

Ejemplo de una marca sostenible que cumpla con TRIPLE BOTTOM LINE GA6-240201526-

AA4-EV01

Juan Luis Becquet Martínez

Servicio Nacional de Aprendizaje

(2721441)Análisis y desarrollo de software

Martha Margarita Páez Neira

21 de Julio de 2024

## Sumario

|  |   |
|--|---|
| Introducción.....  | 3 |
| IKEA y el Triple Bottom Line.....                              | 4 |
| Ganancias: Una Estrategia de Negocio Eficiente y Rentable..... | 4 |
| Compromiso con el Bienestar Social.....                        | 5 |
| Condiciones Laborales.....                                     | 5 |
| Empoderamiento de Comunidades.....                             | 5 |
| Iniciativas para los Clientes.....                             | 5 |
| Liderazgo en Sostenibilidad Ambiental.....                     | 6 |
| Conclusión.....  | 7 |
| Bibliografía.....  | 8 |

## **Introducción**

En un mundo cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social, las empresas están siendo desafiadas a ir más allá de las ganancias financieras y a considerar su impacto en la sociedad y el medio ambiente. El concepto de Triple Bottom Line (TBL) se ha convertido en un marco esencial para medir el verdadero éxito empresarial, evaluando no solo el beneficio económico, sino también el bienestar social y el impacto ambiental. IKEA, la multinacional sueca de muebles y decoración, se destaca como un ejemplo emblemático de cómo una empresa puede incorporar estos principios en su estrategia de negocio. A través de un modelo de negocio eficiente y rentable, un compromiso profundo con el bienestar de las personas y una dedicación constante a la sostenibilidad ambiental, IKEA demuestra que es posible alcanzar el éxito empresarial sin comprometer la responsabilidad social y ecológica.

## **IKEA y el Triple Bottom Line**

IKEA, la gigante sueca de muebles y decoración del hogar, es ampliamente reconocida no solo por sus productos asequibles y de diseño atractivo, sino también por su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. IKEA se destaca como un ejemplo de cómo las empresas pueden equilibrar las ganancias económicas con el bienestar social y ambiental. Abordaremos cómo IKEA trata cada uno de los componentes del TBL: ganancias, personas y planeta, demostrando que la sostenibilidad puede ir de la mano con el éxito empresarial.

### **Ganancias: Una Estrategia de Negocio Eficiente y Rentable**

IKEA ha logrado consolidarse como una de las empresas más rentables del mundo en el sector de muebles y decoración. Su modelo de negocio se basa en la eficiencia y la innovación, permitiendo ofrecer productos de alta calidad a precios accesibles. Uno de los pilares de su éxito es la optimización de la cadena de suministro, que permite mantener bajos costos de producción y logística. Las tiendas IKEA están diseñadas para que los clientes elijan y transporten sus propios productos, lo que reduce significativamente los costos operativos.

Además, la empresa invierte continuamente en investigación y desarrollo para crear productos innovadores que sean tanto económicos de producir como atractivos para los consumidores. Esta estrategia no solo ha permitido a IKEA mantener su competitividad en el mercado global, sino que también ha demostrado que es posible generar ganancias significativas mientras se implementan prácticas comerciales sostenibles.

## **Compromiso con el Bienestar Social**

El compromiso de IKEA con las personas se refleja en diversas iniciativas que abarcan desde el bienestar de sus empleados hasta el apoyo a las comunidades en las que opera. Este enfoque integral demuestra que la empresa no solo se preocupa por sus resultados financieros, sino también por el impacto positivo que puede tener en la vida de las personas.

### ***Condiciones Laborales***

Esta empresa se esfuerza por garantizar condiciones laborales justas y seguras tanto en sus propias operaciones como en su cadena de suministro. Además ofrece salarios justos, beneficios completos y oportunidades de desarrollo profesional a sus empleados. IKEA promueve un entorno de trabajo inclusivo, con políticas que fomentan la diversidad y la igualdad de oportunidades. Estas políticas incluyen programas de capacitación en liderazgo y desarrollo de habilidades, así como iniciativas para apoyar el equilibrio entre la vida laboral y personal.

IKEA realiza auditorías regulares de sus proveedores para asegurar que cumplan con los estándares laborales establecidos. Estos estándares cubren aspectos como el trabajo infantil, la discriminación, el trabajo forzoso y las condiciones de seguridad. Al exigir altos estándares de responsabilidad social a sus proveedores, IKEA extiende su compromiso con el bienestar de las personas a toda su cadena de valor.

### ***Empoderamiento de Comunidades***

La Fundación IKEA desempeña un papel crucial en el compromiso social de la empresa. Esta fundación apoya proyectos que mejoran la educación, la salud y el empoderamiento económico en comunidades vulnerables. Por ejemplo, la Fundación IKEA ha financiado programas para la educación infantil en países en desarrollo, ayudando a proporcionar acceso a una educación de calidad a miles de niños. También han invertido en proyectos de desarrollo comunitario que promueven el empleo y el desarrollo económico local.

Uno de los programas más destacados de la Fundación IKEA es su colaboración con ACNUR (la Agencia de la ONU para los Refugiados), a través de la cual han contribuido con millones de dólares para mejorar las condiciones de vida en los campamentos de refugiados. Este apoyo incluye la construcción de refugios sostenibles, la provisión de energía renovable y el acceso a la educación y la atención sanitaria.

### ***Iniciativas para los Clientes***

IKEA también se preocupa por mejorar la vida de sus clientes. Ofrecen productos de alta calidad a precios accesibles, lo que permite a las personas de diferentes niveles socioeconómicos acceder a muebles y artículos de decoración bien diseñados. La empresa también promueve un estilo de

vida sostenible entre sus clientes, ofreciendo soluciones que permiten reducir el consumo de energía y agua en el hogar.

Programas como "IKEA Family" y "Loyalty Club" están diseñados para crear una comunidad de clientes leales, proporcionando beneficios exclusivos y descuentos especiales. Estos programas no solo recompensan a los clientes, sino que también fomentan una relación más cercana y personal entre IKEA y sus consumidores.

## **Liderazgo en Sostenibilidad Ambiental**

IKEA ha adoptado una postura firme en cuanto a la sostenibilidad ambiental, implementando diversas iniciativas para reducir su impacto ecológico. Uno de los principales enfoques de la empresa es el uso de materiales sostenibles. IKEA se ha comprometido a utilizar solo madera y papel de fuentes sostenibles, y algodón de fuentes sostenibles en todos sus productos textiles. Este compromiso no solo ayuda a preservar los recursos naturales, sino que también promueve prácticas agrícolas y forestales responsables.

La eficiencia energética es otro pilar de la estrategia ambiental de IKEA. Las tiendas y centros de distribución están diseñados para ser energéticamente eficientes, con un fuerte enfoque en el uso de energía renovable. IKEA ha instalado paneles solares en muchas de sus tiendas y ha invertido en energía eólica, con el objetivo de producir más energía renovable de la que consume en sus operaciones globales.

Además, IKEA está trabajando hacia una economía circular, con el ambicioso objetivo de convertirse en una empresa completamente circular y climáticamente positiva para 2030. Esto incluye la implementación de programas de reciclaje, la promoción de productos que se pueden reparar y reutilizar, y la reducción de residuos en todas sus operaciones.

## **Conclusión**

IKEA ejemplifica cómo las empresas pueden integrar el concepto de Triple Bottom Line en su estrategia de negocios, equilibrando la búsqueda de ganancias con el compromiso con las personas y el planeta. Su modelo de negocio eficiente y rentable, combinado con políticas laborales justas y una fuerte enfoque en la sostenibilidad ambiental, demuestra que es posible lograr el éxito empresarial sin comprometer la responsabilidad social y ambiental. A medida que más empresas adopten el enfoque TBL, el camino hacia un futuro más sostenible y equitativo será cada vez más viable.

## Bibliografía

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.

Henriques, A., & Richardson, J. (2004). *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up?* Earthscan Publications.

Savitz, A. W., & Weber, K. (2006). *The Triple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social and Environmental Success*. Jossey-Bass.

Willard, B. (2012). *The New Sustainability Advantage: Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line*. New Society Publishers.

IKEA. (2020). *IKEA Sustainability Report 2020*. Recuperado de [https://www.ikea.com/ms/en\\_JP/pdf/yearly\\_summary/sustainability\\_report\\_2020.pdf](https://www.ikea.com/ms/en_JP/pdf/yearly_summary/sustainability_report_2020.pdf)

IKEA. (n.d.). *IKEA People & Planet Positive 2030*. Recuperado de [https://www.ikea.com/ms/en\\_JP/pdf/yearly\\_summary/IKEA\\_Sustainability\\_Strategy\\_People\\_and\\_Planet\\_Positive\\_2030.pdf](https://www.ikea.com/ms/en_JP/pdf/yearly_summary/IKEA_Sustainability_Strategy_People_and_Planet_Positive_2030.pdf)

IKEA. (n.d.). *Sustainability at IKEA*. Recuperado de <https://www.ikea.com/us/en/this-is-ikea/sustainable-everyday/>