

TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Título del trabajo

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD EMPRESA IKEA

Corporación Universitaria Remington.

Nombre de la facultad:

Ciencias Empresariales

Nombre del programa académico:

Administración de empresas

Nombres del estudiante:

Diana Ramirez Henao

Juan Daniel Guiza Pacheco

Nombre del Tutor del trabajo de grado:

Lina María Villa Henao

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.

2025

Dedicatoria

Este trabajo de grado se lo dedicamos, principalmente a Dios, quien ha sido nuestra guía, fortaleza, en todo este proceso académico.

Se lo dedicamos también a nuestras familias por su apoyo y amor incondicional, por la paciencia; por ser el motor y la inspiración para cumplir este sueño de ser profesional.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	4
Marco conceptual y contextual	6
Desarrollo e implementación del aprendizaje.....	11
Conclusiones	19
Referencias.....	23

Resumen

La sostenibilidad se ha convertido en más que el conjunto de acciones o estrategias que ayudan a satisfacer una necesidad sin afectar generaciones futuras, ya que, aunque esto es muy importante, existen tres factores clave que permiten un equilibrio que garantiza el buen proceso y desarrollo de una actividad totalmente sostenible. Estos conceptos son:

BIENESTAR SOCIAL:

La parte humana es indispensable en el sistema del desarrollo de una estrategia sostenible, se debe estar pendiente de todo lo relacionado al bienestar de todas las partes interesadas y comunidades que se puedan ver involucradas; de igual manera, generar oportunidades de trabajo justo y promover de forma adecuada la igualdad, esto hace que las personas tengan confianza y participen activamente, esto es clave para que el desarrollo sea exitoso.

En el siguiente informe se dan a conocer la estrategia que utiliza la empresa IKEA, este plan de acción referente a la sostenibilidad tiene la unificación de los tres ejes principales que son: el cuidado del medio ambiente, la viabilidad económica teniendo en cuenta que los recursos deben estar en el mejor estado posible para las generaciones futuras y el tercero que es el bienestar social.

En esta propuesta se dan a conocer diferentes puntos donde identificamos que el ser humano es parte fundamental en cualquier proceso de sostenibilidad y en este caso lograr que la empresa sea inclusiva, promover la igualdad de género, la igualdad salarial,

generar oportunidades de empleo para toda persona sin importar su orientación, de donde viene y demás.

Se profundizará en los métodos que utiliza, la progresión que ha tenido y el crecimiento que ha generado durante estos años, la inclusión y la igualdad son los puntos principales y dentro de ellos se van a ver reflejadas todas las formas que ha hecho esta empresa para lograr la metas que se establecieron cuando se creó la idea. Mediante este ejercicio se quiere dar a conocer en la sociedad que todas las personas merecen una oportunidad, con su pensamiento y sus ideas, hacen que el proyecto y la empresa lleguen a más personas y sean más conscientes que el ser humano es fundamental en la sostenibilidad.

Palabras clave

(Sostenibilidad, circular, estrategia, igualdad, inclusión)

Marco conceptual y contextual

Antes de iniciar con el análisis de la estrategia de sostenibilidad de la empresa IKEA, es importante contemplar los conceptos más importantes que rigen este estudio.

Inicialmente, definimos entonces que la *sostenibilidad*, hace relación a la capacidad mantener los recursos y cubrir las necesidades, haciendo que esos recursos perduren para que las próximas generaciones también puedan cubrir sus necesidades.

En pocas palabras, la sostenibilidad busca el punto intermedio en consumo de recursos y, para alcanzar este punto medio, debe trazarse un plan que contenga 3 elementos claves: Crecimiento económico, Medio ambiente, y bienestar social. Pero, en cuanto a economía circular, se sugiere un tipo de producción y de uso que se preocupa por rehusar, alquilar, renovar y aún mejor, también se preocupa por recuperar y reciclar materiales y productos que ya hay, un modelo que trate de asegurar la producción, mientras se cerciora de la duración del ciclo de vida.

La forma de cuidar el ambiente sobre la cual se hará este trabajo provino de la marca Ikea y su estrategia global "People & Planet Positive", Que busca ayudar a las personas a mejorar el modo en que viven cada día.

La empresa de Ikea surgió en el pueblo en un pueblo de Suecia Almhult, En el año 1943, con Ingvar Kamprad, Muchacho que a los 17 años tuvo el deseo de iniciar y hacer su propio negocio, y lo más importante, con la ambición o visión de mejorar las vidas de las personas alrededor del mundo.

Él comenzó su negocio con un pequeño capital que le dio su padre por sus buenos resultados académicos. En 1948 inicia la actividad comercial con artículos para el hogar,

mobiliario también. Inició vendiendo sus productos por catálogo y correo, pero luego se actualizó a digital, y creciendo hasta convertirse en la empresa líder que es hoy, enfocándose en comercializar productos de alta calidad a precios económicos.

Diseña, produce y vende sus propias mercancías. La única cosa realmente característica es su modelo de integración vertical. En otras palabras, la compañía hace todo, desde el diseño y la producción, hasta la venta de la mercancía al cliente. De esa forma, controla cada etapa de principio a fin lo que le permite mantener las prácticas de economía circular.

IKEA, no solo se dedica a decorar o vender objetos para las casas. Su meta es hacer un cambio que sea beneficioso y positivo para el mundo, ya sea en las zonas donde consiguen los materiales o en cómo sus productos ayudan a los clientes vivir de forma más ecológica. La clave de su negocio está en el desarrollo de una amplia gama de productos que sean tanto útiles como bien diseñados, que cuiden el ambiente y cuesten poco para que puedan ser asequibles para la mayoría de las personas.

Este momento IKEA trabaja en más de 50 países, con más de 470 tiendas y más de 1500 trabajadores en América, Europa, Asia y Oceanía. Sus tiendas físicas ponen en práctica técnicas de experiencia muy significantes como áreas de exposición, pasillos laberintos, espacios interactivos y restaurantes, tratando de crear sentimientos y relaciones con sus compradores y tratando de acercarlos a un mundo más sostenible.

y qué es una empresa minorista en El Mundo de la economía en particular en el campo de los muebles

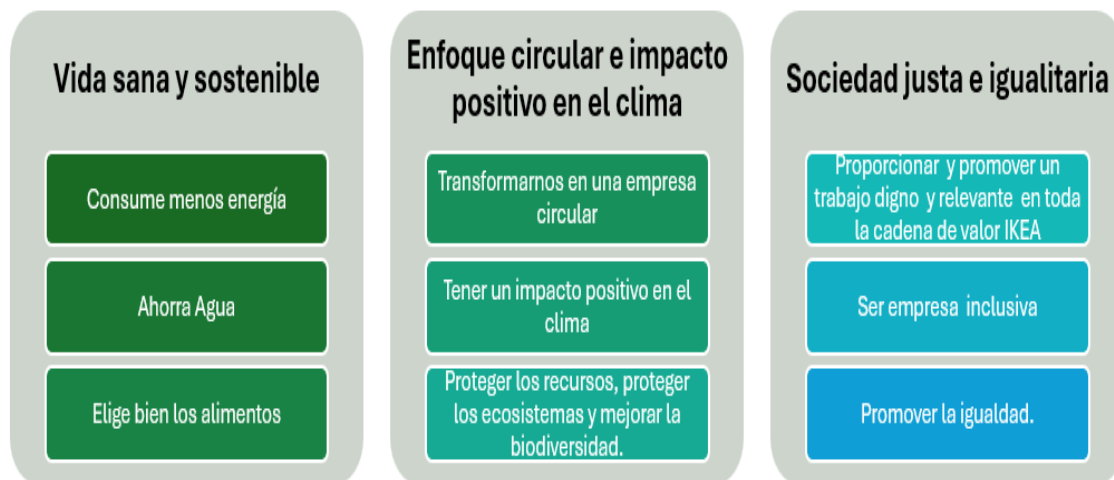
En cuanto a la presencia en el mercado, IKEA tiene una escala global. Sus productos se venden en tiendas físicas y en plataformas en línea, lo que le permite tener muchos clientes en todo el mundo. Para la comunicación con diferentes audiencias como: clientes, proveedores, empleados, comunidad, IKEA usa diferentes canales: campañas publicitarias bajo la “belleza ecológica”, redes sociales, informes de sostenibilidad, programas internos de capacitación.

La perspectiva de IKEA sobre sostenibilidad es bastante completa, con metas altas y espíritu de colaboración. A través de su estrategia “People & Planet Positive”, han organizado sus actividades en tres pilares clave:

- **Vida sana y sostenible:** Impulsan un consumo más consciente de recursos como la energía y el agua, y animan a optar por alimentos de producción sostenible.
- **Enfoque circular e impacto positiva en el clima:** Su objetivo es ser una empresa totalmente circular para 2030, usando materiales que se renuevan o reciclan, y favoreciendo que los productos se usen varias veces o se arreglen. IKEA reacondiciona artículos con fallos o que han sido devueltos en su espacio “Recovery”, ofreciéndolos de nuevo a precios reducidos.
- **Sociedad justa e igualitaria:** IKEA se compromete a crear una comunidad equitativa y justa, trabajando arduamente para garantizar condiciones laborales dignas en toda su red. Además, promueven la integración y la igualdad de oportunidades.

A continuación, una representación una gráfica:

Tabla 1. Ejes estratégicos de sostenibilidad de IKEA.



Para IKEA poder cumplir con sus objetivos, ha implementado diferentes acciones específicas que muestran el compromiso con a la sostenibilidad y la igualdad social. Acá algunos ejemplos:

- Darles una segunda vida a los muebles IKEA.
- Crear una comunidad global de energía limpia.
- Introducir más alimentos saludables que también sean buenos para el planeta.
- Operar con energía 100 % renovable en toda la cadena de valor de IKEA.
- Hacer entregas a domicilio de cero emisiones, en todas partes.
- Apoyar a los refugiados de todo el mundo.
- Trabajar con emprendedores sociales.
- Promover la igualdad de género y la igualdad salarial. (IKEA, 2025).

Finalmente, IKEA representa un ejemplo de economía circular claro y completo, especialmente centrado en la parte de la sostenibilidad. La pregunta de “¿cómo lo hacen?” queda resuelta si analizamos más en detalle la estrategia que involucra tanto la visión como los valores y objetivos organizacionales. La compañía tiene claro a la hora de hablar de sostenibilidad que no se ciñe a un único contexto, sino que tiene en cuenta diversos elementos, tanto ambientales como sociales; motivo suficiente, trabajar sobre su eje *Sociedad justa e igualitaria*, específicamente en estas 2 sublíneas:

- Ser una empresa inclusiva
- Promover la igualdad.

Esta parte social forma parte de los tres ejes donde IKEA hace foco. IKEA no solo quiere hacer negocio con la parte económica de manera rentable y responsable desde un punto de vista medioambiental, sino que también quiere que su negocio puede ser beneficioso para la comunidad, formando un entorno inclusivo y accesible para los otros.

Este tipo de sostenibilidad es considerado fundamental, ya que no se habla solamente del ámbito ambiental, cuando nos referimos al término *sostenibilidad*, sino también de la responsabilidad social, logrando un impacto positivo tanto en su entorno como en la comunidad y esta cataloga como la tercera estrategia estudiada dentro de las temáticas a que componen el seminario Economía circular: *Innovando para la competitividad sostenible*.

Desarrollo e implementación del aprendizaje

Para arrancar este análisis, es clave decir que IKEA estructura su idea de sostenibilidad en tres puntos fuertes: primero, la sostenibilidad social, que busca el bienestar de las personas, la igualdad, la diversidad y la unión en una sociedad más justa; después, la sostenibilidad ambiental, que quiere mejorar los recursos, bajar los residuos y hacer productos más verdes, pensados para ser reutilizados. Estas dos caras se unen por su plan mundial "People & Planet Positive", que sueña con generar un impacto bueno tanto en la gente como en la Tierra.

Promover la igualdad e Inclusión

Para IKEA, la igualdad no es opcional. No es algo a elegir. Es un auténtico propósito que comienza desde nuestra compañía y se traslada a nuestra sociedad, a nuestros clientes, a nuestra forma de hacer las cosas y de ver el mundo. (IKEA, 2025).

Al hablar de cómo IKEA busca ser socialmente sostenible para que todos sean iguales, vemos que no es algo que hacen por hacer. Está conectado con las metas de la ONU para un mundo mejor. De esas metas mundiales que las empresas pueden usar, resaltan dos: el número (5) que busca la igualdad entre hombres y mujeres y el (10) que quiere disminuir las diferencias entre las personas.

El ODS 5, enfatiza la necesidad de un mundo más próspero y equitativo para todos, donde se pueda disminuir esa brecha salarial para las mujeres, Por su parte, el numeral 10 dice que el tema de la desigualdad representa un reto mayor, porque supone un obstáculo, no solo para el desarrollo social y económico; sino también para la paz,

frenando la reducción de la pobreza y destruyendo el sentido de realización y autoestima del ser humano.

IKEA incorpora estos objetivos centrados desde el actuar en las personas, los hogares, la comunidad y el planeta. Considera, además, que cada persona merece ser tratada de forma justa sea cual sea su origen e identidad. Por ello, es que en el día a día trabajan por la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, buscando construir un espacio laboral diverso e inclusivo.

Para IKEA, la igualdad trasciende desde la compañía y se refleja a la sociedad, sus clientes y en la forma de hacer las cosas y de reconocer el mundo. IKEA espera conseguir un 50/50 en todos los niveles de la compañía en cuanto a la igualdad de oportunidades y a la igualdad salarial.

Su estrategia de igualdad de oportunidades: Nada más, nada menos. Ha tenido un buen resultado, específicamente en España. De acuerdo con los resultados arrojados por el estudio interno realizado con Great please to work, el **92% de los colaboradores** de IKEA manifiestan ser tratados de forma justa, sin importar su género, identidad sexual y origen. Cabe resaltar que, desde los diferentes departamentos de la organización, se promueve la capacitación de personal en materia de igualdad de oportunidades, comprometidos desde estos departamentos, con una cultura organizacional equitativa y respetuosa.

Este enfoque, se alinea con la estrategia de sostenibilidad de la empresa. Mantener el talento y asegurar un ambiente laboral justo se ha tornado en uno de los desafíos más grandes para los directivos de IKEA, particularmente en un ambiente empresarial cada

vez más cambiante y dinámico. La alta dirección de IKEA ha conseguido incorporar esta perspectiva en su estrategia global, garantizando que cada integrante de la organización entienda su función y cómo puede aportar de manera positiva a las metas de sostenibilidad de la empresa.

Como muestra de su compromiso, IKEA, además, es miembro de la coalición Internacional Equal Pay (EPIC). Que está integrada por OIT, UNO-Mujeres y la OCDE. “EPIC se basa en el reconocimiento de que ningún actor puede superar este reto por sí solo, y que los progresos sólo pueden acelerarse a través de la cooperación y la colaboración entre diversas partes interesadas (EPIC, 2025).

Estas iniciativas reflejan claramente el compromiso de IKEA, que busca alianzas y estrategias que les permitan cumplir con su estrategia de sostenibilidad social.

Otras empresas al igual que IKEA están tratando de implementar políticas que promuevan la inclusión y participación en todos los niveles dentro de sus organizaciones como son: Novartis y Nestlé.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo que resume las prácticas más relevantes desarrolladas por IKEA, Natura y Unilever en el área de responsabilidad social:

Tabla 2. Cuadro comparativo sobre estrategias de sostenibilidad social en IKEA, Natura y Unilever. Fuente: *Elaboración propia, tomando como base información pública de las empresas.*

Empresa	Igualdad de género	Reducción de desigualdades	Prácticas comunes
IKEA	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo femenino en aumento - Programas de equidad interna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión de migrantes y refugiados - Accesibilidad en productos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Igualdad salarial - Cultura inclusiva - Alianzas con ONGs.
Natura	<ul style="list-style-type: none"> 51% de mujeres en cargos de liderazgo - Políticas claras de equidad de género. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusión étnica y cultural - Trabajo con comunidades indígenas y rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadena de valor inclusiva - Defensa de derechos humanos - Transparencia salarial.
Unilever	<ul style="list-style-type: none"> - Metas de representación femenina del 50% en liderazgo - Cultura anti-discriminación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas para cerrar brechas sociales y económicas - Programas de equidad global 	<ul style="list-style-type: none"> - Cadena de valor inclusiva - Defensa de derechos humanos - Transparencia salarial

En los últimos años, el factor del bienestar social ha tenido un gran impacto en las empresas y en IKEA no es la excepción, las diferentes estrategias que ha realizado para dar oportunidad a gente con discapacidades, de la comunidad LGTBIQ+, personas que han salido de sus países a causa de las guerras y otras comunidades son varios ejemplos en los cuales la idea de la inclusión ha puesto como prioridad y para esta gran industria se ha vuelto un eje clave para conseguir el éxito y garantizar la calidad de vida de las personas.

Todo empezó en Europa, se han encargado de desarrollar este maravilloso proyecto el cual ayuda a gente a cambiar su vida y a ver una luz al final del túnel, en una sociedad donde aún hay estigmas que frenan las posibilidades por ser “diferente” por no pertenecer al país y demás aspectos se han podido dar cuenta que todos somos iguales y por ende todos merecemos dicha oportunidad.

En los últimos años IKEA se ha encargado de promover este plan dando la bienvenida sin importar de donde vengas, en que creas, si tu aspecto es diferente. La idea es que te sientas libre y seguro de que nadie te va a juzgar y con estos porcentajes nos lo dan a conocer:

- El 94,6% del equipo IKEA cree que IKEA promueve la diversidad y la inclusión.
- El 90,3% cree que puede ser 100% quien es.
- El 86,9% del equipo se siente incluido en IKEA.
- Al 82,7% se enorgullece de trabajar en IKEA.

La participación de cada uno de los trabajadores da muchos puntos de vista, gustos diferentes, los cuales ayudan a crecer tanto a la organización como a los mercados, al tener más ideas, existen más proyectos y así poder mejorar la atención con el cliente o demás aspectos que son importantes para la empresa.

Entrando más a detalle se han creado algunas medidas que han tomado para lograr los objetivos de este eje de manera correcta y estos son:

- Nos hemos unido al programa Yes We Trans de la FELGTBIQ+ para fomentar la inclusión laboral de las personas trans.

- Tenemos un plan global de inclusión LGTBIQ+, asegurando que IKEA es un lugar de trabajo y entorno que acoge a personas de todas las orientaciones sexuales e identidades de género.
- Formamos a los equipos sobre inclusión y sesgos inconscientes hacia el colectivo LGTBIQ+. Somos miembros de la Workplace Pride Foundation y Stone Wall, dos organizaciones centradas en la inclusión LGTBIQ+ en el lugar de trabajo.
- Hemos creado de forma conjunta y suscrito los Principios de conducta de la ONU para las empresas con el fin de luchar contra la discriminación de las personas LGTBIQ+ en el lugar de trabajo y en la comunidad.
- También pertenecemos a Open for Business, una coalición empresarial para promover la inclusión LGTBIQ+ en la sociedad mundial.

El impacto que han tenido durante estos años ha favorecido a mucha gente y más porque el proceso no es solo abrir las puertas y ya, si no que de igual manera se tiene un acompañamiento desde el primer momento y se brindan diferentes capacitaciones para que ellos aprendan a desenvolverse de la mejor manera en diferentes actividades, también hay puestos exclusivos que se adecuan para las personas con alguna discapacidad y así puedan realizar sus tareas de la mejor manera.

De esta manera es como esta gran empresa en la zona ibérica al ser una de las destacadas en el crecimiento y desarrollo de esta excelente estrategia de el ejemplo para que las diferentes franquicias a lo largo del mundo sigan su modelo o de acuerdo a las condiciones ellos creen sus modelos los cuales tengan el mismo o aún mejor un mayor

impacto para que en el año 2030 así como lo tienen estipulado IKEA pueda ser una empresa 100% inclusiva y genere felicidad y buena calidad para todos sus trabajadores.

IKEA dio a conocer una iniciativa que promete mucho, al tener como base la unión de los factores que en la sostenibilidad son indispensables para que el desarrollo de un proyecto así de grande pueda ser un éxito. La propuesta se llama “People & Planet Positive” donde se dan a conocer las políticas que usaran como plan de acción frente a la inclusión, la igualdad, el bienestar social. Sin dejar de lado el cuidado del planeta y la optimización de los diferentes recursos los cuales se planean cuidar y dejar en el mejor estado posible para las siguientes generaciones.

En el eje del bienestar social se habla mucho de ser una empresa inclusiva la cual dé a sus empleados trabajos dignos y de igual manera equitativos, en la creación de los equipos de trabajo lograr el buen ambiente y la libre opinión para optimizar los procesos de producción ya que ven en ellos la parte esencial para que todo salga a flote y se mantenga.

Empresas con políticas de diversidad implementada, incrementan su productividad hasta un 35% y mejora la retención del talento, según datos de la International Labour Organization (ILO, 2021). En Colombia por su parte, empresas como Bancolombia o grupo Éxito, han desarrollado iniciativas similares y programas de inclusión, lo que les ha permitido lograr tasas de empleabilidad del 81% para personas con discapacidad y del 12% para población LGBTIQ+ en los últimos 3 años (Ministerio de Trabajo Colombia, 2023).

La inclusión no solo se hace visible en los puntos físicos, al ser una empresa tan grande y con tantas franquicias, se ha optado por la oportunidad satisfacer la necesidad de los clientes a los que se les hace complicado llegar al almacén, con la creación de portales y la posibilidad de tener un acompañamiento en todo el proceso de su compra desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

Con el avance tecnológico que se ha tenido las oportunidades no son solo presenciales, se han abierto canales a través de portales de internet donde se puede comprar en línea y se tendrá gente capacitada de la mejor manera para dar al cliente una experiencia que jamás olvidara ya que la facilidad de compra, el servicio al cliente son puntos que favorecen que este proceso sea más fácil y lo pueda usar todo tipo de público.

Conclusiones

- Si analizamos con atención lo que IKEA ha propuesto en los últimos años, se pone en manifiesto que ser sostenible se ha vuelto un tema clave para la continuidad y crecimiento de las organizaciones. Las empresas deberían, sin duda, tomarse en serio la sostenibilidad y orientar sus objetivos y metas a integrar prácticas sostenibles en todas sus operaciones. Aunque hoy en día todavía existes muchos paradigmas cuestionables sobre la sostenibilidad, IKEA da a conocer cómo todo lo que representa este reto, se puede integrar eficazmente en una organización. En este sentido, elegir un modelo circular es fundamental para que las empresas sigan siendo competitivas en el mercado; en la forma en que enfocan la sostenibilidad, manifiestan lo importante de establecer una visión clara con objetivos ambiciosos. Para IKEA, ser sostenible significa estar comprometidos y lograr ese equilibrio entre el bienestar de la gente, el planeta y la economía; su trayectoria nos dice que la circularidad, como base de su estrategia, no solo cumple con lo que se espera de ellos, sino que también ayuda a innovar y a crear valor pensando en el futuro, demostrando que innovar para un mundo más regenerativo, es fundamental para impulsar el éxito empresarial.

- En el plan de acción se enfoca en garantizar totalmente inclusión, diversidad, condiciones justas y respeto a los derechos humanos generando un gran compromiso y asegurando el bienestar social tanto dentro de la empresa

como fuera en los demás procesos que tengan como entregas a domicilios trabajos desde plataforma, entre otros. En lo que se lleva de este proyecto se han visto cambios muy grandes en la vida de las personas a las que se le da la oportunidad ya que al tener un acompañamiento desde el primer momento genera confianza en ellos y ganas seguir trabajando y creciendo como personas, de igual manera al sentirse importantes en la empresa también le da la oportunidad de dar su opinión y ayudar a la empresa también a crecer en diferentes mercados y llegando a más clientes.

- El Plan "People & Planet Positive" de IKEA demuestra que las estrategias de inclusión laboral no solo son viables en contextos latinoamericanos, sino que además pueden convertirse en un motor de empleabilidad para comunidades históricamente marginadas, como la población LGBTIQ+ y personas con discapacidad. Al adoptar estos modelos, las empresas no solo fomentan entornos laborales más equitativos y estimulantes, sino que también aprovechan el potencial de talentos subrepresentados, generando impactos positivos en su competitividad y cultura organizacional. La replicabilidad de estas estrategias en la región confirma que la inclusión es un eje clave para el desarrollo sostenible, tanto social como económico.

- La propuesta "People & Planet Positive" de IKEA trasciende el ámbito interno de la empresa estableciendo alianzas estratégicas con organizaciones externas, fundaciones y comunidades, multiplicando así su impacto en materia de sostenibilidad e inclusión. Al colaborar con actores como

ONG locales, gobiernos y empresas sociales, IKEA no solo difunde su metodología, sino que también enriquece sus estrategias mediante el intercambio de conocimientos y buenas prácticas.

Este modelo de cooperación demuestra que la sostenibilidad requiere un enfoque completo de emisor y receptor. En el mediano plazo, estas alianzas podrían consolidarse como un estándar para la implementación de políticas sociales y ambientales en Latinoamérica, inspirando a otras empresas a adoptar modelos similares.

- El impacto de la economía circular ha sido un proceso transitorio que cada día tiene más relevancia, con sus diferentes políticas que abarcan desde el uso eficiente de las materias primas, la implementación de energías renovables y la reducción de plásticos, ha permitido diferentes innovaciones circulares como las redes de trueque, alquiler, reutilización y reparación de productos entre otros.

Por ende, para aplicar la economía circular y que sea un éxito, se debe tener en cuenta diferentes factores como: el cambio de paradigma, costumbres tradicionales, cambio de cultura, el compromiso con la estrategia e involucrar a los grupos de interés y toda la cadena de valor, todo esto acompañado con acciones para comunicar las iniciativas tanto internamente como fuera de la organización.

- Finalmente se puede concluir, que la empresa IKEA se ha posicionado de forma global, a lo largo de los años las propuestas y estrategias que ha creado referente a la sostenibilidad, la economía circular, el cambio ambiental relacionando el uso de materiales los cuales son reciclables, sin olvidar el bienestar social el cual ha sido en su estrategia uno de los puntos principales y el

eje central en estos momentos de todo el proceso al querer volver a su empresa 100% inclusiva y crear oportunidades para todo tipo de gente.

El impacto que se ha generado es muy grande y ha sido ejemplo para diferentes empresas quienes al ver los diferentes métodos han querido replicarlo y unirse a este gran cambio, la gente se está dando cuenta que todos somos iguales y por ende merecemos las mismas oportunidades. El cambio social se está tomando la importancia que en el pasado no se le dio y es una gran oportunidad de las empresas que quieren hacer estas estrategias generen el impacto de igual o mayor manera que IKEA.

Al realizar el análisis y todo el proceso que lleva esta estrategia nos damos cuenta de que es una de las más completas, ya que la unión y la convergencia de los tres ejes principales es fundamental y ha sido esta unión lo que ha dado frutos en el desarrollo del proceso, el desarrollo en los países de Latinoamérica también se ha visto reflejado el querer crecer como empresa y dando la oportunidad a comunidades que necesitan de esta misma.

Referencias

- Acciona -BUSINES AS ANUSUAL*. (20 de ABRIL de 2025). Obtenido de ¿QUÉ ES EL DESARROLLO SOSTENIBLE?: <https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible#:~:text=La%20sostenibilidad%20es%20el%20desarrollo,ambiente%20y%20el%20bienestar%20social>.
- EPIC*. (17 de Abril de 2025). Obtenido de EPIC - COALICIÓN INTERNACIONAL IGUALDAD DE PAGO: <https://www.equalpayinternationalcoalition.org/es/epic-and-the-2030-agenda>
- Forbes*. (21 de JUNIO de 2023). Obtenido de Listado: 12 empresas que en Colombia son líderes en diversidad, equidad e inclusión: <https://forbes.co/2023/06/21/diversidad-equidad-e-inclusion/listado-las-12-empresas-que-son-lideres-en-diversidad-equidad-e-inclusion-en-colombia>
- Grupo Bancolombia*. (01 de OCTUBRE de 2024). Obtenido de Capital Inteligente: <https://www.bancolombia.com/empresas/capital-inteligente/tendencias/tendencias-globales/diversidad-equidad-inclusion-empresas>
- IKEA*. (09 de Abril de 2025). Obtenido de <https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/about-us/la-vision-y-los-valores-ikea-pub9aa779d0/>
- IKEA*. (14 de Abril de 2025). Obtenido de La estrategia de sostenibilidad de IKEA para marcar la diferencia: <https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/about-us/la-estrategia-de-sostenibilidad-de-ikea-para-marcar-la-diferencia-pub5534570/>
- IKEA*. (14 de Abril de 2025). Obtenido de Trabajamos por una igualdad 100% real: <https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/community-engagement/trabajamos-por-una-igualdad-100-real-pub42961a00/>
- IKEA*. (18 de Abril de 2025). Obtenido de La igualdad, la diversidad y la inclusión convierten nuestro lugar de trabajo en un hogar: <https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/work-with-us/igualdad-diversidad-e-inclusion-pub86a2cb59/>
- IKEA*. (19 de Abril de 2025). *IKEA*. Obtenido de IKEA Sustainability Report FY22: https://www.ikea.com/global/en/images/ikea_sustainability_report_fy22_57c0217c71.pdf
- Mintrabajo*. (20 de Abril de 2025). Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2020/diciembre/mas-de-8700-personas-con-discapacidad-se-han-beneficiado-de-los-programas-de-inclusion-laboral>
- Pacto Mundial* . (18 de Abril de 2025). Obtenido de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): <https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/ods/>