionalmente



Se protege la salud y seguridad del trabajador



Las condiciones de trabajo y de vida son las adecuadas



Se protege el planeta



Se gestionan los recursos, incluido el agua y los residuos, de manera sostenible y circular



Bienestar animal

Aquí puedes saber más acerca de **IWAY online**

Nuestro negocio

Satisfacción del cliente:

La satisfacción de los clientes es fundamental para el buen desempeño de nuestra actividad.

IKEA Ibérica pone a disposición de los clientes varias vías de contacto para la gestión de incidencias, dudas o reclamaciones:

- **Tiendas:** en horario de apertura en el área de Atención al cliente.
- **Teléfono gratuito:** (900 400 922) **Horario** de 8 a 22 h de lunes a sábado y de 10 a 20 h los domingos y festivos, excepto el 1 y 6 de enero, el 1 de mayo y el 25 de diciembre.
- **Redes sociales:** Facebook, Twitter, Instagram.
- **Chat:** Canal disponible para atender incidencias. Soluciones de autogestión 24/7 para determinada tipología de dudas o incidencias.
- **Gestionamos 518.622 incidencias**

Preguntas frecuentes.

La web de IKEA Ibérica ofrece un apartado de preguntas frecuentes sobre las cuestiones más demandadas: servicios, devoluciones, tiendas IKEA, Småland, pedidos y puntos de recogida, envíos y entregas, IKEA para Empresas, cómo planificar tu visita, ayuda para iluminación inteligente, pago, compra online, IKEA Family, preguntas sobre la web, entre otras cuestiones relevantes para el cliente.

Reclamaciones

Interpuestas por los clientes, ya sea a través de hojas de reclamación internas u oficiales, de burofax o requerimientos de organismos públicos. Ofrecemos a los clientes diferentes canales para que puedan hacernos llegar sus hojas o comunicaciones de reclamación.

Incidencias

Comunicaciones y notificaciones que los clientes quieren hacer y que no llegan a convertirse en quejas y/o reclamaciones, normalmente porque son de poca entidad y las solucionamos rápidamente con el cliente. En FY23 gestionamos 518.622.

Las principales incidencias que recibimos están referidas a:

- Proceso de compra
- Transporte y servicios
- Atención al cliente
- Cambios de opinión
- Calidad

Procedimientos sancionadores

Procedimientos incoados por la Administración pública competente y notificados por ellas directamente a IKEA. Pueden deberse a incumplimientos en materia de consumo, reclamaciones que se han gestionado de manera incorrecta en opinión de la Administración u otros.

2 procedimientos en FY23

Demandas

Procedimientos judiciales que se resuelven ante la Administración de Justicia (los juzgados y los tribunales).

No incluimos como demanda las notificaciones de abogados que informan del inicio de acciones legales (estas cuentan como quejas y reclamaciones), sino las que efectivamente ya han llegado a los juzgados y tribunales.

6 demandas en FY23

Control de calidad, salud y seguridad

En IKEA aseguramos que cumplimos las rutinas de seguimiento de los casos de calidad mediante la herramienta iControl. A su vez, mediante el uso de interfaces de visualización, hemos facilitado la búsqueda de información relativa a los productos a la hora de tomar decisiones:

- Cantidad de devoluciones, share respecto a la venta
- Reportes en Casy para buscar situaciones similares (*Store Quality Reports*)

Por otra parte, el Grupo Ingka cuenta también con un sistema muy riguroso que permite garantizar la seguridad y la salud

de los consumidores. El sistema define los requisitos de cada artículo, los verifica y hace seguimiento de los estándares durante el desarrollo y la mejora del producto. Estos controles de calidad tan rigurosos hacen que cada producto cumpla con la legislación vigente en los países donde IKEA está presente, superando las expectativas del cliente.



Registramos 11.128 quejas en FY23, una cifra menor a las 21.409 quejas que se presentaron en FY22

Nuestro negocio

Nuestros mecanismos de control

Respeto a los derechos humanos

1. Alerta de seguridad.

Sistema interno de comunicación que consiste en la emisión de mensajes sobre productos que, por sus características, podrían causar algún daño al consumidor. Debe procederse a ello si un producto o alimento IKEA representa:

- Un efecto negativo en la salud.
- Una lesión o reacción alérgica aguda.
- Un daño significativo para la propiedad.
- Si hay un riesgo inmediato de cualquiera de los anteriores.
- Si existe una desviación de los alimentos de IKEA.

También se requiere una Alerta de Seguridad si existe confirmación o sospecha de incumplimiento de una norma de seguridad del producto o de una regulación vinculante del producto; si hay contactos o revisiones de autoridades, ONG de medios y similares en términos de seguridad del producto; si hay un posible impacto negativo en la marca IKEA.

2. Recall.

Acción que se realiza cuando un producto supone un peligro real para las personas o el medio ambiente. Su misión es advertir a los clientes y aconsejarles que devuelvan el producto a IKEA. Para obtener información sobre los retiros en curso y anteriores, se puede visitar la web de IKEA en España (www.IKEA.es)



Nuestro negocio



Contribución tributaria

El beneficio total antes de impuestos se ha obtenido en su totalidad en la Península Ibérica y asciende a 188.509.481,00 millones de euros. El total de impuestos sobre beneficios ascendió a 37.361.000,00 euros en FY23.

105 millones de euros en impuestos propios, incluidos el impuesto de sociedades, el impuesto sobre bienes inmuebles, el impuesto sobre actividades empresariales, los impuestos ambientales y las contribuciones a la seguridad social de las empresas.

350 millones de euros en impuestos recaudados, incluyendo retenciones a cuenta del IRPF, así como cotizaciones a la seguridad social de los empleados e impuestos sobre el consumo.

Datos de FY23	FY23	FY22 (€)	FY21 (€)
Resultados antes de impuestos	188.509.481 €	123.000.000,00 €	110.302.932,90 €
Total impuestos sobre beneficios	37.361.000 €	99.426.571,45* €	
Impuestos propios	105.000.000 €	161.000.000,00 €	71.363.854,68 €
Impuestos recaudados	378.000.000 €	361.000.000,00 €	330.482.634,62 €
Contribución tributaria TOTAL satisfecha	483.000.000 €	522.000.000,00 €	401.846.489,30 €
Subvenciones públicas recibidas	87.863,93 €	73.000,00 €	85.358,45 €

* Incluye 55,7 millones en pagos en actas de inspección

Nuestros Hogares 6



[Ir al índice](#)

Nuestros hogares

El hogar es una zona de confort, donde encontramos seguridad y protección. **Es nuestro territorio y el corazón de IKEA.** Creemos que llevar una vida sana y sostenible debe ser fácil y asequible para todas las personas. Podemos ayudar a nuestros clientes ahorrando en sus hogares y además a ser más sostenibles.



“La economía circular es una oportunidad para reducir residuos y ser más sostenibles. En IKEA recuperamos las devoluciones y los productos con pequeñas taras para darles una segunda vida”

Carlos Cocheteux
Director de Ventas



Diseño democrático para todos los hogares

La apuesta de IKEA por el diseño democrático sirve de inspiración para la creación de soluciones para todos. Nos aseguramos de que nuestros nuevos lanzamientos cumplan con los 5 puntos que definen nuestra idea de diseño democrático.



Forma

Aportamos creatividad, bienestar y valor a cada rincón del hogar.

Calidad

Utilizamos materiales resistentes, flexibles y durables.



Precio asequible

Diseñamos productos con precios asequibles para la mayoría.

Sostenibilidad

Diseñamos productos con materias primas y procesos sostenibles.



Función

Elaboramos soluciones funcionales para el día a día que ayudan a ahorrar.

En IKEA contamos con más de 4.000 productos y soluciones que ayudan a los clientes a ahorrar y llevar una vida más sostenible.

Nuestros hogares

Los tres elementos de un hogar sostenible

Nuestro principal objetivo es **ayudar a las personas a facilitar una vida más sostenible en sus hogares y a transformarlos para hacer de ellos un mejor lugar para vivir**. Y lo hacemos en tres vías de actuación:

Además, más allá de ofrecer productos para una vida más sostenible, compartimos conocimientos y fomentamos el consumo consciente para promover estilos de vida sostenibles y de menor impacto ambiental.

En nuestro servicio de diseño e interiorismo, ofrecemos consejos y recomendaciones claves para ayudar a nuestros clientes vivir de manera más sostenible. Ofrecemos ideas e inspiración a nuestros clientes para que adopten hábitos de vida sostenibles y respetuosos con el entorno en nuestros puntos de contacto y también a través de nuestra web, canales digitales, redes sociales y *newsletters*.

Y desde enero hasta final de agosto de 2023, los colaboradores cuentan con un 30 % de descuento en más de 2.000 productos dirigidos al ahorro energético, de agua, evitar el desperdicio de alimentos, clasificación de residuos, así como una selección de productos de alimentación sueca que se han producido con un menor impacto ambiental.

El origen de nuestros materiales

1



2

Los productos para una vida más sostenible



3

El impulso de la circularidad



“Reciclar debe ser fácil: diseñamos soluciones para espacios pequeños, que se adaptan a las características de los distintos tipos de hogar”

Almudena Cano

Directora creativa de Diseño e Interiorismo

Nuestros hogares

1. El origen de nuestros materiales

En IKEA buscamos continuamente materiales duraderos, naturales y que contribuyan a crear un mundo más saludable y sostenible. Uno de los materiales que más utilizamos en IKEA es la madera.

Trabajamos a diario para ofrecer soluciones para hogares sostenibles con calidad y transparencia. Por ello, contamos con una web donde se recogen los principales datos sobre la obtención y uso de la madera (*Wood sourcing and forest management statistics*, en [IKEA.com](https://www.ikea.com)).

Madera

Nos encanta la madera porque es un material renovable y natural que dura generaciones, pero no la queremos a cualquier precio. Para nosotros, es indispensable obtenerla de forma responsable: buscamos el cumplimiento de los estándares más elevados del sector para una gestión forestal responsable. La madera que usamos está certificada por el Forest Stewardship Council® y también procede de fuentes recicladas. Es algo que

también le pedimos a nuestros proveedores; sin embargo, cuando nos asociamos con un nuevo proveedor o debido a imprevistos en el suministro, habrá un pequeño porcentaje de madera que no proceda de estas fuentes.

Algodón

En IKEA hemos puesto en marcha la *Better Cotton Initiative* junto a WWF y otros socios. Se trata del programa de sostenibilidad del algodón más grande del mundo y nos permite ayudar a las comunidades algodoneras a sobrevivir y prosperar, mientras protegemos y restauramos el medio ambiente. Con esta iniciativa, conseguimos métodos agrícolas más eficientes, ya que los productores de algodón reciben capacitación en técnicas agrícolas sostenibles que utilizan menos agua, fertilizantes químicos y pesticidas, al mismo tiempo que reducen costos y aumentan las ganancias de los agricultores. Este es un trabajo a largo plazo y, en ocasiones, resulta desafiante. Sin embargo, creemos que es importante ser parte de un cambio global dentro de la industria del algodón y trabajar en mejoras en toda la cadena de suministro.

Lana

La lana es un material duradero, renovable, biodegradable y reciclable. Por eso, para 2025 nos hemos propuesto conseguir que toda la lana que usamos en nuestros productos sea obtenida de forma totalmente responsable. Actualmente garantizamos que parte de la cadena de valor de la lana cumpla el Estándar de Lana Responsable (RWS), que garantiza el trato respetuoso a las ovejas y la gestión responsable de la tierra en la que se crían. Por ejemplo, la lana de las ovejas de Nueva



“Nuestros clientes saben que cuando compran en IKEA, ese producto está elaborado con materiales sostenibles y respetando el trabajo de las personas. Eso marca la diferencia”

Laurent Tiersen
Director Comercial

Nuestros hogares

Zelanda se envía a la India para transformarla en bonitas alfombras antes de terminar en una tienda IKEA.

Fibras naturales

Si hablamos de fibras naturales, como el jacinto de agua, el corcho, las fibras de banano, o el ratán, en IKEA hemos aumentado su uso. Como la mayor parte de su producción no es industrial, colaboramos estrechamente con tejedores y artesanos en Vietnam, Indonesia y China, entre otros países.

Restos y reciclaje

Avanzamos en el uso de materiales, como madera, plástico, papel o metal, que proceden de restos y del reciclaje. Los restos son el material sobrante de otra producción, mientras que los materiales reciclados proceden de la reutilización del material de productos antiguos.

Plástico

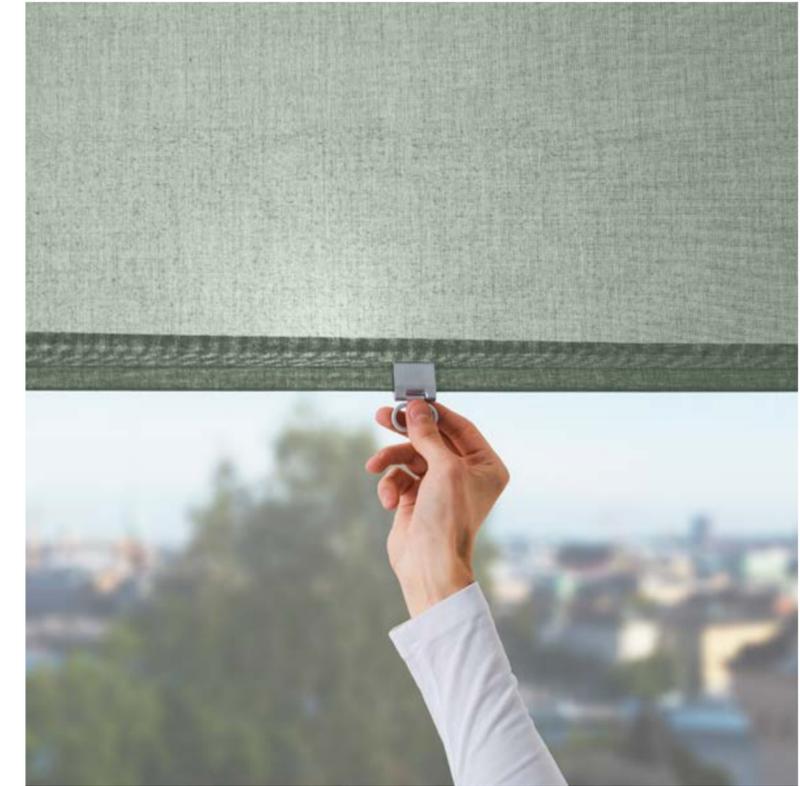
Nuestra meta es que todo el plástico que usemos proceda de materiales renovables o reciclados. Para empezar, estamos sustituyendo el plástico de un solo uso y utilizando diferentes tipos de plástico sostenible en más productos. Hemos logrado que cerca de un tercio de nuestros artículos de plástico provenga de fuentes renovables o recicladas. Como el PET, el PE y el PP son tres de los plásticos que más utilizamos en IKEA, hemos fijado una serie de requisitos sobre el uso de químicos y otras sustancias en su fabricación, teniendo en cuenta aspectos sanitarios y el impacto medioambiental. Así, muchas de nuestras grandes familias de productos de plástico ya están fabricadas con una gran cantidad de plástico reciclado como,

por ejemplo, la familia para accesorios de baño GODMORGON o la familia para la separación de residuos HÅLLBAR.

Bambú

Es una de las plantas que ha experimentado un rápido crecimiento. El bambú es duradero, resistente, estable y muy sostenible. En IKEA utilizamos principalmente la parte inferior y la central de la planta para fabricar nuestros productos. Y utilizamos las láminas en los paneles de accesorios y muebles. Dada su resistencia, los elementos estructurales y los tablonos también pueden ser delgados, por lo que podemos utilizar menos material por producto que con otros materiales, se ahorran recursos naturales y se pueden reducir los costes de transporte.

Seguimos avanzando en la reducción del uso de plástico en envoltorios: en las sábanas, ahora utilizamos cartón.



Nuestros hogares

2. Alimentos: calidad, sabor y sostenibilidad

Mantenemos el compromiso de obtener materias primas sostenibles que cumplen los requisitos que exige el bienestar animal, con estándares ambientales y sociales, e incluso solicitamos certificaciones de terceros, cuando es relevante. Casi la mitad de la gama alimentaria fue adquirida a Inter IKEA.

Además, acercamos los sabores de la cocina sueca con alimentos sostenibles en cuatro espacios: el restaurante, el IKEA Café, Bistro y la Tienda de Alimentación Sueca. Cada vez son más los clientes que vienen a nuestras tiendas para comer o para adquirir nuestros productos de alimentación.



“Nuestra gama tiene nuevas versiones: las albóndigas y perritos vegetarianos, productos sin gluten, orgánicos y procedentes de pesca responsable o de agricultura ecológica”

Andreas Flygare
Director de IKEA Food

En FY23 hemos seguido ofreciendo más opciones vegetales: perritos calientes y albóndigas de proteína vegetal. Y también tenemos a la venta la carne picada vegetal. Hemos ampliado nuestro surtido de productos “plant-based” con:



Albóndigas vegetales y salmón certificado. Usamos recetas más sostenibles para nuestros platos principales.



Bocados de pescado empanado. La tienda sueca cuenta con este producto certificado por MSC (*Marine Stewardship Council*).

Ingredientes y materia prima sostenible

Pescados y mariscos

Para no contribuir al agotamiento de la población de peces, Inter IKEA ha acordado abastecerse únicamente de pescado certificado por *Aquaculture Stewardship Council* y *Marine Stewardship Council*. La cadena de custodia está verificada en todas nuestras tiendas.

Soja

Inter IKEA apoya el desarrollo de soja sostenible y forma parte a nivel global de la «*Round Table on Responsible Soy Association*». Toda la soja que se emplea para alimentar al salmón está certificada como sostenible. Y en las cadenas de suministro de soja en las que no se ha podido mapear al completo los riesgos, se compran créditos de soja RTRS para uso propio.

Cacao, café y té

La sostenibilidad también es la nota común si hablamos de cacao, café o té. Tanto en nuestras tabletas de chocolate marca IKEA como en las galletas y pasteles de la gama KAFFEREP, tanto el cacao como el café son 100 % UTZ, es decir, de cultivo sostenible. En el caso del té, el 100 % se elabora siguiendo las certificaciones de sostenibilidad reconocidas.

Aceite de palma

El 100 % del aceite de las velas y el 99 % del aceite en los productos alimenticios del surtido global de IKEA está certificado con el sello *Roundtable on Sustainable Palm Oil*. Este certificado garantiza las condiciones relacionadas con la deforestación, el desarrollo y los derechos humanos de los cultivos de aceite de palma.

3. Productos para una vida más sostenible

En IKEA contamos con una oferta de más de 4.000 artículos que ayudan a nuestros clientes a vivir de una manera más sostenible. Les ofrecemos información y consejos a través de una sección específica en nuestra web dedicada a potenciar un estilo de vida más sostenible en los hogares españoles.

Esta es la oferta con la que contamos de acuerdo con los propósitos de sostenibilidad de los hogares:

Propósito 1: ahorro de energía

Ayudamos a nuestros clientes a ahorrar el consumo de energía y a mitigar su impacto ambiental gracias a productos muy diversos. Desde las bombillas de bajo consumo a lámparas con regulación de iluminación, pasando por soluciones de iluminación inteligente con control de un único mando.

Nuestros textiles, como cortinas o alfombras, también ayudan a aislar los hogares y a reducir el consumo de calefacción. Son parte de las soluciones que ofrece IKEA para ahorrar energía.

Propósito 2: ahorro de agua

Tanto en el baño como en la cocina, IKEA cuenta con dispositivos para ahorrar agua: cabezales de ducha que reducen el consumo de agua sin cambiar la presión o grifos ayudan a ahorrar hasta un 50 %. Por ejemplo, la boquilla para grifo ÅBÄCKEN puede ahorrar hasta un 95 % de agua en el modo chorro y hasta un 66 % en el modo espray en comparación los grifos de lavabo estándar.

Propósito 3: reducción de residuos

Contamos con una amplia gama de soluciones sostenibles y ecológicas que contribuyen a reducir los residuos. Por ejemplo, los plásticos de un solo uso en nuestro día a día y, por tanto, a reducir la generación de residuos innecesarios. Por ejemplo, las campanas de alimento ÖVERMÄTT permiten cubrir botes y recipientes para conservar durante más tiempo la comida y la bebida, evitando el consumo de plásticos de un solo uso. Además, los recipientes de IKEA ayudan a conservar la comida fresca, de forma visible desde el exterior y adecuados para cada tipo de comida. De este modo, se reduce la cantidad de comida que va al cubo de la basura. Además, al ser aptos para frigoríficos, congelador y microondas es posible almacenar las sobras para cocinar algo rápido otro día, ayudando a ahorrar tiempo y dinero. Por último, los envoltorios de las sábanas ya no son de plástico, sino de cartón.

Propósito 4: separación de residuos

Para reciclar lo mejor es primero separar. En IKEA queremos ayudar a nuestros clientes a gestionar los residuos en el hogar. Para ello, contamos un amplio surtido de productos que harán más fácil la segregación de cada tipo de residuo (orgánico, plásticos y envases, papel y cartón, pilas, bombillas, cápsulas de café, etc...) teniendo en cuenta las características y volúmenes de cada uno de ellos. La clasificación es más sencilla si cada tipo de material reciclable tiene un contenedor específico; así, menos residuos irán a parar al vertedero. Con opciones de instalación independiente e integrada, como la serie HÅLLBAR, tu hogar también puede estar más ordenado.

Propósito 5: materiales más sostenibles

Una de las prácticas que marcan nuestra responsabilidad con el entorno es la elección de materiales que utilizamos para nuestros productos. En IKEA procuramos utilizar recursos renovables, reciclados o reciclables para cumplir con uno de nuestros objetivos de cara a 2030: que todos los plásticos con los que elaboramos nuestros productos procedan de materiales renovables o reciclados.

Propósito 6: que los muebles duren más

Años tras año, avanzamos para cumplir la meta de crear productos que puedan rediseñarse, renovarse, repararse, reutilizarse, revenderse o reciclarse. Actualmente contamos con varias soluciones para que nuestros muebles duren más y también para darles una segunda vida y derrochar menos recursos materiales. En IKEA te ayudamos a revender o reciclar los artículos que ya no necesitas.

Propósito 7: hogares más saludables

Una vida más sostenible abarca el bienestar personal, así como la protección del medio ambiente. Tratamos de fomentar hábitos más saludables de vida como trabajar o dormir en posiciones ergonómicas que favorezcan la salud y el descanso. Por otro lado, cuando desarrollamos productos para niños, tenemos en cuenta el uso previsto e imprevisto para reducir al mínimo los riesgos.

El aire de los hogares puede contener contaminantes y partículas procedentes del polvo, del polen, del cocinado y de los productos químicos del gas, que pueden resultar molestos o causar problemas de salud. Por eso hemos creado nuestro surtido de purificadores de aire (STARKVIND y FÖRNUFTIG), porque creemos que todas las personas merecen un aire más limpio en el hogar.

Nuestros hogares

Mercado circular, el círculo virtuoso de los muebles

En IKEA Ibérica buscamos soluciones de economía circular para nuestros clientes para reducir los residuos que generamos de forma innecesaria. Hay muchos muebles y productos que merecen una segunda oportunidad en lugar de acabar en el cubo de la basura. Y ahora también se pueden comprar en nuestra web.

Durante FY23, hemos ampliado al outlet online la posibilidad de adquirir productos descatalogados y que han estado en exposición.

Los clientes pueden ver los productos del mercado circular en la web de IKEA, consultar su precio, sus características y reservarlos

También hemos incorporado los productos de segunda mano, que hemos comprado a los clientes y que aún se pueden utilizar en buenas condiciones. Y se está trabajando en habilitar el envío a domicilio y recogida en tienda.

El mercado circular de IKEA en cifras

- Superamos los **2 millones de productos vendidos en el mercado circular**
- **120 % más de productos recuperados**
- **123 % de ventas de productos de mercado circular**
- **20 millones de euros en ventas**
- **Objetivo para FY24:** 26 millones de euros de facturación

Desde un principio, nos hemos propuesto conseguir una oferta de servicios circulares que satisfaga las necesidades de nuestros clientes. Y en este ejercicio hemos dado pasos estratégicos para la digitalización efectiva del Mercado Circular.



Tiendas con sección de mercado circular

Nuestra apuesta sostenible es que todas las tiendas cuenten con una sección de mercado circular. En FY23 la hemos habilitado en las tiendas de Las Rozas, Goya y Torrejón, y en total ya tenemos 20 mercados circulares en España.

Tras dos años de funcionamiento de nuestro mercado circular, celebramos cuatro eventos anuales en los que nuestros clientes tienen un 50 % más en la tasación de sus muebles de segunda mano en nuestro servicio Buyback. Los miembros de nuestro club de fidelización IKEA Family, tendrán un 10 % más sobre el valor de tasación.

Green Friday: recompra y venta de segunda mano

Queremos fomentar el consumo circular entre nuestros clientes con una campaña icónica: el Green Friday. En IKEA hemos creado una alternativa sostenible al Black Friday, con la oportunidad de que nuestros clientes den una segunda vida a sus muebles con ventajas adicionales.

En el mes de noviembre de 2022, se celebraron los eventos de Green Friday en las tiendas, lo que permite ampliar el surtido que el cliente puede vender y comprar en nuestras tiendas. Además, los usuarios han podido tasar sus muebles con un 50 % más sobre el valor de tasación habitual. E incluye más ventajas para los miembros de IKEA Family.

Con esta campaña, en IKEA queremos impulsar dos iniciativas para ampliar la vida de nuestros productos: la recompra de muebles a nuestros clientes y el servicio del Mercado Circular, que oferta muebles de segunda mano.

La recompra y venta de muebles de segunda mano en España (Buyback) alcanzó una participación de un share del 8 % sobre el total de las ventas, por encima del 1,2 % registrado en el Grupo Ingka.

España es el segundo país por detrás de Francia con más ventas de segunda mano a través del servicio Buyback, con 1,1 millones de euros.

IKEA Ibérica es el mercado número 1 en ventas online de segunda mano y en número de tasaciones para clientes a nivel mundial

Nuestros hogares

Energía solar: soluciones para el autoconsumo inteligente

La energía solar y el autoconsumo son los ejes del lanzamiento de la gama SOLSTRÅLE. Nuestra oferta de paneles solares cumple dos años con el objetivo de mejorar el consumo energético a un precio asequible y al alcance a la mayoría. Nuestra oferta de consumo energético solar es una pieza clave en la estrategia global de sostenibilidad de IKEA: no solo reduce la huella de carbono de las operaciones propias, también ayuda a las personas a ahorrar energía y a vivir de forma más sostenible en sus propios hogares.

Las placas solares se instalan en el tejado e incorporan un sencillo sistema de control de la producción que ayuda a generar energía propia, a reducir emisiones de CO2 del hogar. Y se pueden adquirir de forma cómoda a través de nuestros servicios de financiación.

La ambición del grupo es seguir avanzando en el desarrollo de soluciones de energía limpia para los hogares.



Nuestro Planeta

7

[Ir al índice](#)

Nuestro Planeta

Nuestro compromiso es ser una empresa positiva para el clima. Y lo plasmamos en un compromiso concreto: en 2030 reduciremos un 80% las emisiones de gases de efecto invernadero en términos absolutos en nuestras propias operaciones, comparadas con 2016.

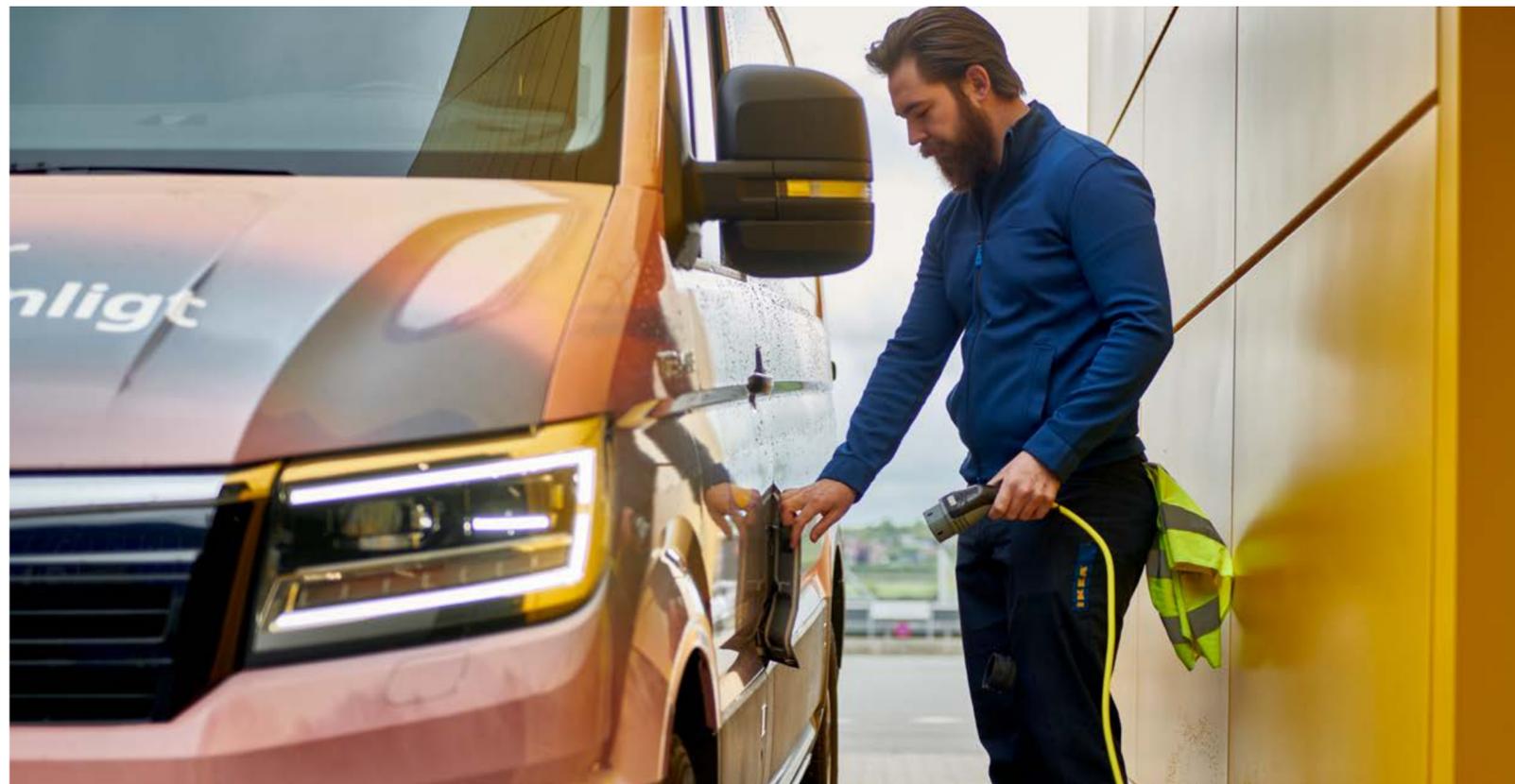
Dentro de nuestro plan de transformación al outlet online, para contar con un transporte más sostenible y una logística más eficiente y respetuosa con el entorno.

Nuestra ambición es ser una empresa cero emisiones en sus entregas de última milla en 2025. Además, estamos comprometidos con diseñar todos nuestros productos con capacidades circulares, utilizando solo materiales renovables o reciclados, y con proporcionar soluciones para prolongar su vida útil.

“En FY23 hemos emitido 3,74 kg de CO2 por metro cúbico de producto vendido”

HUELLA DE CARBONO

TIPO DE ALCANCE	FUENTE	EMISIÓN FY23 (Tn CO2)
1	Combustión estacionaria	1.200,44
	Combustión móvil	425,91
	Fugitivas (refrigerantes)	1.534,75
2	Electricidad	0
TOTAL TnCO2		3.161,10



“Nuestros puntos logísticos están más cerca de nuestros clientes. Mejoramos la huella del reparto de última milla con un plan de bajas emisiones y el refuerzo de la flota eléctrica”

Kristien Nuyts

Directora de Servicios y Logística

Nuestro Planeta

Compromiso IKEA: reducir nuestra huella de carbono

En el Grupo Ingka nos hemos propuesto cumplir con un compromiso con horizonte 2030: la reducción de emisiones. Estos son los objetivos que queremos cumplir y que están aprobados por la iniciativa Science Based Target (SBT):

- **Objetivo 1:** 80 % de reducción de emisiones en términos absolutos en nuestras propias operaciones comparado con 2016.
- **Objetivo 2:** 50 % reducción de las emisiones de clientes y colaboradores en su trayecto a nuestras unidades en términos relativos, comparado con 2016.
- **Objetivo 3:** Aumentar el porcentaje de entregas de última milla en vehículos cero emisiones.

Inversiones para mejorar los indicadores ambientales en FY23

Durante el FY23 se han realizado inversiones para mejorar los indicadores ambientales en nuestras operaciones. Entre estas, destacamos:

- **Eficiencia energética.** Hemos mejorado la eficiencia energética con la sustitución de iluminación por LED y la mejora del sistema de Building Management System (BMS).

- **Gases de efecto invernadero.** Hemos reducido nuestras emisiones de gases de efecto invernadero con la sustitución de tecnologías de climatización de gas por sistemas eléctricos.
- **Reducción del uso de plástico.** Hemos mejorado nuestra gestión de los residuos con la incorporación de embaladoras de plástico.

Así calculamos nuestras emisiones

Alcance 1

- **Combustibles en fuentes fijas y móviles:** Emisiones asociadas a la compañía. Se estima el gasto en combustible realizado en cada una de las fuentes multiplicado por su factor de emisión correspondiente.
- **Gases refrigerantes:** Emisiones asociadas a la fuga de gases refrigerantes. Se calcula a través de la cantidad de gas recargada durante el año por su factor de emisión correspondiente.

Alcance 2

- **Electricidad:** Consumo eléctrico por el factor de emisión asociado al mix eléctrico específico de la comercializadora.

Mitigamos el impacto de los refrigerantes

En IKEA Ibérica utilizamos refrigerantes en los equipos de refrigeración y de frío. Estas son las medidas que adoptamos para mitigar sus efectos:

1. **Inventario de refrigerantes.** Contamos con un inventario de gases refrigerantes en todas nuestras unidades para definir las líneas de actuación al sustituir equipos.
2. **Reporte anual de gases refrigerantes.** Documentamos la reposición de los gases refrigerantes en cada instalación, con fecha, lugar, tipo de refrigerante y volumen de recarga.
3. **Búsqueda de alternativas.** Estudiamos los sistemas de producción de frío para equipos de restauración que reducen el uso de gases refrigerantes y que tienen un menor impacto en el efecto invernadero.



Nuestro Planeta

Compromiso IKEA: una movilidad más sostenible

La movilidad y el transporte son claves para la transformación de IKEA. Queremos una logística más ágil, eficiente y respetuosa con nuestro entorno.

En FY23 hemos iniciado diferentes actuaciones con un doble objetivo: ofrecer al cliente un mejor servicio y reducir el impacto ambiental de nuestra movilidad.

Objetivo: Aumentar el porcentaje de entregas de última milla y de nuestra flota en vehículos cero emisiones en 2025

Hemos seguido avanzando para cumplir este objetivo. En FY22 partíamos de un 18,55 % de las entregas de última milla y contábamos con una flota eléctrica de 35 vehículos, que equivalían al cerca del 9 % de la flota total.

Este FY23, hemos más que triplicado la flota de vehículos eléctricos y ya disponemos de 90 de ellos, equivalentes al 54,0 % de la flota total. Además. El 40,23 % de los pedidos de última milla se han entregado con vehículos cero emisiones.

En Madrid y Barcelona, nuestros principales mercados, superamos el objetivo para este año: el 50 % de nuestra flota son vehículos eléctricos.



Proyecto *Climate Footprint Dashboard*

Para contar en los próximos años con información fidedigna, durante el FY23 hemos dado los primeros pasos para la integración de nuestros *Transport Service Providers* (TSPs), nuestros colaboradores, en la plataforma Centiro.

Se trata de una herramienta global que nos permitirá medir la huella de carbono de nuestras entregas, Alcance 3. Así, podremos definir el tipo de vehículo que realizará cada entrega con el menor impacto ambiental.

Queremos impulsar y apoyar a nuestros proveedores de servicios de transporte para que el cambio a una flota eléctrica sea más sencillo. Por ello, desde IKEA Ibérica hemos impulsado un proyecto para instalar más de 100 cargadores rápidos para transporte eléctrico.

Con esta iniciativa, nuestro objetivo será mejorar la productividad de los vehículos con menor impacto en nuestro entorno, que podrán realizar más de una carga de mercancía diaria.

Avances en nuestra logística en FY23

Hemos avanzado en la descentralización de nuestros flujos logísticos. Hace unos años, todos nuestros movimientos partían de la unidad central de Valls, en Tarragona. Pero ahora disponemos de un mapa más diverso y accesible, con una mayor capilaridad.

Contamos con nuevos puntos logísticos que están más cerca de los puntos de venta. Pueden ser centros operados por IKEA Ibérica, por nuestros colaboradores o tiendas.

Mejoras de nuestro modelo logístico

→ Nuestro modelo es cercano, eficiente y sostenible 

 Tenemos una mayor disponibilidad de producto

Reducimos los tiempos de entrega a nuestros clientes 

Nuestro Planeta

Novedades de logística en FY23

- **Ya funciona nuestro centro de Illescas.** En la provincia de Toledo ya está funcionando nuestro centro logístico gestionado por DHL. Este almacén cuenta con la última tecnología para manejar con agilidad los pedidos más pequeños, los de paquetería, a nivel nacional.
- **Pool de colaboradores logísticos.** Contamos con colaboradores de primer nivel, proveedores con los que trabajamos mano a mano para optimizar los pedidos y los envíos de forma sostenible. Tenemos el apoyo de empresas como DHL o Correos y de otras empresas de menor tamaño o startups con capacidades crecientes.
- **Entrega desde la misma tienda.** Supone un menor tiempo de entrega para el cliente y una reducción de la huella de carbono. En funcionamiento en las tiendas de Sabadell, Badalona, Murcia, L'Hospitalet y Valencia.
- **La tienda grande es el almacén de la pequeña.** La mercancía recorre una distancia menor y así se reduce la huella. En funcionamiento en las tiendas de Jerez (para las de Sevilla y Málaga), Valladolid (para las de A Coruña y Asturias) y Zaragoza (para la de Barakaldo).

El centro logístico de San Sebastián de los Reyes.

Este año fiscal 2023 hemos inaugurado nuestro primer centro logístico local en San Sebastián de los Reyes. Es de gestión propia y surte a las tienda de la provincia de Madrid.

En este almacén se centralizan todos los pedidos de pre-montaje y envío a domicilio de los proyectos de cocina de todo el mercado de Madrid y se asumen todos los pedidos que se realicen en esta tienda en la de Torrejón.

Gestión adaptada de los envíos

En IKEA creemos que cada tipo de pedido tiene sus características propias y nos adaptamos para ser más eficientes y respetuosos con nuestro planeta. Los artículos más pequeños, de paquetería, salen por mensajería en un tiempo que, en muchos casos, es de 24 horas.

Los pedidos de mobiliario y los más voluminosos salen desde nuestra unidad central de Valls, en Tarragona, pero también lo hacen directamente desde nuestras tiendas. De esta manera, llegamos antes y reducimos nuestras emisiones porque no tenemos que pasar por almacenes.

Como esta opción es más sostenible, hemos reforzado las capacidades logísticas de nuestras tiendas, desde donde ya salen cerca del 80 % de los pedidos. Y el 80 % de los clientes recibirán su pedido de mobiliario en menos de 24 horas en su domicilio.

Hemos reforzado la capacidad logística de 13 grandes tiendas para estar más cerca de nuestros clientes y reducir nuestra huella.

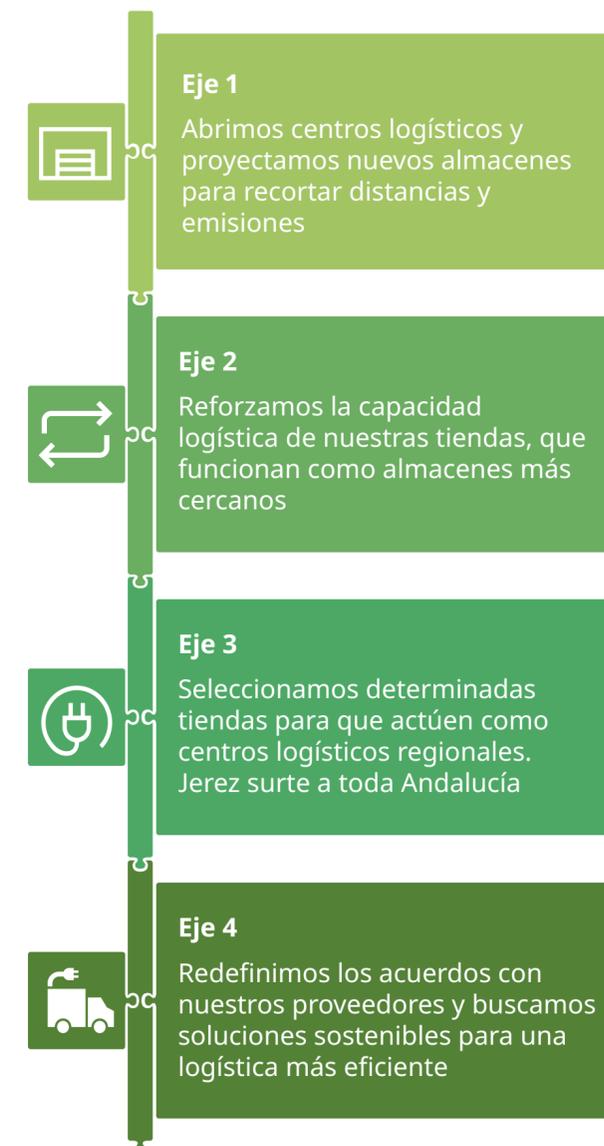
Puntos de contacto

En las zonas más accesibles, hemos habilitado puntos de contacto para estar más cerca de los clientes. Los gestionamos directamente desde IKEA o con el apoyo de nuestros colaboradores, que gestionan las entregas desde las tiendas más cercanas.

También contamos con 'lockers' en el exterior de nuestras tiendas para que los clientes puedan recoger sus productos como y cuando lo deseen.

Ejes de nuestro plan de refuerzo logístico: acortar distancias

En IKEA queremos que nuestros envíos sean más inmediatos, eficientes y accesibles. Trabajamos en cuatro ejes para reducir distancias y recortar las emisiones, con un impacto positivo en las personas y el planeta.



En 2024 seguiremos trabajando en soluciones basadas en la digitalización que nos ayuden a digitalizar procesos internos y externos, a ser más ágiles y a profundizar en el modelo de logística sostenible de IKEA.

Nuestro Planeta

Compromiso IKEA: recuperar muebles y reducir residuos

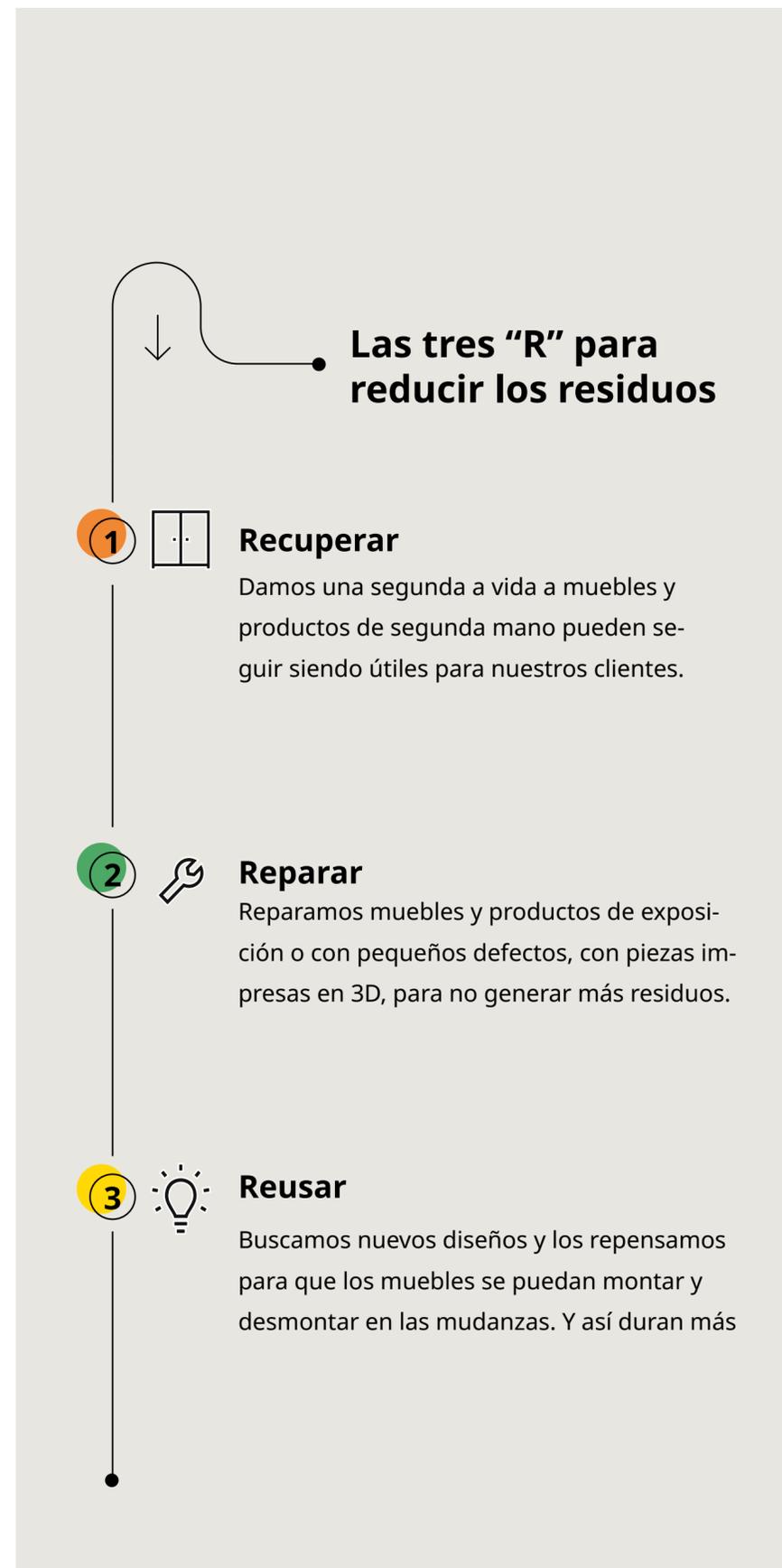
Compromiso IKEA: recuperar muebles y reducir residuos
Además de contar con nuestro mercado circular, en IKEA Ibérica apostamos por evitar al máximo la generación de residuos y por la reutilización de materiales mediante la aplicación de medidas internas y de medidas para clientes.

Ponemos el foco en la calidad y en la recuperación de productos. En España hemos reportado **15.000 casos de productos** con algunos defectos o que no están en buen estado o que son devueltos por los clientes.

Recuperamos productos por valor superior a 8 millones de euros. Mejoramos en un 20 % la reducción de residuos.

Por una parte, analizamos junto con los proveedores las posibles soluciones para estos casos, siendo país pionero en establecer esta colaboración directa. Abrimos un proceso de seguimiento conjunto y mejoramos toda la cadena de suministro para satisfacer a los clientes y evitar la generación de residuos. Con este tipo de acciones reforzamos una experiencia de compra sin fricciones.

- Somos el segundo país del mundo que más casos reporta:.
- El equipo de calidad recupera productos y reincorpora dicho stock para su venta, contribuyendo a reducir la generación de residuos.
- Hemos recuperado más de 390.000 productos vía reempaquetado, un 5,3 % más que en FY22.



“Repensamos el diseño de nuestros productos para que se puedan desmontar más veces. Así se pueden ir con nuestros clientes cuando hacen una mudanza”

Iciar García

Directora de Retail Solutions

Nuestro Planeta

Compromiso IKEA: embalajes con menos plástico

Estamos dando pasos para cumplir con el compromiso de eliminar de forma progresiva el uso de plástico en nuestros embalajes para consumidores de aquí a 2028. Es un objetivo de IKEA a nivel global para tener un impacto positivo en las personas y en el planeta.

Nos hemos propuesto reducir los residuos de plástico e impulsar la agenda de la industria para desarrollar soluciones de embalaje centradas en materiales renovables y reciclados. Lo haremos de forma gradual, en dos etapas:

Eliminación del plástico en los embalajes

→ 2025: Etapa 1

Eliminación del plástico **en los embalajes del surtido nuevo.**

→ 2028: Etapa 2

Eliminación del plástico **en los embalajes del surtido existente.**

A nivel global, IKEA ya ha reducido considerablemente la cantidad de plástico utilizada en las soluciones de embalaje. Actualmente, este material supone menos del 10 % del volumen total de material de embalaje utilizado anualmente.

Si por motivos de calidad y seguridad debemos utilizar plásticos en los alimentos, estos serán reciclados o de fuentes renovables

El abandono del plástico en los embalajes para consumidores requerirá la creación de nuevas soluciones, así como una estrecha colaboración con los equipos de desarrollo de productos y los proveedores de IKEA en todo el mundo.

Después de 2028, los embalajes de plástico solo podrían permanecer en parte del surtido de IKEA Food cuando sean necesarios para garantizar la calidad y la seguridad de los alimentos. En ese caso, procederán de fuentes renovables o recicladas.



Nuestro Planeta

Compromiso IKEA: no al desperdicio de alimentos

Los principios de la economía circular están en todas las actividades de IKEA, también en la reducción del desperdicio de nuestra producción de alimentos. Lo concretamos con diversas iniciativas:

Optimización de las operativas

Con el objetivo de mejorar y garantizar que los procesos de cocinado cuidan la calidad de producto, la experiencia y reducen el desperdicio, contamos con diferentes herramientas: Web ratio: herramienta que, en base a nuestro histórico y pronóstico de ventas y el menú, facilita un plan de producción adaptado.

Instrucciones de preparación, producción y servicio que garantizan la eficiencia.

Monitorización del desperdicio

También contamos con herramientas para monitorizar el desperdicio a lo largo del proceso. Nuestro objetivo es analizar, entender y manejar nuestra merma de una manera consecuente, para que sea un plan de acción en nuestras rutinas y generar un impacto positivo.

Aplicación Too Good To Go

Esta app nos ayuda a reducir el desperdicio de la comida sobrante durante los servicios. En FY23 hemos salvado 27.426 packs con comida que estaba destinada a merma.

Mejoras en la gestión de los alimentos



El desperdicio de alimentos se redujo en un **61 %*** en FY23



Reducción de **139.074 kilos** de producto desperdiciado



Nuestro Planeta

Compromiso IKEA: uso responsable de los recursos

Cuidamos del planeta y del bienestar de las personas mediante un uso racional y eficiente de los recursos naturales y energéticos.

Monitorizamos el consumo de agua

En IKEA Ibérica sabemos que el agua es un recurso vital y escaso. Por ello, monitorizamos mensualmente su consumo en las tiendas.

Actualmente contamos con sistemas de recogida de agua de lluvia y con métodos de recuperación de agua en los sistemas de climatización de cinco de nuestras unidades.

El agua residual que generamos en IKEA se canaliza a la red de saneamiento. Y la analizamos periódicamente para controlar los parámetros de vertido.



197.129 m3 de
agua consumida



4,72 litros de agua
consumidos por
visitante
menos del 1%
respecto a FY22

Apostamos por las energías renovables

En IKEA nos esforzamos para que nuestras operaciones sean energéticamente independientes y disponemos de plantas de producción de energía renovable de diferentes tecnologías: solar fotovoltaica, solar térmica y geotermia.

El 100 % de la electricidad que consumimos tiene un origen renovable y el objetivo es que en 2030, la calefacción y la refrigeración también lo sean.

Contamos con un total de 15 tiendas en España con plantas fotovoltaicas

En FY23 hemos continuado avanzando en nuestra estrategia de autoconsumo, con la instalación de plantas fotovoltaicas que suponen el 24,18 % de la producción de energía eléctrica y suman 4,5 megavatios.

El 99 % del consumo eléctrico de nuestras tiendas en propiedad cuenta con un certificado emitido por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), que avala el origen renovable de esta energía.



Nuestra comunidad

8



[Ir al índice](#)

Nuestra Comunidad

En IKEA creemos que vivir en comunidad nos hace mejores y nuestra visión es “crear un mejor día a día para la mayoría de las personas”. Por ello, impulsamos iniciativas para mejorar de forma significativa la vida en toda la geografía española, no solo en las grandes ciudades.

En IKEA Ibérica nos hemos marcado una ambición: En 2030, queremos impactar positivamente en 25.000 jóvenes en España, apoyando su acceso a hogares más asequibles y a desarrollar su empleabilidad.

Hemos establecido 4 líneas de proyectos:

1. Places Called Home: enfocado en ayudar a generar espacios y viviendas para jóvenes en las comunidades locales.

2. Nuevas soluciones de vivienda: colaboraciones con la administración pública, ONG y otras entidades en sus proyectos de vivienda social o espacios comunitarios, ofreciendo nuestra experiencia en *Home Furnishing* y *Life at home* a través de nuestro servicio ID y la red de IKEA para empresas.

3. Programas de formación y habilidades para el empleo: ayudar a los jóvenes y otros colectivos vulnerables a acceder a mejores oportunidades de empleo compartiendo nuestro conocimiento sobre *Retail*.

4. Espacios para emprendedores: apoyar a emprendedores sociales y startups que puedan ser socios en alguno de nuestros desafíos empresariales y ayudarlos a llegar al mercado, demostrar su impacto y hacerlos escalables en el territorio.

Promovemos iniciativas relacionadas con estas cuatro líneas, tanto a escala territorial, lideradas por cada uno de los mercados donde tenemos una tienda IKEA y adaptadas a las necesidades más locales, como a escala nacional, abarcando así los desafíos comunes que afectan a todos los territorios del país.

Durante FY23 se han llevado a cabo 41 iniciativas diferentes, impactando en 2.295 beneficiarios que han visto mejorada su empleabilidad y/o su acceso al hogar. Además, estas iniciativas han promovido la participación de 1.073 colaboradores y/o clientes.

- **17 proyectos de hogares**, 1.602 personas beneficiadas
- **23 iniciativas de habilidades para el empleo**, 663 personas beneficiadas
- **34 poblaciones reactivadas con Holapueblo**
- **15 startups en 2 pilotos para innovar junto a IKEA**
- **10 millones de euros de inversión en el Plan Allen** entre 2022 y 2025



“Queremos que los jóvenes puedan acceder a hogares y a empleos que les permitan transformar sus vidas y construir las bases de un nuevo futuro”

Eva Mengs

Directora de Sostenibilidad

Nuestra Comunidad

Nuevas soluciones de vivienda: Holapueblo.

En España hay muchas localidades que afrontan el desafío de la despoblación con un espíritu emprendedor y con visión de futuro. Desde IKEA queremos estar junto a ellas a través de Holapueblo, la plataforma de la que somos parte desde el año pasado junto a Redeia y AlmaNatura.

Apoyamos el emprendimiento y repoblación en las zonas rurales del país con una apuesta por proyectos que aportan valor añadido para estos pueblos. El objetivo es lograr el mejor encaje entre los ayuntamientos y los potenciales vecinos: que los 'holapueblers' encuentren la localidad más adecuada para su nuevo proyecto de vida y que los municipios atraigan y fijen nuevos vecinos.

El beneficio es para toda la comunidad. Por una parte, los nuevos vecinos generan actividad económica e, incluso, pueden crear nuevos puestos de trabajo; por otra, se mantienen servicios, como centros educativos y de salud, entidades bancarias o transporte, que podrían desaparecer por falta de habitantes y usuarios.

El impacto de la última edición de Holapueblo para revitalizar la España despoblada:

- **Más vecinos:** 51 familias, 133 personas, se instalan en 34 pueblos
- **Más actividad:** 30 negocios creados que dinamizan la economía
- **Más población:** el 80 % tienen entre 35 y 50 años
- **Más futuro:** el 53 % son parejas con hijos

Dentro de este proyecto, este año se ha celebrado la primera convocatoria de "Proyectos Reactivadores", abierta a los municipios incluidos en el programa Holapueblo para presentar iniciativas de revitalización y dinamización de instalaciones municipales en desuso.

De este modo, crean espacios transformadores, donde los vecinos pueden poner en marcha sus proyectos y trabajar por el desarrollo de su pueblo, generando actividad económica y conexión social.

Queremos que las localidades con menos población se llenen de vida. Apoyamos a aquellos ayuntamientos comprometidos con su reactivación, revitalizando espacios para el emprendimiento y la convivencia intercultural

Desde IKEA, hemos volcado toda nuestra experiencia en interiorismo para ajustarnos a las necesidades de los dos municipios ganadores:

- **Casa de Jaraba, en Jaraba** (Zaragoza). Se ha reactivado el centro cultural comunitario, donde se desarrollan actividades sociales, culturales y educativas.
- **Coworking Almedina, en Almedina** (Ciudad Real). Se ha dado una nueva vida a este espacio, creando un coworking para que los vecinos disfruten de un punto de trabajo colaborativo y digital.



Nuestra Comunidad

Espacio para emprendedores

Para encontrar soluciones sostenibles, buscamos colaboraciones con proyectos innovadores. Este año hemos puesto en marcha dos pilotos para apoyar a emprendedores sociales y startups que creen y pongan en marcha ideas de innovación que conecten con nuestros desafíos empresariales. De esta manera, les ayudamos a llegar al mercado, a demostrar su impacto y los hacemos escalables.

- **Piloto 1: IKEA Hållbar Lab.**

Se trata del proyecto piloto de innovación abierta que desarrollamos en Cataluña. Su objetivo consistía en detectar y generar sinergias entre startups catalanas mediante el planteamiento de retos de sostenibilidad, que estaban ligados a la apuesta por la economía circular y la movilidad sostenible de IKEA.

- **Piloto 2: KOMPLEMENT-A.**

Es un proyecto realizado en Jerez para impulsar el desarrollo de emprendedores locales con impacto social en su área de influencia. La meta era crear empleo de calidad en la zona, ligado a retos en dos sectores prioritarios del territorio, la movilidad y el turismo, y un reto transversal, el del empleo.

Con estas dos iniciativas, exploramos soluciones para algunos de los desafíos más relevantes en nuestra estrategia de sostenibilidad: la movilidad y la economía circular.

En cada piloto recibimos más de 80 candidatas, de las que finalmente seleccionamos 15 startups para participar en dos *bootcamps*, con mentores IKEA de tienda.

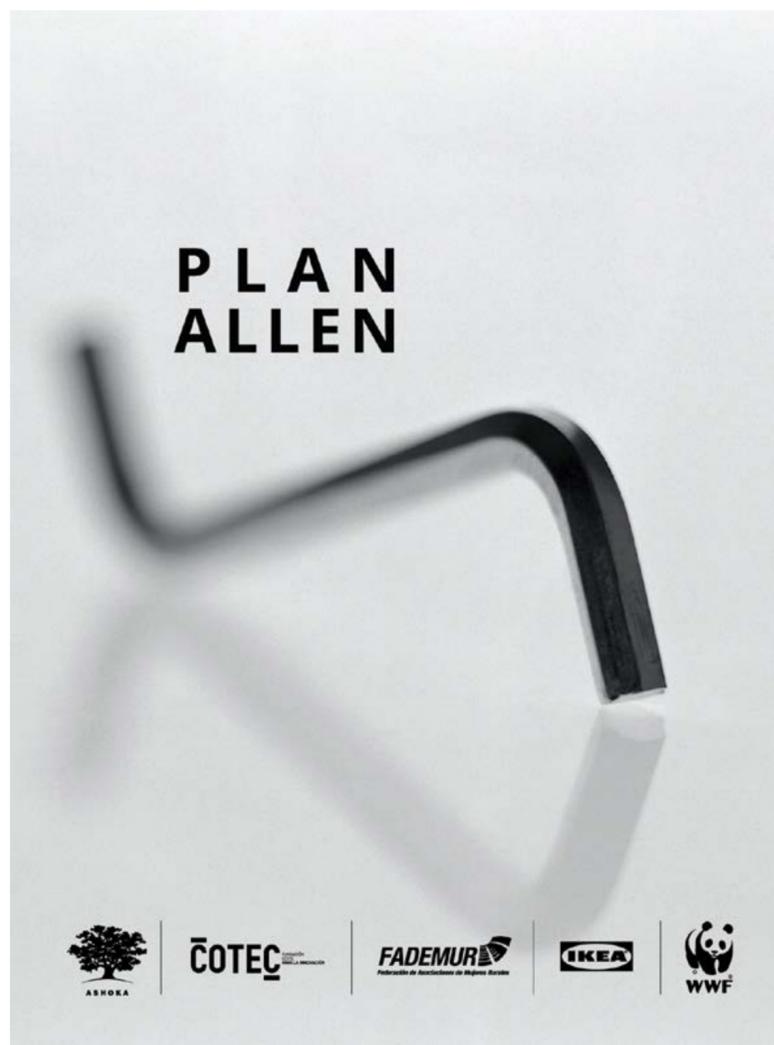
Estas iniciativas tienen resultados concretos. Actualmente se están valorando colaboraciones para desarrollar proyectos innovadores con cuatro de las startups que se presentaron.



Nuestra Comunidad

El Plan Allen para la transformación

El impacto positivo que queremos generar en nuestro entorno se plasma en proyectos como el Plan Allen, cuyo objetivo es contribuir a la recuperación de la economía y la sociedad española tras la crisis del COVID-19.



Este año hemos sumado esfuerzos para apoyar la creación de empleo e impulsar la generación de riqueza, pero de forma sostenible y con efectos positivos en nuestras comunidades y en el planeta. Para lograrlo, tenemos previsto invertir 10 millones de euros para implementar iniciativas entre 2022 y 2025.

Y lo estamos haciendo gracias a la colaboración con organizaciones que aportan su valiosa experiencia en distintos campos para desarrollar cuatro proyectos que están alineados con objetivos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia:

1. Llave Allen por el Planeta, junto a WWF

Queremos cuidar nuestra riqueza natural. Con este programa, nos hemos propuesto restaurar la biodiversidad en el Espacio Natural Doñana (Andalucía), uno de los espacios naturales más importantes de España.

En la Llave Allen por el Planeta, vamos a restaurar y gestionar con WWF los parajes clave del entorno del Parque de Doñana, con un objetivo ambicioso y que beneficiará a todo el país: rehabilitar la biodiversidad presente en la zona.

Este año hemos tenido que sortear un obstáculo: la climatología y, más concretamente, la sequía, han obstaculizado las intervenciones previstas para el otoño de 2023. Pero hemos podido avanzar en los aspectos técnicos para la intervención:

- La restauración del bosque quemado de Doñana (Huelva): 100 hectáreas.

- La recuperación de los bosques de ribera autóctonos de La Rocina (Huelva), junto a otras actuaciones en bosques de ribera: 50 hectáreas.
- Restauración de Marismas en Aznalcázar, Marisma Gallega, (Huelva): 80 hectáreas.
- La restauración de las marismas del brazo oriental del río Guadalquivir (Sevilla): 40 hectáreas.

2. Llave Allen por la Igualdad, junto a la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR)

Buscamos potenciar el desarrollo de la agricultura sostenible para empoderar a las mujeres que lideran 50 explotaciones agrarias en las zonas rurales de España.

En la Llave Allen por la Igualdad con FADEMUR, queremos mejorar la situación laboral de las mujeres que desarrollan sus proyectos en zonas rurales por medio de la producción sostenible. También acompañarlas en su crecimiento y diversificación.

Nuestra visión consiste en lograr que de aquí a 2025 unas 1.000 mujeres rurales se incorporen o mejoren su posición en el mercado laboral en 10 Comunidades Autónomas.

Con la iniciativa FADEMUR Vuela, se ha creado una escuela de pilotaje de drones que formará gratuitamente a 250 mujeres rurales de diez comunidades autónomas durante 2023. Y otras 250 más accederán a estos talleres el próximo año.

Gracias a ello, estas mujeres podrán insertarse profesionalmente en la agricultura de precisión, ahorrando recursos naturales e insumos en los cultivos y, así mitigar el impacto del cambio climático en sus plantaciones.

Nuestro compromiso es contribuir a la resiliencia y recuperación económica española. Nuestros proyectos, como el Plan Allen, son innovadores, crean empleo y contribuyen al desarrollo sostenible de España.

3. Llave Allen por el Emprendimiento Social, junto a ASHOKA

La innovación y el impacto social mejoran nuestro entorno. Por ello, con este programa aceleramos el desarrollo de emprendedores que tienen el potencial de ser agentes de cambio.

En la Llave Allen por el Emprendimiento con ASHOKA, queremos hacer de España un país más inclusivo e innovador a través emprendedores sociales que buscan cambiar el sistema. Para alcanzarlo, hemos desarrollado un plan dividido en dos ejes:

Nuestra Comunidad

- **Impulsar a nuevos emprendedores sociales a través del Desafío Ashoka Changemaker.** Nuestro objetivo es identificar y apoyar a nuevas personas emprendedoras en España e incubar proyectos con alto impacto social, ambiental y económico. Ya se han seleccionado a los 22 candidatos de esta primera edición, de los cuales 10 pasaron a presentar sus proyectos en un Evento Final en octubre 2023.
- **Apoyar y reforzar el impacto de los emprendedores de la Red ASHOKA.** Impulsaremos las actividades de más de 50 emprendedores que ya están integrados en esta red a través de tres comunidades de aprendizaje. De este modo, podrán aumentar el impacto social en sus proyectos, ganar influencia para incidir en políticas públicas y trabajar en el bienestar de sus entidades como palanca para el crecimiento.

4. Llave Allen por la Economía Circular, junto a Fundación COTEC

Aspiramos a demostrar el valor real y el impacto de los proyectos sistémicos de economía circular en las comunidades rurales. Queremos generar evidencias que faciliten la toma de decisiones a nivel político, industrial y comunitario. En la Llave Allen por la Economía Circular con la Fundación Cotec, ya hemos seleccionado tres proyectos que nos ayudarán a medir el impacto social, económico y ambiental de modelos de economía circular en tres comunidades rurales de menos de 5.000 habitantes.

Las tres iniciativas elegidas se sitúan en:

- **A Rúa en Ourense.** Un proyecto innovador basado en la recuperación del agua y con tres ejes de acción: generación de agua regenerada, uso de energía solar como fuente renovable y producción de compost a partir de las aguas residuales generadas.
- **Bugedo (Burgos).** Se facilitará la gestión de biorresiduos con la creación de una planta de compostaje de 560 toneladas al año en la comarca burgalesa de La Bureba. Además, se prestará atención domiciliaria a personas mayores mediante la recogida de residuos puerta a puerta, generando oportunidades laborales para personas con discapacidad.
- **Cuevas del Becerro (Málaga).** Se impulsará la innovación socio-ecológica a partir de la construcción colaborativa de platos territorializados como elemento integrador. Y se impulsará la alimentación sana y el desarrollo local. La combinación de alimentación y territorio será un elemento cohesivo para todos los actores locales.



Nuestra Comunidad

Implicados con la sociedad

Colaboramos con distintos grupos de interés en el marco de la política de donaciones de IKEA, que guía a todas las unidades para la toma de decisiones sobre las colaboraciones, tanto monetarias como en especie. Priorizamos la interacción con entidades y proyectos sociales que tengan un efecto positivo en la comunidad.

Establecemos mecanismos de control para asegurar que todas las donaciones se realizan conforme a lo establecido por la normativa legal e interna de la compañía.

En IKEA seleccionamos concienzudamente las entidades y proyectos en los que colaboramos lo que nos garantiza unos intercambios correctos, cumpliendo con la legislación vigente.

Hemos invertido 768.094€ en iniciativas de desarrollo de la comunidad y hemos donado 214.655€ a entidades del tercer sector

Alianzas para el desarrollo

Estas son las iniciativas en las que colaboramos y las organizaciones globales de las que somos parte:

- **The Circular Economy 100 - Ellen MacArthur Foundation.** Programa de innovación diseñado para permitir a las organizaciones desarrollar nuevas oportunidades y alcanzar con mayor rapidez sus ambiciones de economía circular. El programa reúne a empresas que destacan por su compromiso con el desarrollo de la economía circular.
- **EuroCommerce.** Red de empresas y federaciones de comercios, que promueve el comercio competitivo justo y sostenible en Europa y da voz a seis millones de mayoristas, minoristas y otras empresas comerciales.
- **EV100.** Iniciativa global que reúne a empresas comprometidas con cambiar sus flotas, propias y contratadas, por vehículos eléctricos e instalar infraestructura de carga para empleados y clientes para 2030.
- **Forest Stewardship Council.** Organización global sin ánimo de lucro dedicada a promover la gestión forestal responsable en todo el mundo. Trabajamos conjuntamente para incrementar la disponibilidad de madera certificada-FSC y hacer frente a la tala ilegal.
- **Better Cotton Initiative.** Iniciativa de sostenibilidad líder en el mundo para el algodón. Su misión es ayudar a las comunidades algoneras a sobrevivir y prosperar, al mismo tiempo que protege y restaura el medio ambiente. Impulsada por WWF, IKEA forma parte del grupo inicial de apoyo.
- **RE100.** Iniciativa corporativa global de energía renovable que reúne a cientos de empresas grandes y ambiciosas comprometidas con la electricidad 100 % renovable.
- **SolarPower Europe.** Tiene como misión garantizar que la energía solar se convierta en la principal fuente de energía de Europa para 2030.
- **Business Call to Action.** Reconoce y promueve los negocios inclusivos con un claro compromiso de beneficiar a las personas con bajos ingresos para ayudar a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- **Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible.** Principal comunidad global dirigida por CEO de más de 200 de empresas que trabajan colectivamente para acelerar las transformaciones del sistema necesarias para un futuro Net Zero, positivo para la naturaleza y más equitativo.
- **UTZ Certified.** La etiqueta UTZ representa una agricultura más sostenible y mejores oportunidades para los agricultores y el planeta. Es el programa de certificación más grande y de mayor crecimiento del mundo para la producción responsable de café y cacao.



Nuestra Comunidad

Asociaciones a las que pertenece IKEA Ibérica

En España, también sellamos acuerdos y alianzas para trabajar unidos por cumplir nuestro propósito de tener un impacto positivo en las personas y en el entorno. En el FY23 IKEA aportó a dichas asociaciones 137.015 euros. Estas son las organizaciones de las que somos socios:



Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución

Fundada en 1965, esta organización profesional de ámbito nacional integra a las empresas más representativas de mediana y gran distribución que desarrollan su actividad en todo tipo de formatos comerciales. IKEA tiene representación en las comisiones de Medio ambiente, RSE, Digital, Desarrollo legislativo, Fiscal y Relaciones laborales.



Cámara de Comercio Hispano Sueca

Asociación privada e independiente, sin fines lucrativos que tiene como objetivo fomentar las relaciones comerciales y culturales entre España y Suecia. Las empresas representan un 72% de los asociados, de las cuales el 70% son suecas y el 30% españolas; el otro 28% está formado por particulares con intereses bilaterales. IKEA Ibérica ocupa actualmente la presidencia de la Cámara.



Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)

Desde su creación en 1977, representa y defiende los intereses de los empresarios españoles. Integra, con carácter voluntario, a la mayor parte de las empresas y autónomos de cualquier tamaño y sector de actividad por medio de sus asociaciones de base, que configuran una red de 240 organizaciones empresariales. IKEA Ibérica participa en las siguientes comisiones: Igualdad y Diversidad, Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo Sostenible y Medio ambiente, Diálogo Social y Empleo, Economía y Política Financiera, Industria y Energía, Comisión Legal, Sociedad Digital y Transporte y Logística.



Multinacionales con España

Multinacionales con España es la asociación que reúne a compañías multinacionales de diversos sectores que operan en España y desean demostrar su compromiso con la sociedad española y la marca España.



DIRCOM Asociación de Directivos de Comunicación

Asociación profesional de referencia en España que agrupa a más de 1.000 directivos y profesionales de la Comunicación. Su objetivo es poner en valor la importancia estratégica de esta función en las organizaciones y su aportación a la sociedad. Como lugar de encuentro de profesionales de la comunicación, IKEA aporta y comparte intereses comunes.



Autocontrol

Organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España. Constituido en 1995 como asociación sin ánimo de lucro, está integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales, y su objetivo es trabajar por una publicidad responsable: leal, veraz, honesta y legal. Al formar parte de la Asamblea General, IKEA se asegura de que determinadas campañas no van en contra de ningún colectivo en general, a la vez que se asesora en caso de que alguien utilice su marca de forma ilícita.



Asociación Española de Anunciantes

Asociación profesional, sin ánimo de lucro, que representa a las empresas anunciantes para defender sus derechos en todo lo que afecta a la comunicación comercial; agrupa a más de 220 asociados –con más de 600 marcas–, en su mayoría grandes empresas. IKEA participa activamente en foros, estudios, eventos, etc.



Marcas de Restauración

Es una asociación dinámica que nace en 1996 con el fin de mejorar la competitividad de toda la cadena de valor en lo que a restauración se refiere; compartiendo soluciones, estándares y conocimientos que la hagan más eficiente y sostenible y que otorguen mayor valor al consumidor. .



Federación de Asociaciones de Celíacos de España

Entidad que trabaja para mejorar la calidad de vida de las personas celiacas y conseguir su integración social. Realiza esta labor a través del apoyo directo a las personas celiacas y sus familiares realizando campañas de difusión y concienciación, investigación y seguridad alimentaria. IKEA hace uso de este logotipo en sus productos y restaurantes. Recibe asesoramiento a nivel operativo, así como formación para los colaboradores. Además, aparece como «centro sin gluten» en la aplicación móvil de FACE. La Asociación nos ofrece un gran reconocimiento y visibilidad en el colectivo celíaco.



Centro Español de Derechos Reprográficos

Es una asociación dinámica que nace en 1996 con el fin de mejorar la competitividad de toda la cadena de valor en lo que a restauración se refiere; compartiendo soluciones, estándares y conocimientos que la hagan más eficiente y sostenible y que otorguen mayor valor al consumidor.



Forética

Es la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en España. Su misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 200 socios. IKEA forma parte de su Junta Directiva. Asimismo, participa de forma activa en tres clústeres: Cambio Climático, Impacto Social, y Transparencia y Buen Gobierno.



Pacto Mundial

Iniciativa de la ONU que lidera la sostenibilidad empresarial en el mundo. Promueve la responsabilidad social de las empresas y se concentra en diez principios basados en el respeto a los derechos humanos, laborales, medioambientales y en la lucha contra la corrupción, que deben presidir la visión estratégica y la práctica diaria de toda empresa. IKEA firmó el Pacto Mundial en 2019.

Nuestra Comunidad

IKEA, con la integración laboral de los refugiados

En IKEA nos hemos propuesto mejorar la vida de todas las personas. Y nuestra ambición es transformarnos en un referente en la mejora de las condiciones de vida de los refugiados en España dentro del sector privado.

Queremos liderar el cambio. Por ello, este FY23 hemos trabajado un plan con el objetivo de generar oportunidades de integración laboral para los refugiados. Nuestro anhelo es que desarrollen su talento, que tengan oportunidades profesionales en IKEA y en España y que sientan que este es su hogar. Lo hacemos actuando frente a cuatro barreras:

- **Barrera 1: Falta de acreditación.** Nuestra solución es ofrecer formación en áreas donde vemos salidas profesionales, realizando los contenidos formativos en centros de formación y en nuestras propias unidades.
- **Barrera 2: Desconexión con la comunidad.** Trabajamos para que se sientan parte de la comunidad, proporcionando lugares de encuentro entre nuestros colaboradores y las personas refugiadas
- **Barrera 3: Dificultad para obtener oportunidades laborales.** Trabajamos con nuestros aliados creando una bolsa de talento para personas refugiadas

- **Barrera 4: Prejuicios y estereotipos.** Contribuimos a cambiar la narrativa contando nuestra experiencia en foros y medios de comunicación para inspirar a otras empresas a ver a estas personas como fuente de talento.

Lo que hemos logrado en FY23: plan 360°



Formación

Hemos invertido **122 mil euros** en su preparación e impartido **174.404 horas de formación** para mejorar la **empleabilidad de 120 personas.**



Oportunidades

En España, hemos incrementado un **40% el número de personas refugiadas** con contratos permanentes en España (más de 50 personas).

Reconocimientos a la acogida de refugiados de Ucrania

Crear comunidad también consiste en apoyar y acoger a las personas que más lo necesitan. IKEA en España y más de 50 colaboradores se pusieron manos a la obra ante la invasión de Ucrania y la crisis de desplazados. Teníamos claro que podíamos ayudar y lo hicimos apoyando la iniciativa **“Ucrania urgente”**.

Nuestra colaboración ha sido reconocida este año en las categorías especiales de los premios DIRCOM Ramón del Corral 2023 como “Mejor Estrategia de Asuntos Públicos”. Y también recibimos una de las 27 Distinciones de la Inclusión y las Migraciones otorgadas por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

Nos pusimos a disposición de las autoridades para ayudar a través de recursos propios y de nuestro equipo. Algunos hicieron voluntariado para equipar con mobiliario, zonas de recreo y juguetes los Centros de Recepción, Atención y Derivación para personas desplazadas desde Ucrania (CREADE). Esto se tradujo en:

- **5.000 productos donados** del surtido de IKEA en España.
- **60.000 euros de valor en la totalidad de productos donados.**
- **+ de 50 personas involucradas, en distintas tiendas de IKEA en España.**

“Con nuestros programas de refugiados, queremos apoyarles para que inicien una vida aquí, que desarrollen su talento y que IKEA sea su hogar. Animamos a otras empresas para que se sumen a este reto de inclusión”

Elena López

Directora de Diversidad y Experiencia del Empleado

Nuestra Comunidad

“Fue una experiencia emocionante e intensa. En un tiempo récord, estábamos creando los centros Create, que era lo más parecido a un hogar que podíamos ofrecer a las personas que llegaban desde Ucrania”

Nuria, colaboradora de la tienda de Valencia



Nuestro equipo

9



[Ir al índice](#)

Nuestro Equipo

IKEA quiere ser un buen lugar para trabajar. Somos diferentes porque nuestros valores y nuestra cultura se centran en las personas, en apoyarlas para desarrollar su talento y en acompañarlas en cualquier momento de sus vidas.

Somos una empresa diversa, comprometida con la igualdad de oportunidades. Nos guiamos por el principio de crear un mejor día a día para la mayoría de las personas.

- **10.016 personas forman nuestra plantilla, un 2,6 % más que en FY22**
- **93 % de contratos indefinidos**
- **59 % de quienes trabajan en IKEA son mujeres**
- **Casi un 50% de las posiciones de managers son ocupadas por mujeres**
- **174.404 horas de formación impartida**

Un negocio sostenible gracias a las personas

De acuerdo con nuestros valores, en IKEA contamos con una cultura corporativa global basada en el concepto de “Un hogar común”. Tenemos como objetivo empoderar a las personas que forman parte de IKEA, dando oportunidades a todas ellas para participar en las actividades de la compañía y seguir creciendo. Todas las ideas son bienvenidas y apoyadas.

La transformación del negocio (de retailer físico a omnicanal) exige una transformación del talento, que adquiere nuevas

competencias y mayor responsabilidad. Supone un reto para IKEA reforzar el liderazgo de cada empleado en este proceso de transformación.

Velamos por el empleo de calidad

En IKEA el diálogo social se organiza mediante un Comité de Empresa en cada tienda y, a nivel nacional, mediante el Comité Intercentros. En España, el 100 % de los empleados está cubierto por convenio colectivo.

Redujimos nuestra brecha salarial al 5 %

FY22: 6 % → → → FY23: 5 %

Nuestros esfuerzos han tenido su recompensa: en el FY23 logramos reducir la brecha salarial desde el 6 % al 5 % en solo un año. Es un logro del que en IKEA nos sentimos orgullosos porque estamos muy por debajo del 25 %, que es el umbral en el que la normativa vigente obliga a las empresas a informar de las medidas para reducir la desigualdad de salarios.

La brecha salarial cero es la meta que perseguimos en IKEA para garantizar la misma remuneración entre hombres y mujeres en puestos de igual categoría. Realizamos intervenciones en tres ámbitos:

- **Estudio anual de la brecha salarial y protocolo de seis pasos para el control y monitorización de la brecha.** Si se detecta, hay un plan de acción para la mitigación (global) y se sigue el plan marcado por el Ministerio de Igualdad (local).

- **Formación para managers y coworkers.**
- **Políticas redistributivas con perspectiva de género.**

Así calculamos la brecha salarial

Para el cálculo de la brecha salarial consideramos la metodología del Ministerio de Igualdad: **promedio equiparado salario hombres – promedio equiparado salario mujeres/promedio equiparado salario de hombres.**

Los datos de brecha son los datos tenidos en cuenta para la confección del registro retributivo hecho en el año 2022 de las retribuciones de la plantilla activa durante el año 2022 y 2023. Estos datos son los utilizados además para la renovación del distintivo de Igualdad y es un proceso validado y auditado por la Fundación Alares.



“Casi el 90% de nuestros colaboradores piensa que IKEA es un excelente lugar para trabajar. Y queremos que esto siga siendo así, mejorando cada día su vida en la compañía”

Virginia Garrido
Directora de People & Culture

Nuestro Equipo

Promovemos la inclusión y la diversidad

En IKEA hemos dado un impulso enorme para cumplir con el objetivo de que todas las unidades cumplan, al menos, con el 2 %* de contratación directa para la inclusión laboral de personas con discapacidad que establece la Ley General de Discapacidad.

A cierre del FY23 el número de personas con discapacidad contratadas de forma directa por IKEA fue de 199 colaboradores.

Todos los integrantes de la compañía poseen las mismas oportunidades con independencia de su diversidad. El mérito y la aportación profesional son la base para promover una vida mejor.

Queremos ser una empresa reconocida, de crecimiento rentable y sostenido gracias al trabajo de un equipo humano altamente implicado en demostrar el talento de las personas con discapacidad.

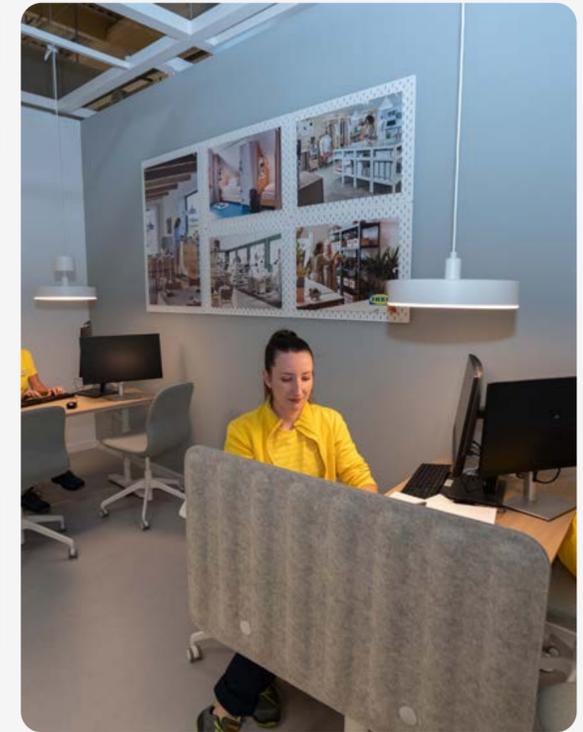
La construcción de las tiendas se ajusta al Código técnico de la edificación que incluye medidas de accesibilidad.

*Porcentaje de empleados con discapacidad calculado empleando valores previstos para el IPREM en los PGE (6.583,20€). El Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM) es un índice empleado en España como referencia para la concesión de ayudas, subvenciones o el subsidio de desempleo.

Cuatro aperturas con vocación de integración

En las aperturas de tiendas durante FY23, en las que destacan Torrejón, Almería, Leganés y Diagonal, hemos trabajado con un foco específico en diversidad e inclusión. Y más concretamente en discapacidad, con un porcentaje de colaboradores con discapacidad del 2 % o más.

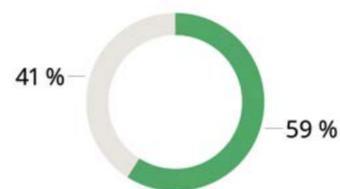
Son unidades que han abierto sus puertas con una vocación muy fuerte de cumplir con nuestros compromisos sociales desde el inicio. Los procesos de reclutamiento se han centrado en incorporar talento, con criterios de igualdad de género, discapacidad y refugiados.



Nuestro Equipo

Igualdad de oportunidades en toda la organización

En IKEA respetamos a todas las personas y creemos que cuando más pueden ser ellas mismas, mucho mejor. Para nosotros, la igualdad no es opcional. Es fundamental que todos los colaboradores y colaboradoras que trabajan con nosotros sientan que tienen las mismas oportunidades, independientemente de si son hombres o mujeres. Estamos firmemente comprometidos en cuanto a la igualdad de oportunidades, igualdad salarial y avanzamos en nuestro reto de conseguir un balance 50/50 de hombres y mujeres en los diferentes departamentos de nuestra compañía.



59 % de la plantilla está formada por mujeres



Más del 49 % de las posiciones de managers las ocupan mujer



5 mujeres y 4 hombres en nuestro Comité de Dirección

Tras los planes de igualdad de 2011 y 2018, en septiembre de 2023 IKEA Ibérica firmó su III Plan de Igualdad, que se negoció a lo largo de FY23 y que estará en vigor los próximos cuatro años. Incluye un total de 100 medidas para cuidar el bienestar y la conciliación en el día a día de las personas que forman parte de nuestro equipo. Estas son algunas de ellas:

- **Mejoramos de 2 a 4 meses la excedencia por cuidado de menor**, que actualmente retribuimos con 600 euros.
- **Damos 2 semanas extra** a las que establece la ley para familias monoparentales por **paternidad/maternidad**
- **Incorporamos una licencia retribuida de 1 día para acompañar a la pareja a clases de preparación al parto o exámenes prenatales.**
- **Incrementamos a 1.200 euros** el importe de ayuda económica para el traslado de **mujeres víctimas de violencia de género.**
- **Ofrecemos acceso prioritario a las mujeres víctimas de violencia de género para sesiones de apoyo psicológico**, en caso de que lo soliciten.
- **Implementamos un nuevo protocolo de acoso en situaciones de acoso sexual y por razón de sexo.**
- **Incorporamos más medidas para seguir avanzando en la detección y corrección de cualquier diferencia salarial** entre hombres y mujeres sin justificación.

Protocolos contra la violencia de género y el acoso

En IKEA queremos tener un impacto positivo en las personas de nuestro equipo. Por ello, disponemos de un protocolo específico para mujeres víctimas de violencia de género, con apoyo psicológico desde el primer momento. Y contamos con una Guía de lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones, tanto internas como externas.

Estos compromisos han validado su pertenencia a la Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género, en colaboración con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, y en el Chárter de Diversidad, de la Fundación Diversidad.

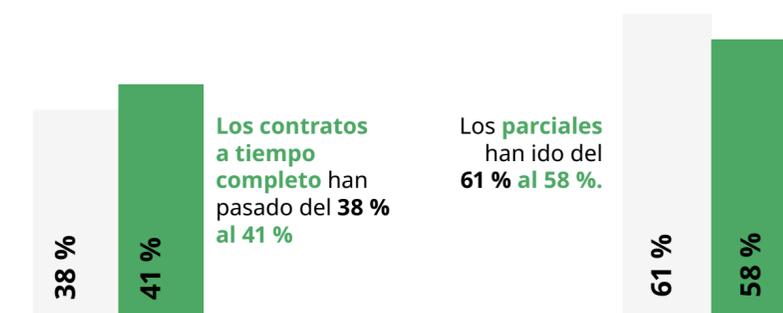
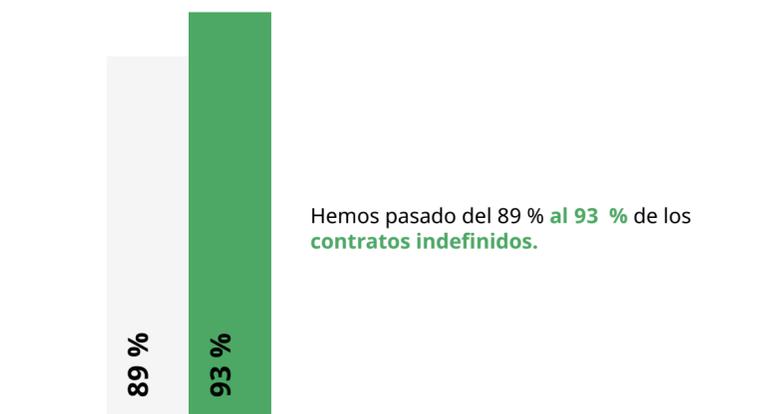
IKEA Ibérica también cuenta con un protocolo sobre acoso laboral y sexual firmado con la representación social de la empresa. Incluye procedimientos de prevención y tratamiento en situaciones de acoso moral, sexual y laboral en el trabajo. El órgano encargado de la gestión de estos casos es una comisión instructora de situaciones de acoso ad hoc. El procedimiento se desarrolla bajo los principios de rapidez y confidencialidad, garantizando la intimidad y dignidad de los individuos implicados.

Fomentamos el bienestar

En IKEA queremos que nuestro equipo se sienta bien formando parte de nuestra empresa. Para nosotros, el bienestar es un concepto amplio que abarca desde una alimentación saludable

hasta el cuidado de la salud mental, pasando por la atención a situaciones graves como, por ejemplo, violencia de género.

Asimismo, el bienestar también es que las personas gocen de buenas condiciones laborales que les permitan vivir dignamente de su trabajo. Nos esforzamos en mejorar las condiciones de trabajo en un sector tan demandante como el del retail.



Nuestro Equipo

Iniciativas para un equipo más humano

En IKEA, nuestros colaboradores son más que empleados y les ofrecemos ayuda cuando más lo necesitan. Les damos apoyo invirtiendo en dos programas que tienen una visión integral de quienes trabajan con nosotros y de sus familias.



Programa el Cable IKEA

Damos continuidad a esta iniciativa que da ayudas económicas en **situaciones de emergencia personal** para un mayor bienestar social de nuestros colaboradores.

Más de **770.000 euros** para Cable IKEA desde 2014, cuando se creó.

El **53 %** de las 839 solicitudes han tenido **respuesta positiva**

El **26 % del fondo** han resuelto temas de **vivienda y equipamiento**.



Programa interno Lykta

Disponemos de un servicio de atención social en cada centro de trabajo para intervenir en los asuntos de convivencia o en las necesidades sociales de las personas.

Más de **1,8 millones de euros** invertidos en Lykta desde 2014, cuando se creó.

4.464 personas atendidas en total, casi el **50 %** de nuestra plantilla.

1.301 personas atendidas en FY23



Complemento invierno cálido

A principios de 2023, con los elevados niveles de inflación y los precios de los suministros energéticos inusualmente elevados, nos preocupamos por que ninguno de nuestros colaboradores se viera en una situación de no poder afrontar el pago de la luz y el gas.

Nos dimos cuenta de que podíamos apoyarles y lanzamos el Complemento invierno cálido, con el que asumimos el 50% de la factura de la luz y el gas de enero y febrero. La ayuda era accesible cumpliendo unos criterios económicos y los canales para solicitarlo garantizaban la confidencialidad. De este modo, nos asegurábamos de que llegaba a las personas que más lo necesitan e incluir esta frase al final. En FY23, 216 personas se beneficiaron de este complemento.

Nuestro Equipo

Productos a precio de coste en Navidad y también en verano

Cada Navidad, para ayudar a nuestros colaboradores a celebrar estas fiestas, además de la cesta ofrecemos nuestros productos de la tienda sueca a precio de coste.

Cuidado de la salud

- Para cuidar de nuestro equipo, contamos con un servicio médico en cada una de las unidades. Se canaliza de manera externa, en formato virtual y presencial.
- Tras la pandemia, se incorporó la atención a la salud mental, con apoyo psicológico para todos los colaboradores y bonos en condiciones ventajosas.
- También se ofrece un servicio de fisioterapia en cada una de las unidades.
- Contamos con la app *WellWo*, fomentamos los hábitos de vida saludable en los ámbitos físico, nutricional, medioambiental, emocional, social y financiero.

Conciliación

Queremos que nuestros empleados puedan compatibilizar su vida personal con la vida profesional. En IKEA Ibérica trabajamos de forma continuada y las personas conocen sus horarios con 4 meses de antelación, así como sus vacaciones anuales y fines de semana libres.

Nuestros trabajadores y trabajadoras disponen de 2 días libres por semana y tienen más del doble de fines de semana libres respecto a lo especificado en el convenio colectivo, además de un número de fines de semana de trabajo inferior al convenio colectivo.

También tienen flexibilidad para distribuir sus vacaciones fuera del periodo estival, con una bolsa vacacional pensada para ello.

Facilitamos el disfrute de la conciliación con medidas concretas. Por ejemplo, las personas que trabajan a tiempo parcial pueden disfrutar de un turno fijo.

Trabajo flexible

El tiempo es vida. Y nosotros queremos mejorar la vida de la mayor parte de nuestras personas. Por ello, ofrecemos una serie de medidas de flexibilidad para los momentos importantes, como los cumpleaños, que siempre son un día libre, y también en los descansos de fin de semana y en las vacaciones.

Facilitamos la planificación de horarios con distintas medidas. Los colaboradores que deseen librar en días concretos pueden elegir 6 opciones de libranzas al año y se concederán al menos 3. Y damos a conocer el horario de cada cuatrimestre al menos 15 días antes de que comience.

En IKEA, la distribución del tiempo laboral se regula por lo

dispuesto en el Convenio Colectivo de Grandes Almacenes; y con relación a la planificación de la jornada, a través de lo establecido en el Acuerdo para la Distribución de la Jornada en IKEA Ibérica.

Teletrabajo

Tras el auge del teletrabajo en la pandemia y debido a nuestro compromiso para mejorar el bienestar de las personas que trabajan en IKEA, desde el 1 de enero de 2023, están en vigor los acuerdos para la regulación de las condiciones de trabajo en remoto y de la desconexión digital.

Fuimos la primera empresa del sector en aprobarlos ambos acuerdos para reforzar nuestra apuesta por la conciliación.



Profesionales a los que aplica: el teletrabajo se aplicará a las personas trabajadoras ligadas a las áreas de Atención al Cliente, Venta en Remoto y Oficinas Centrales.



Equipamiento para trabajar: las personas tienen derecho a un equipo ergonómico y adecuado al puesto, compuesto por una mesa, ordenador, monitor, ratón, alfombrilla, teclado, reposapiés, silla, flexo y el material de oficina, proporcionado por la empresa.



Compensación de gastos: se compensan los gastos derivados del trabajo en casa con una aportación extra de 30 euros mensuales, siempre que se realice en remoto al menos un 30% del horario laboral. Se debe disponer de rúter para su correcta conexión.



Carácter voluntario: en IKEA el teletrabajo es de carácter voluntario. Quienes se acojan, disponen de dos días de teletrabajo y tres días de trabajo presencial a la semana. Contamos con una comisión de seguimiento para garantizar el cumplimiento de estas condiciones.

En relación con los grupos de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...), estos son del todo voluntarios y, si se decide formar parte, se anima a silenciarlos durante las horas fuera del horario laboral o en sus días de descanso.

Con el fin de que todo empleado y empleada conozca esta política se establecense establecerá y difundirá una pequeña guía práctica de opciones para la desconexión digital que evite la fatiga informática en herramientas como Outlook, Teams o Whatsapp.

Nuestro Equipo

Desarrollamos el talento y el liderazgo

En IKEA queremos crecer potenciando el crecimiento de las personas. Apostamos de forma clara por la formación e impulsamos el desarrollo profesional desde la perspectiva del liderazgo.



Programa Bloom

Desarrollamos a nuestros colaboradores/as para crecer a nuevas posiciones de responsabilidad. En estos programas formamos tanto en competencias técnicas como en habilidades de liderazgo. Nuestro enfoque en el crecimiento de nuestros colaboradores/as es nuestro ADN como organización.



Programa para *Shopkeepers*.

Apoyamos a los jefes de sección con formación técnica y de liderazgo. En el FY23 han participado todo nuestro equipo comercial, 190 personas.



Tod@s Lideramos

Es una formación sobre nuestro enfoque de Liderazgo con el objetivo es iniciar un movimiento en el que todas las personas que trabajan en IKEA lideren independientemente de su posición; ya se ha realizado por 1.037 personas en FY23.



Multiskilling

Nuestros planes de formación tienen el foco puesto en la polivalencia de todos/as los colaboradores/as, con el objetivo que tengan dos o más habilidades para trabajar en dos o más áreas de negocio.



Ideas innovadoras

Iniciativa de la ONU que lidera la sostenibilidad empresarial en el mundo. Promueve la responsabilidad social de las empresas y se concentra en diez principios basados en el respeto a los derechos humanos, laborales, medioambientales y en la lucha contra la corrupción, que deben presidir la visión estratégica y la práctica diaria de toda empresa. IKEA firmó el Pacto Mundial en 2019.



Formación sobre “sesgos inconscientes”.

En FY23, esta formación que estaba dirigida al equipo de gestión y al área de People & Culture está disponible para todo el equipo.

También incorporamos el aprendizaje en todos los procesos. Nos hemos propuesto optimizar las tareas e incluimos la formación en el suelo de venta, fusionando conocimiento, motivación y habilidad para un desempeño óptimo.

Plataforma My Learning

En IKEA Ibérica gestionamos las distintas ofertas formativas a través de la plataforma de formación abierta My Learning. En ella el colaborador dispone de su expediente formativo y puede acceder a la gama de los cursos que tiene a su disposición.

Contamos con planes de formación locales que se complementan con un Plan de Formación Nacional, dirigido a temas relacionados con las prioridades de la compañía.

El contenido formativo que hemos preparado está relacionado con nuestro surtido y con nuestros servicios, los procesos de la tienda y la orientación al cliente. También se incluyen materias transversales, como cultura y valores de IKEA; seguridad; salud y prevención en el trabajo; sostenibilidad y cuidado del planeta; igualdad; y liderazgo.

Nuestro Equipo

Plataforma *My Learning*

En IKEA Ibérica gestionamos las distintas ofertas formativas a través de la plataforma de formación abierta My Learning. En ella el colaborador dispone de su expediente formativo y puede acceder a la gama de los cursos que tiene a su disposición.

Contamos con planes de formación locales que se complementan con un Plan de Formación Nacional, dirigido a temas relacionados con las prioridades de la compañía. El contenido formativo que hemos preparado está relacionado con nuestro surtido y con nuestros servicios, los procesos de la tienda y la orientación al cliente. También se incluyen materias transversales, como cultura y valores de IKEA; seguridad; salud y prevención en el trabajo; sostenibilidad y cuidado del planeta; igualdad; y liderazgo.

Horas de formación impartidas por categoría profesional	FY23
Mandos	28.987
Técnicos	10.780
Coordinadores	8.539
Profesionales	54.604
Personal base	71.494
TOTAL	174.404



Cuidamos de la salud y seguridad

Pese a que en el Convenio Colectivo de aplicación no se establecen puntos sobre seguridad y salud, en IKEA Ibérica estamos comprometidos con el cuidado de las personas. Por ello, ponemos en marcha planes de promoción de la salud en las unidades de trabajo.

Durante FY23 no se han producido enfermedades profesionales.

Accidentes de trabajo

Índice de frecuencia	FY23
Mujeres	17,26
Hombres	24,55
TOTAL	20,37

Índice de frecuencia: nº accidentes trabajo / nº horas trabajadas * 1.000.000

Índice de gravedad	FY23
Mujeres	0,7
Hombres	0,78
TOTAL	0,73

Índice de gravedad: nº jornadas perdidas / nº horas trabajadas * 1.000

Accidentes de trabajo

620.811
horas de absentismo *

*Accidente de trabajo + ITCC. Se incluyen enfermedades profesionales. Alcance del indicador: 96,07 % de la plantilla. Quedan fuera del alcance los datos de los colaboradores de Service Office, que suponen un 3,93 % de los empleados.

Tablas de indicadores

10



[Ir al índice](#)

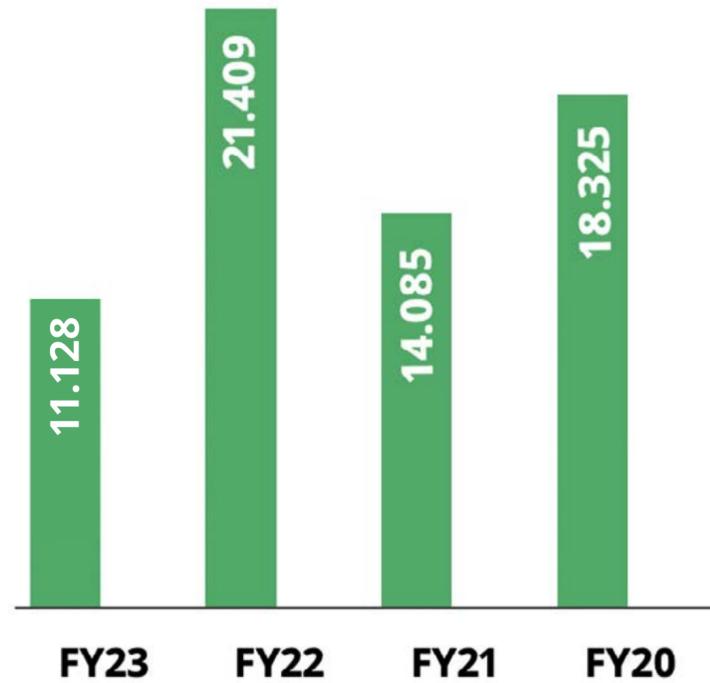
Tablas de indicadores

1. IKEA, pasión por el hogar

1.1. Satisfacción en evaluación permanente

En FY23 atendimos **518.622 incidencias de diversa índole** reportadas por los clientes. Son comunicaciones y notificaciones a IKEA por parte de los clientes y similares que no llegan a convertirse en quejas o en reclamaciones, normalmente porque son de poca entidad o porque las solucionamos correctamente.

Quejas y reclamaciones



2. El planeta, nuestro hogar

2.1. Residuos y recuperación de muebles

Muebles recuperados

	FY23	FY22	FY21	FY20
Nº Tornillería en tienda	58.646	58.853	57.949	57.639
Nº Tornillería a domicilio	56.187	43.193	39.779	20.570
Nº Compra-Venta 2º mano	73.495	32.839	29.805	416
Nº Recuperaciones vía reempaquetado	390.011	370.291	390.895	271.557
Nº productos vendidos mercado circular	2.042.647	1.668.005	1.687.938	1.754.702

Residuos generados y reciclados

	FY23	FY22	FY21	FY20
Generación (Toneladas)*	22629,35 tn	23.217,86	22.396,63	19.940,90
Cantidad reciclada (Toneladas)	19892,67 tn	21.007,60	18.844,93	17.489,14
Reciclado (%)	87,91 %	90,48 %	84,14 %	87,7 %

Tablas de indicadores

2.2. Uso responsable de los recursos

Consumo de agua (m3)

FY23	FY22	FY21	FY20
197.129	183.054	150.843	160.776

2.2.3. Consumo energético según fuente (MWh)

	FY23	FY22	FY21	FY20
Electricidad	69.011,49	62.304,36	60.732,62	60.119,51
Gas natural y otras fuentes fósiles estacionarias	6.478,43	9.600,90	9.730,31	7.704,25
Fuentes móviles	1308,92	1.118,28	1.869,69	2.389,94

2.2.4. Producción de energía renovable (MWh)

	FY23	FY22	FY21
Energía renovable generada por IKEA	18.254,9	15.614,20	9.666,95
% vs total energía consumida por IKEA	24,18 %	17,6 %	13,72 %

3. Movilidad sostenible

	FY23	FY22
Nº puntos de recarga	245	243
Nº Furgonetas eléctricas	56	47
Nº total vehículos flota	164	158
Nº total vehículos flota eléctricos	90	60
% vs total vehículos flota	54,9 %	38 %
Nº total vehículos flota híbridos	32	49
% vs total vehículos flota	19,5 %	31 %
Nº total vehículos flota combustión	42	49
% vs total vehículos flota	25,6 %	31 %
Total vehículos bajos en emisiones	122	109

Tablas de indicadores

4. Crecemos juntos con el equipo IKEA

4.1. Velamos por el empleo de calidad

Distribución de la plantilla por género (número de empleados) *

	FY23	FY22	FY21	FY20
Mujeres	5.947	5.803	5.815	5.265
Hombres	4.069	3.962	4.118	3.680
TOTAL	10.016	9.765	9.933	8.945

*Empleados a cierre del año fiscal

Distribución por edad y género (número de empleados)

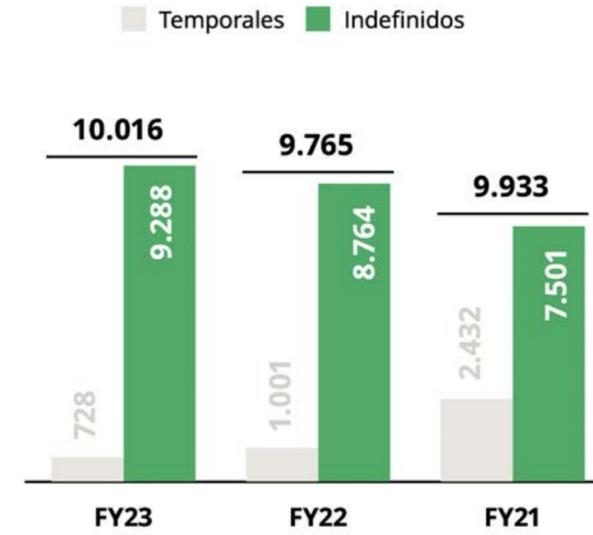
POR EDAD	FY23			FY22			FY21		
	Nº	Mujeres	Hombres	Nº	Mujeres	Hombres	Nº	Mujeres	Hombres
<25	1597	851	746	1.527,00	824,00	703,00	1.658,00	908,00	750,00
25<35	2970	1.628	1.342	3.048,00	1.646,00	1.402,00	3.257,00	1.734,00	1.523,00
35<50	4081	2.482	1.599	4.023,00	2.494,00	1.529,00	4.025,00	2.452,00	1.573,00
50 ó más	1368	986	382	1.167,00	839,00	328,00	993,00	721,00	272,00
TOTAL	10.016	5.947	4.069	9.765	5.803	3.962	9.933	5.815	4.118

Distribución por categoría profesional y género (número de empleados)

	FY23			FY22			FY21		
	Nº	Mujeres	Hombres	Nº	Mujeres	Hombres	Nº	Mujeres	Hombres
Mandos	767	381	386	705	346	359	710	353	357
Técnicos	577	319	258	538	296	242	556	286	270
Coordinadores	230	113	117	202	92	110	196	89	107
Profesionales	4.459	2.850	1.609	4.676	2.940	1.736	4.498	2.815	1.683
Personal base	3.983	2.284	1.699	3.644	2.129	1.515	3.973	2.272	1.701
TOTAL	10.016	5.947	4.069	9.765	5.803	3.962	9.933	5.815	4.118

Distribución por modalidad de contrato

(número de contratos) *



*Empleados a cierre del año fiscal

Distribución por modalidad de contrato y género

(promedio)

	FY23			FY22			FY21		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Temporales	194	119	313	664	498	1.162	878	605	1.483
Indefinidos	5.421	3.709	9.130	4.847	3.316	8.163	4.422	3.101	7.523
TOTAL	5.615	3.828	9.443	5.511	3.814	9.325	5.300	3.706	9.006

Tablas de indicadores

Distribución por tipo de jornada y género (promedio)

	FY23			FY22			FY21		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Temporales	194	119	313	664	498	1.162	878	605	1.483
Indefinidos	5.421	3.709	9.130	4.847	3.316	8.163	4.422	3.101	7.523
TOTAL	5.615	3.828	9.443	5.511	3.814	9.325	5.300	3.706	9.006

Distribución por modalidad de contrato y edad (promedio)

	FY23			FY22			FY21		
	Indef	Temp	TOTAL	Indef	Temp	TOTAL	Indef	Temp	TOTAL
<25	1.202	141	1.343	887	465	1.352	750	580	1.330
25<35	2.787	89	2.876	2.575	412	2.987	2.395	580	2.975
35<50	3.911	66	3.977	3.684	241	3.925	3.516	282	3.798
50 ó más	1.230	17	1.247	1.017	44	1.061	861	42	903
TOTAL	9.130	313	9.443,00	8.163	1.162	9.325,00	7.522	1.484	9.006,00

Distribución por tipo de jornada y edad (promedio)

	FY23			FY22			FY21		
	T. completo	T. parcial	TOTAL	T. completo	T. parcial	TOTAL	T. completo	T. parcial	TOTAL
<25	134	1.209	1.343	105	1.247	1.352	95	1.236	1.331
25<35	1.213	1.663	2.876	1.149	1.838	2.987	1.137	1.837	2.974
35<50	1.971	2.006	3.977	1.857	2.068	3.925	1.828	1.970	3.798
50 ó más	1.823	2.726	4.549	1.722	2.836	4.558	1.615	2.657	4.272
TOTAL	3.798	5.645	9.443	3.498	5.827	9.325	3.391	5.615	9.006

Distribución por tipo de jornada y categoría profesional (promedio)

	FY23			FY22			FY21		
	T. completo	T. parcial	TOTAL	T. completo	T. parcial	TOTAL	T. completo	T. parcial	TOTAL
Mandos	724	23	747	686	18	704	682	16	698
Técnicos	499	57	556	472	52	524	474	56	530
Coordinadores	213	6	219	179	9	188	186	13	199
Profesionales	1.823	2.726	4.549	1.722	2.836	4.558	1.615	2.657	4.272
Personal base	539	2.833	3.372	439	2.912	3.351	434	2.873	3.307
TOTAL	3.798	5.645	9.443	3.498	5.827	9.325	3.391	5.615	9.006

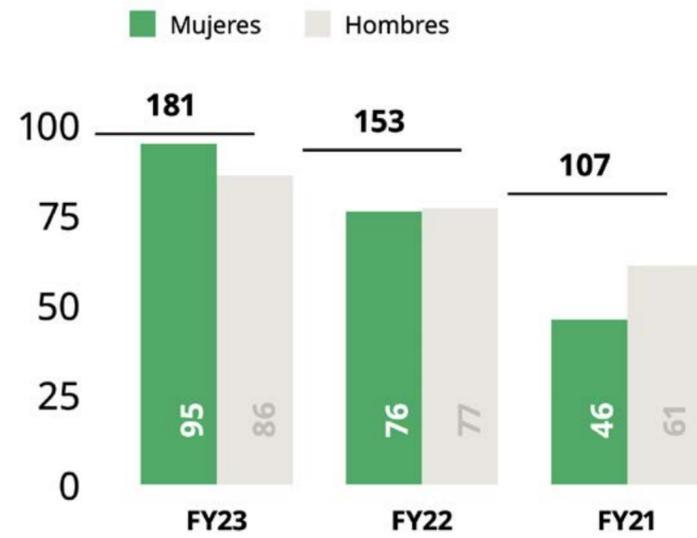
Tablas de indicadores

Distribución por modalidad de contrato y categoría profesional FY23

	N° indefinido	% indefinido vs total contratos promedio	N° Temporal	% temporales vs total promedio contratos	Total (N°)	Total (%)
Mandos	747	7,91	0	0	747	7,91
Técnicos	553	5,86	3	0,03	556	5,89
Coordinadores	218	2,31	0	0	218	2,31
Profesionales	4.522	47,89	28	0,30	4.550	48,18
Personal base	3.090	32,72	282	2,99	3.372	35,71
Total	9.130	97	313	3	9.443,00	92,09

Tablas de indicadores

Despidos por género (número)*



Despidos por categoría profesional (número)*

	FY23	FY22	FY21
Mandos	22	29	24
Técnicos	13	8	8
Coordinadores	9	7	1
Profesionales	85	75	48
Personal base	52	34	26
TOTAL	181	153	107

*Empleados a cierre del año fiscal

Despidos por edad (número)*

	FY23	FY22	FY21
<25	26	17	6
25<35	52	57	34
35<50	76	62	51
50 ó más	27	17	16
TOTAL	181	153	107

Tablas de indicadores

4.2. Remuneraciones

Promedio de retribución (€)

Los importes incluyen el salario más las variables fijas de los colaboradores de la compañía, pudiendo variar esos promedios de un año a otro debido a los cambios en los ocupantes de cada uno de los tramos de edad o grupo profesional. En estas cantidades están incluidas las remuneraciones de todos los colaboradores, incluidos puestos de dirección de IKEA Ibérica, que incorporamos dentro del grupo profesional de Mandos.

Los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad no reciben remuneración en concepto de dicho cargo. No existen contratos de alta dirección.

	Mujeres			Hombres		
	FY21	FY22	FY23	FY21	FY22	FY23
MANDOS						
<25	25.900	27.323,00	30.459,26	22.800	24.785,00	
25<35	31.932	30.678,71	32.724,49	31.125	35.032,10	34.870,98
35<50	40.524	40.375,78	41.896,08	44.243	44.150,49	44.764,24
50 ó más	72.572	62.959,95	60.633,30	75.628	74.221,53	75.280,96

	Mujeres			Hombres		
	FY21	FY22	FY23	FY21	FY22	FY23
TÉCNICOS						
<25	28.409	28.891,17	25.000	22.951	23.402,64	25.819
25<35	27.452	28.002,86	30.345	27.750	28.867,96	31.089
35<50	34.878	35.387,25	36.387	33.814	34.769,47	36.003
50 ó más	47.375	47.729,90	47.088	34.303	35.964,83	40.581

	Mujeres			Hombres		
	FY21	FY22	FY23	FY21	FY22	FY23
COORDINADORES						
<25	22.456	22.367,36	23.169	23.778		24.279
25<35	22.937	23.974,36	25.043	24.648	24.709,15	25.636
35<50	23.540	23.936,41	24.994	24.904	25.162,65	25.917
50 ó más	24.635	24.412,07	25.873	27.967	29.516,94	28.239

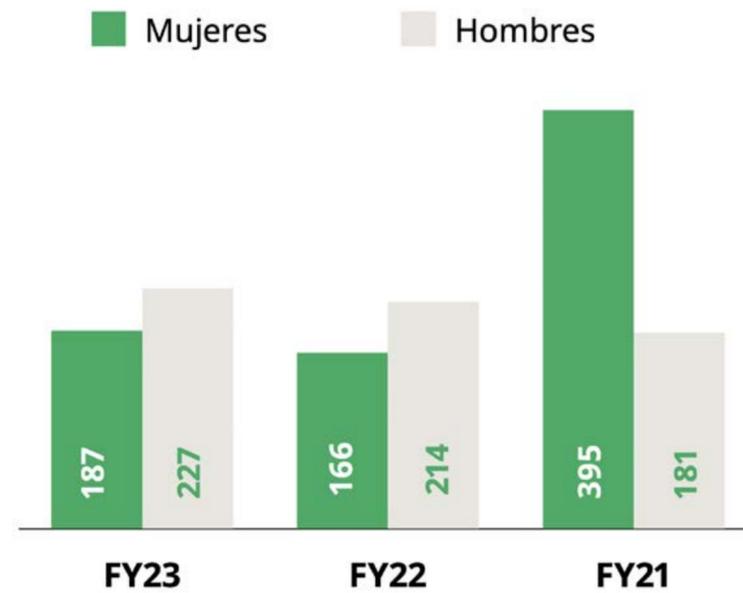
	Mujeres			Hombres		
	FY21	FY22	FY23	FY21	FY22	FY23
PROFESIONALES						
<25	17.782	17.919,26	18.782,78	17.799	18.123,69	18.750
25<35	18.252	18.456,23	19.573,97	18.426	18.617,90	19.527
35<50	18.735	18.932,48	19.825,41	19.299	19.472,65	20.398
50 ó más	18.739	18.910,59	19.727,06	19.454	19.676,89	20.638

	Mujeres			Hombres		
	FY21	FY22	FY23	FY21	FY22	FY23
PERSONAL BASE						
<25	16.899	17.130,93	17.918,35	16.717	16.886,78	17.680,55
25<35	17.184	17.388,03	18.195,75	17.060	17.163,84	17.959,16
35<50	17.073	17.285,03	18.084,16	17.263	17.332,09	18.118,69
50 ó más	16.893	17.257,15	17.940,13	17.264	17.099,06	17.799,85

Tablas de indicadores

Remuneraciones de directores (miles de €)

El promedio salarial tiene en cuenta los sueldos y remuneraciones percibidos durante el año fiscal, así como retribuciones extraordinarias por consecuciones de objetivos del FY23, retribuciones en especie y fondos de pensiones y sistemas de previsión social.



4.3. Talento y desarrollo de liderazgo

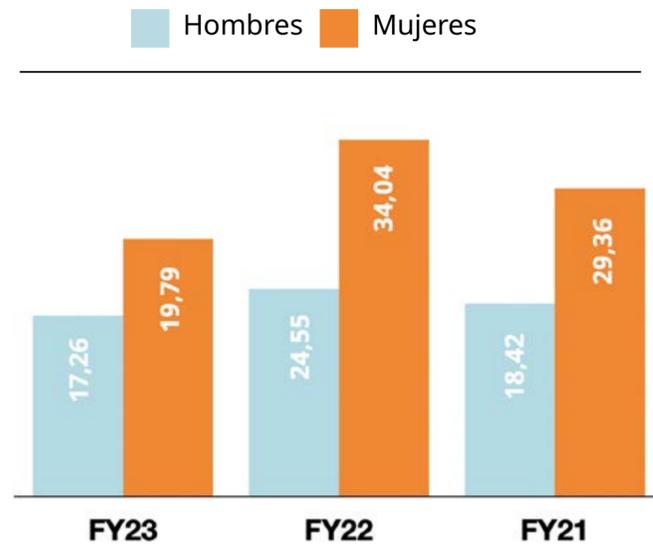
Horas de formación impartidas por categoría profesional

	FY23	FY22	FY21
Mandos	28.987	20.624	14.260
Técnicos	10.780	8.720	6.681
Coordinadores	8.539	7.057	4.744
Profesionales	54.604	66.327	53.284
Personal base	71.494	81.428	67.844
TOTAL	174.404	184.156	146.813

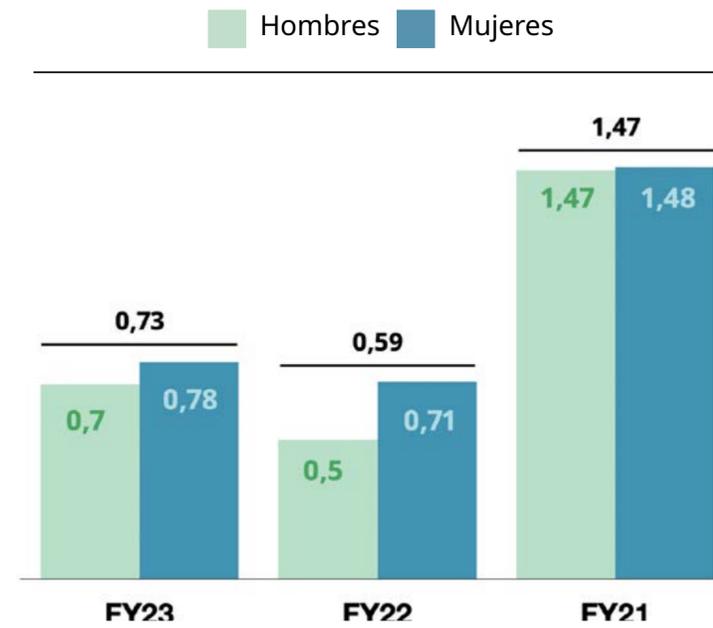
Tablas de indicadores

4.4. Salud y seguridad

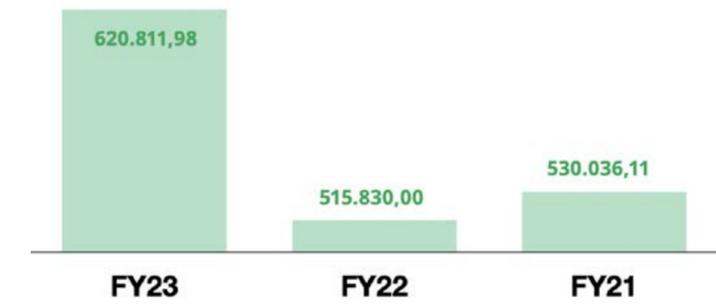
Índice de frecuencia de accidentes laborales
SIN DATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL



Índice de gravedad



Absentismo



Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Asuntos generales	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo.	Entorno empresarial y estructura de la organización, considerando la descripción de las actividades y servicios.	1. Carta del CEO y CSO 4. Nuestra visión de la sostenibilidad 5. Nuestro negocio	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios 102-7 Tamaño de la organización.	N/A
	Mercados en los que opera.	Ubicación donde desarrollamos nuestras operaciones más significativas.		102-3 Ubicación de la sede 102-4 Ubicación de las operaciones 102-6 Mercados servidos	N/A
	Objetivos y estrategias de la organización	Estrategia y objetivos globales de la compañía. Vinculado al GRI indicado, se consideran las prioridades estratégicas y los temas clave a corto y medio plazo relativos a la sostenibilidad.		102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	N/A
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	Tendencias del mercado que afectan a la organización.		102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	N/A
General	Marco de reporting.	La elaboración de este informe se ha basado en los compromisos del Pacto Mundial.	2. Sobre nuestro informe	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GR.	N/A
Enfoque de gestión	Descripción de las políticas que aplica.	Descripción de las políticas y compromisos que aplican a la compañía.	5. Nuestro negocio 5.5. Nuestras herramientas para el buen gobierno	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	N/A
	Resultados de las políticas.	Indicadores relacionados con el desempeño, según el ámbito.		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	N/A
	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Descripción del modelo de gestión de riesgos		1 02-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	N/A

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones medioambientales	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Enfoque de gestión	Descripción de las políticas que aplica	7. Nuestro planeta 4. Nuestra visión de la sostenibilidad Nuestra contribución FY23	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	N/A	
	Resultados de las políticas		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	N/A	
	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo		102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	N/A	
Gestión ambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y, en su caso, en la salud y la seguridad	Principales impactos actuales en materia de medio ambiente y compromisos futuros, que reflejarían el efecto previsible de su actividad	5. El Grupo Ingka e IKEA Ibérica 5. IKEA Ibérica 6.1 El origen de nuestros materiales 7. Nuestro planeta	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	Principio 7 y 8
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Certificaciones ambientales		NO GRI	Principio 8
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	Recursos humanos destinados a la prevención y gestión de riesgos ambientales		NO GRI	Principio 8
	Aplicación del principio de precaución	Existencia de un sistema de gestión ambiental		102-11 Principio o enfoque de precaución	Principio 7
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Seguro de responsabilidad civil por contaminación accidental y repentina por un importe de 1,2 millones de euros		NO GRI	Principio 7
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	Impacto en la emisión de partículas, SOx o COV, contaminación acústica y lumínica en las zonas donde operamos	2. Sobre nuestro informe IKEA Ibérica no ha detectado un impacto negativo de contaminación acústica y/o lumínica en las zonas donde operamos, por lo que no se considera un tema material para la compañía.	NO GRI	N/A

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones medioambientales	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Economía circular y prevención de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Medidas desarrolladas para la minimización de residuos en tiendas y promoción del reciclaje de los clientes. Gestión de residuos de la sociedad, incluyendo volumen generado y su tratamiento	6. Nuestros hogares - 3. Productos para una vida más sostenible - Mercado circular, el círculo virtuoso de los muebles. 8. Nuestra comunidad - Alianzas para el desarrollo 8. Nuestra comunidad - El Plan Allen para la transformación 7. Nuestro planeta - no al desperdicio de alimentos Tabla de indicadores	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Principio 7 y 8
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Iniciativas implementadas para eliminar el desperdicio alimentario, incluyendo objetivos establecidos y su consecución	2. El planeta, nuestro hogar _ 2.1 Residuos y recuperación de muebles	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 7, 8 y 9
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	7. Nuestro planeta - Compromiso IKEA: uso responsable de los recursos - monitorizamos el consumo de agua 4. Nuestra visión de la sostenibilidad - Más innovación en sostenibilidad	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido 303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua 303-5 Consumo de agua	Principio 7 y 8	
	Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	7. Nuestro planeta - Compromiso IKEA: reducir nuestra huella de carbono - Inversiones para mejorar los indicadores ambientales en FY23 6. Nuestros hogares - Energía solar: soluciones para el autoconsumo inteligente	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	N/A	
	Consumo, directo e indirecto, de energía	7. Nuestro planeta - Compromiso IKEA: uso responsable de los recursos - Apostamos por las energías renovables. Tabla de indicadores 2.2 Uso responsable de los recursos	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Principio 7	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 302-4 Reducción del consumo energético	Principio 7, 8 y 9	
	Uso de energías renovables	Descripción de las iniciativas implementadas para el aumento de energías renovables	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Principio 7, 8 y 9	

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones medioambientales	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa	Emisiones de alcance 1, 2 y 3, desglosados por fuente	7. Nuestro planeta - Compromiso IKEA: una movilidad más sostenible	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Principio 7 y 8
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático			Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Principio 7 y 8
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de GEI y los medios implementados para tal fin	Objetivos establecidos y ratio de desempeño (kg CO2/m3)		305-5 Reducción de las emisiones	Principio 7, 8 y 9
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Medidas desarrolladas para preservar y restaurar la biodiversidad afectada por la actividad de la compañía	IKEA Ibérica no ha detectado una afectación de la biodiversidad derivada de su actividad, por lo que no se considera un tema material para la compañía	NO GRI	N/A
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	Impacto de la actividad de la compañía sobre áreas protegidas		NO GRI	N/A

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones sociales y relativas al personal

	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial
Enfoque de gestión	Descripción de las políticas que aplica	5. Nuestro negocio	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	Resultados de las políticas		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo		102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	
Empleo	Número total y distribución de personal empleado por país, sexo y categoría profesional	10.4.1. Tabla de indicadores 10.4.2. Remuneraciones 9.1. Nuestro equipo 10.4.4. Absentismo	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Principio 6
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	Número total de contratos a cierre de FY23 y distribución por modalidad y tipo de jornada	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Principio 6
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Número total de despidos durante FY23 distribuidos por sexo, edad y categoría profesional	Número total de despidos durante FY23 distribuidos por sexo, edad y categoría profesional	NO GRI
	Brecha salarial	Promedio de la retribución salarial de empleados en el FY18 y FY23, distribuido por sexo, edad y categoría profesional	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Principio 6
	Remuneraciones medias su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Promedio de la retribución salarial de empleados en el FY18 y FY23, distribuido por sexo, edad y categoría profesional	NO GRI	Principio 6
		Remuneración media de los directores en el FY23, distribuido por sexo	NO GRI	Principio 7, 8 y 9
		Medidas vinculadas al derecho a la desconexión laboral		NO GRI

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones sociales y relativas al personal	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial
Empleo	Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Cumplimiento con la Ley General de Discapacidad (porcentaje de empleados con discapacidad sobre el total)	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Principio 6
	Organización del tiempo de trabajo	Distribución del tiempo laboral	NO GRI	Principio 3
Organización del trabajo	Número de horas de absentismo	Número total de horas de absentismo por accidente de trabajo y enfermedad común, registradas durante FY23	403-9 Lesiones por accidente laboral	Principio 3
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Iniciativas establecidas para favorecer la conciliación de los empleados	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Principio 3
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Estrategia y medidas implementadas para garantizar la salud y seguridad de los empleados	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes 403-3 Servicios de salud en el trabajo 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Principio 1 y 2
Salud y seguridad		9.4.Salud y seguridad		

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones sociales y relativas al personal	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Salud y seguridad	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales, desagregado por sexo	Índices de gravedad y frecuencia totales y desagregados por sexo	403-9 Lesiones por accidente laboral	Principios 1 y 2	
Relaciones sociales	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con él	Organización del diálogo social	9. Nuestro equipo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Principios 3
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Porcentaje total de empleados cubiertos por convenio colectivo		102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Principios 3
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Inclusión en los convenios colectivos de referencias a aspectos de seguridad y salud de los empleados		403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Principio 3
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	Implementación y aplicación de políticas relativas a la formación de empleados	9. Nuestro equipo - Desarrollamos el talento y el liderazgo. Tabla de indicadores 4.3 Talento y desarrollo de liderazgo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	N/A
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	Número total y distribución por categoría profesional de horas de formación impartidas en el FY23		404-1 Media de horas de formación al año por empleado	N/A

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Cuestiones sociales y relativas al personal	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Medidas establecidas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad a nuestros centros	3. Nuestro impacto en las personas y el planeta	NO GRI	Principio 6
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Medidas desarrolladas para la promoción de la igualdad de trato y de oportunidades		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 6
	Planes de igualdad (capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres),	Plan de igualdad		NO GRI	Principio 6
	Medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Procedimiento de actuación en situación de acoso		NO GRI	Principio 6
Accesibilidad	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Plan de igualdad		NO GRI	Principio 6

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información sobre el respeto a los derechos humanos	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial
Enfoque de gestión	Descripción de las políticas que aplica	5. Nuestro negocio - Respeto a los derechos humanos 5. Nuestro negocio - Nuestras herramientas para el buen gobierno	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	Resultados de las políticas		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo		102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	
Derechos humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	5. Nuestro negocio - Respeto a los derechos humanos 5. Nuestro negocio - IWAY, el código de conducta para proveedores	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Principios 1 y 2
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos		Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información sobre el respeto a los derechos humanos	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial
Derechos humanos	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil	Procedimientos disponibles para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de la OIT, libertad de asociación, derecho a la negociación colectiva y eliminación de la discriminación, el trabajo infantil y forzoso	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Principios 3, 4, 5 y 6
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Descripción de las políticas que aplica	5. Nuestro negocio - Tolerancia cero con la corrupción 5. Nuestro negocio - Nuestras herramientas para el buen gobierno	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
Enfoque de gestión	Resultados de las políticas		103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo		102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Medidas y procedimientos disponibles para la prevención de delitos de corrupción y soborno	8. Nuestra comunidad 8. Nuestra comunidad - Implicados con la sociedad	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Principio 10
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Medidas y procedimientos disponibles para la prevención del blanqueo de capitales		102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Principio 10
Corrupción y soborno	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Aportaciones realizadas a asociaciones sectoriales		205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Principio 10
Enfoque de gestión	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	5. Nuestro negocio	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades		

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información sobre la sociedad

	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Número total de empleados por provincia e inversión en la comunidad por tipo y Comunidad Autónoma	8. Nuestra comunidad	201-1 Valor económico directo generado y distribuido 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	N/A
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Listado de los distintos proyectos de impacto social desarrollados durante el FY23		413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos —reales o potenciales— en las comunidades locales	N/A
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Colaboración en proyectos de comunidad sostenibles en los territorios de influencia		102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	N/A
	Acciones de asociación o patrocinio	Importe total de la inversión social realizada en el FY23		102-12 Iniciativas externas 102-13 Participación en asociaciones	N/A

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información sobre la sociedad

	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Número total de empleados por provincia e inversión en la comunidad por tipo y Comunidad Autónoma	201-1 Valor económico directo generado y distribuido 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	N/A	
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Listado de los distintos proyectos de impacto social desarrollados durante el FY23	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos —reales o potenciales— en las comunidades locales	N/A	
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Colaboración en proyectos de comunidad sostenibles en los territorios de influencia	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	N/A	
	Acciones de asociación o patrocinio	Importe total de la inversión social realizada en el FY23	102-12 Iniciativas externas 102-13 Participación en asociaciones	N/A	
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Criterios sociales, de igualdad de género y ambientales establecidos en el Código de Conducta de Proveedores	5.6. IWAY, el código de conducta para proveedores	102-9 Cadena de suministro	Principios 1, 2 y 6

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información sobre la sociedad

	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Requerimientos de cumplimiento con criterios sociales y ambientales para la contratación de proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales	Principios 1, 2 y 6
Subcontratación y proveedores	Sistemas de supervisión y auditorías y sus resultados	Sistemas de supervisión y auditorías a proveedores llevadas a cabo en el FY23	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas pasando filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales	Principios 1, 2 y 6
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Medidas y procedimientos disponibles para garantizar la salud y seguridad de los consumidores	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	Principios 1 y 2
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y su resolución	Sistemas de reclamación y número total de quejas, incidencias, procedimientos sancionadores y demandas registradas	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Principios 1 y 2
Consumidores		5. Nuestro negocio - Satisfacción del cliente - Control de calidad, salud y seguridad 5. Nuestro negocio - Satisfacción del cliente. Tabla de indicadores 1. IKEA, pasión por el hogar - 1.1. Satisfacción en evaluación permanente		

Índice de contenidos de la Ley 11/2018

Información sobre la sociedad

	Contenido específico informado	Apartado de la memoria	Estándar GRI asociado	Principio Pacto Mundial	
	Beneficios obtenidos país por país	Totalidad del resultado antes de impuestos	5.9. Contribución tributaria	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Principio 10
	Impuestos sobre beneficios pagados	Contribución tributaria total satisfecha		201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Principio 10
Información fiscal	Información sobre las subvenciones públicas recibidas	Subvenciones de importe significativo recibidas		NO GRI	Principio 10



KPMG Auditores, S.L.
Pº. de la Castellana, 259 C
28046 Madrid

Informe de Verificación Independiente del Estado de Información no Financiera de IKEA Ibérica, S.A.U. del Ejercicio 2023

Al Accionista Único de IKEA Ibérica, S.A.U.:

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con un alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera (adjunto) (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio fiscal finalizado el 31 de agosto de 2023, de IKEA Ibérica, S.A.U. (en adelante, la Sociedad) que forma parte del Informe de Gestión 2023 de IKEA Ibérica, S.A.U.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla presente en el apartado "Índice de contenidos de la Ley 11/2018" incluida en el Informe de Gestión adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de IKEA Ibérica, S.A.U., así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla presente en el apartado "Índice de contenidos de la Ley 11/2018" que figura en el citado Informe de Gestión.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de la Sociedad son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales de independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.



Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NIGC 1) que le requiere el diseño, la implantación y la operación de un sistema de gestión de calidad que incluye políticas o procedimientos relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información No Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (ISAE 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades y áreas responsables de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Sociedad para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio fiscal 2023 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad y descrito en el apartado "Análisis de materialidad", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio fiscal 2023.
- Revisión de la información relativa con los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio fiscal 2023.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio fiscal 2023 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de IKEA Ibérica S.A.U. correspondiente al ejercicio fiscal finalizado el 31 de agosto de 2023, no haya sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados y de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla presente en el apartado "Índice de contenidos de la Ley 11/2018" incluida en el Informe de Gestión adjunto.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

KPMG Asesores, S.L.



Marta Contreras Hernández

9 de enero de 2024



