



UNIVERSIDAD  
**EAFIT**<sup>®</sup>

Centro de estudios  
**Asia Pacífico**



**REVISTA DIGITAL**

---

# MUNDO ASIA PACÍFICO

---

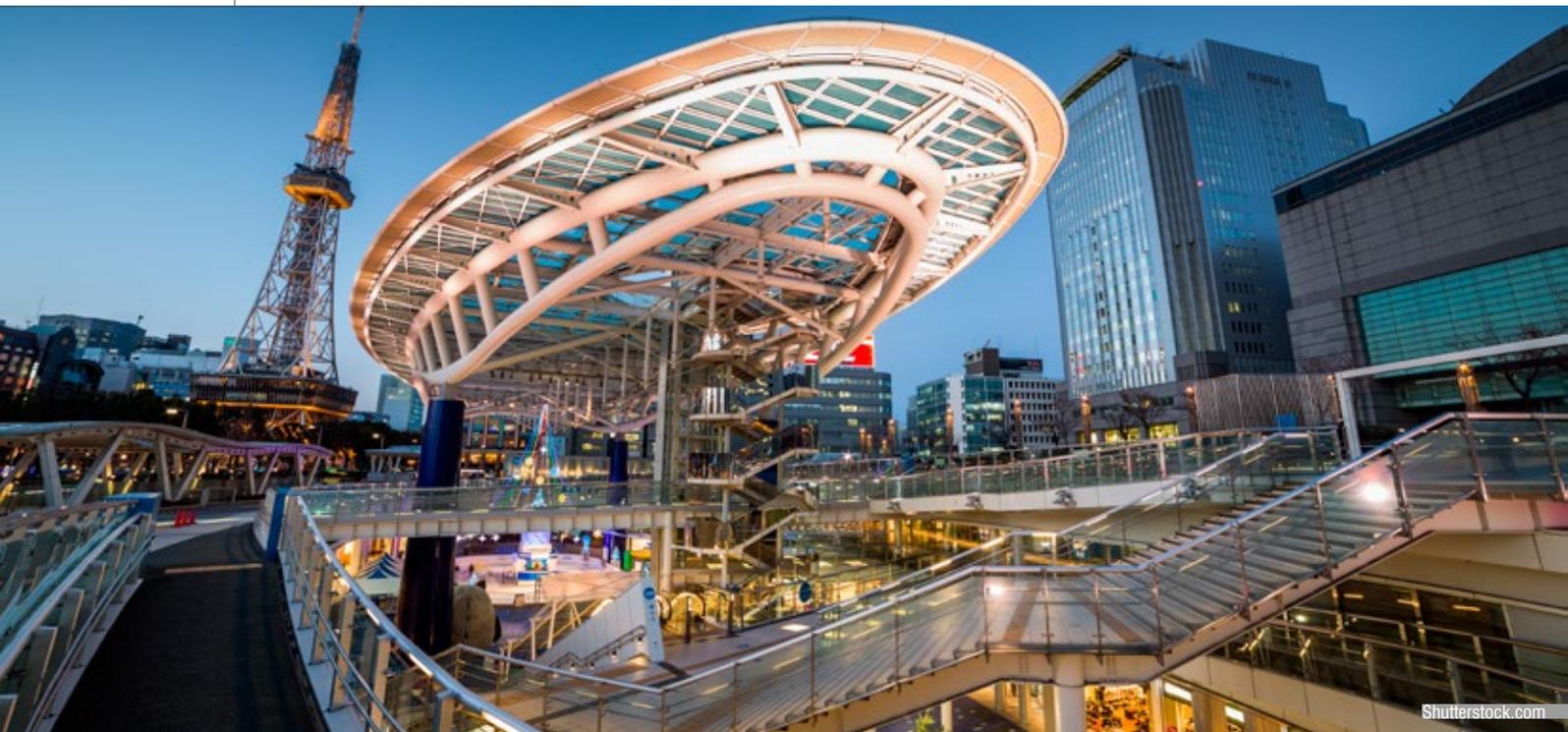
# MAP

---

CENTRO DE ESTUDIOS ASIA PACÍFICO  
UNIVERSIDAD EAFIT

---

**Vol.5 | Número 8 | Enero - Junio 2016 | ISSN 2344-8172**



# LA POLÍTICA AMBIENTAL JAPONESA Y LA MOVILIZACIÓN DE INDUSTRIAS POR LA PROTECCIÓN AMBIENTAL

Japanese environmental policy and mobilization for environmental protection of industries

doi: 10.17230/map.v5.i8.04



**Sara Catalina Mesa Rivera**  
[smesari1@eafit.edu.co](mailto:smesari1@eafit.edu.co)

**María Alejandra Villa Tamayo**  
[mwillat@eafit.edu.co](mailto:mwillat@eafit.edu.co)  
Universidad EAFIT

## Abstract

In this article, the environmental issue is approached from the Japanese perspective; a country that has faced difficult environmental situations, but is currently known as a country able to set up sustainable strategies for the present and future of the world population. This article aims to present an analysis of Japan's policies promoted by the national government that have



generated a high impact to the citizens and national industries. In the same way, two Japanese multinationals that have used multiple campaigns and tactics to promote the environment protection and preservation are exposed. On the other hand, the article is a reflection on how Japan, a country with a high technological, economic and social development, has moved forward with an environmental project of such magnitude that it has established itself as the least contaminated country in the world, aspect that should be used as an example for the international community.

### Key Words

Japan, environment, Japanese industries, environmental policies, sustainable development.

### Resumen

En el presente artículo se aborda el tema del medio ambiente desde la perspectiva de Japón; un país que ha afrontado difíciles situaciones ambientales, pero que hoy en día se consolida como un país capaz de configurar estrategias sostenibles para el presente y el futuro de la población mundial. En este artículo se realiza un análisis de las políticas ambientales impulsadas por el gobierno japonés, las cuales han generado un alto impacto, tanto para sus ciudadanos, como para las industrias nacionales. A su vez, se exponen dos multinacionales japonesas, que han implementado múltiples campañas y tácticas para promover la protección y preservación del medio ambiente. Por último, se hace una reflexión sobre cómo Japón, un país con un alto desarrollo tecnológico, económico y social, ha podido sacar adelante un proyecto ambiental de tal magnitud que lo ha convertido en el país menos contaminante del mundo, aspecto que debe servir de ejemplo a la comunidad internacional.

### Palabras clave

Japón, medio ambiente, industrias japonesas, políticas ambientales, desarrollo sostenible.

## Introducción

Hablar sobre el medio ambiente ha sido una de las cuestiones socioeconómicas más urgentes que afectan a la comunidad internacional. Esta temática comenzó a considerarse como uno de los principales problemas globales a partir de la década de 1980 y, sin embargo, en la actualidad sigue siendo un aspecto esencial que requiere mayor atención en todos los países del mundo.

Por esta razón, es importante reconocer que un país como Japón, aún con su alto desarrollo económico, tecnológico y científico, ha logrado durante los últimos años resolver muchos de los problemas ambientales asociados a la contaminación ambiental, o más específicamente, industrial, por medio de reglamentos y políticas sostenibles.

De acuerdo con Serrano (2013):

Japón es el país menos contaminante del mundo, debido a que las autoridades siguen muy de cerca los niveles de contaminación de las plantas industriales, algo que no sucede en la mayoría de países (ni siquiera en los del primer mundo).

Este logro es posible, entre otros motivos, gracias a que, en la década de 1990, la legislación ambiental de Japón fue radicalmente reformada. En 1993, el gobierno reorganizó el sistema legal del ambiente y creó la *Ley básica del ambiente y leyes relacionadas*. La ley incluye la restricción de emisiones industriales; productos; utilización de la tierra y de basuras; la mejora de la conservación de energía; la promoción del reciclaje; el arreglo de los programas de control ambiental y de contaminación; y las correspondientes sanciones para los infractores (Gareis, Gómez, Morales, Pérez y Serrano, s.f.).

Por tales razones, hoy en día vale la pena ver en Japón un modelo para seguir en cuanto al desarrollo sostenible, razón por la cual, a través de una mirada más profunda hacia la política ambiental japonesa y a la movilización de industrias por la protección ambiental, se podrá reflexionar sobre el sinnúmero de alternativas sostenibles que pueden emplear otras naciones que todavía no se habían acoplado a un modelo más comprometido con el medio ambiente.

## Los problemas ambientales y el control en Japón

Japón ha implementado ciertas medidas de control, no solo en las industrias, sino también en aspectos específicos de la vida cotidiana de las personas, generando en ellas comportamientos regulados por la ley para la consecución de los cuidados ambientales de manera eficiente. Con respecto a esto, Japón empieza de manera concreta a hacer seguimiento de las prácticas ambientales con la creación de entidades encaminadas a la preservación de la naturaleza y a la difusión de conductas que no atenten contra la misma, así como también, la supervisión e implementación de normas dentro de las industrias y la contribución a otros países para el empleo de políticas ambientales.

A propósito de lo anterior, las principales preocupaciones de Japón en cuanto a temas ambientales son: el gasto de recursos energéticos; la emisión de gases de efecto invernadero; la contaminación ocasionada en su mayoría por las industrias y la producción de residuos y el manejo final de los mismos, los cuales acrecientan cada vez más el calentamiento global y tienen una fuerte relación con la crisis petrolera y la escasez que en muchas ocasiones ha presentado el país en cuanto a los productos de la canasta familiar.

A raíz de esto, el país ha tomado medidas concretas en cuanto a estas problemáticas, donde se resalta de manera importante la creación de nuevas tecnologías encaminadas a la utilización eficiente de la energía y a los procedimientos adecuados y responsables de la producción dentro de las industrias. Por ejemplo, empresas de siderúrgica y las centrales eléctricas se ven



Shutterstock.com

beneficiadas en cuanto a la eficiencia en la producción de hierro y acero, de cemento y de productos químicos, y en la eficiencia de las centrales térmicas, en las cuales el calor de las calderas es mejor aprovechado; en efecto, se trabaja en el logro de un progreso en la innovación tecnológica del país, en donde la investigación científica actual está dirigida a la creación de tecnologías que reduzcan el uso del carbón en la producción de hierro, al crear tecnologías que implementan el hidrógeno (Watanabe, 2007).

En cuanto a la preservación de la energía en los hogares y en los lugares de trabajo, la legislación japonesa promueve un consumo cada vez más reducido de energía innecesaria, así como también, motiva a la utilización de energías renovables, como la generación de energía mediante paneles solares y energía eólica, para evitar el uso excesivo de energía y la producción de gases, y la promoción de medidas que ayuden a mejorar el ambiente. De acuerdo con lo anterior, Watanabe (2007) afirma que:

Los emisores de gases de efecto invernadero y las empresas del negocio de frío y/o calor (aires acondicionados y calefacción) están obligados a presentar informes en forma periódica, a partir de cierto nivel de emisión de gases. Como resultado de estas medidas, Japón se convirtió en el primer productor mundial de baterías solares; el primero en ventas (domésticas y externas) de automóviles híbridos por más de un millón de unidades; y el de mayor uso del transporte público de pasajeros.

Frente a la producción de residuos y disposición final de los mismos, Japón ha implementado una estrategia que actualmente es muy conocida y aplicada también en otros países: el programa de las tres erres (3R's), que comprende los términos de reducir, reciclar y reutilizar. De esta manera, Japón tiene una fuerte normativa sobre las acciones que deben realizar las personas, ciudades y municipios frente a la forma adecuada de separar las basuras y su posterior eliminación. Además, tiene el fin de conservar una tradición japonesa en la cual se pretende utilizar todo artículo lo máximo que se pueda. En relación con lo mencionado anteriormente, la clasificación de residuos se hace gracias a que los contenedores de basura deben ser presentados

en forma alineada, donde la regla general consiste en la clasificación de los residuos en: papel, hierro, aluminio, vidrio, plástico, elementos combustibles e incombustibles; sin embargo, esta clasificación puede variar dependiendo de los residuos que se generen en cada localidad (Watanabe, 2007).

### **Industrias japonesas que han contribuido a la protección ambiental**

Según un estudio realizado por la revista Forbes sobre "las empresas más sostenibles del mundo", en 2011 hay 100 empresas en la lista, en donde Japón es líder con 19 compañías sostenibles, reconocidas en aspectos ecológicos, financieros y sociales (Portal de ingenieros españoles, 2011). Después de situaciones difíciles en cuanto a la contaminación, los japoneses tomaron medidas para revertir esta situación, comenzando por sancionar a aquellas empresas que sobrepasen los niveles de contaminación permitidos y, actualmente, esta política ha permitido a los japoneses aumentar su esperanza de vida. Es por esto que, a continuación, se presentarán dos multinacionales japonesas que han sumado grandes esfuerzos para contribuir con campañas y estrategias de preservación del medio ambiente no solo en Japón, sino, también, en el mundo.

### **Panasonic: tres iniciativas para salvar el medio ambiente**

Panasonic es una compañía multinacional japonesa dedicada a la industria electrónica, de electrodomésticos y semiconductores, la cual se ha comprometido a crear una vida y un mundo mejor, contribuyendo a la evolución de la sociedad (Europa Press, 2005). En este mismo sentido, le ha apostado a un proyecto de políticas de innovación enfocadas en la sostenibilidad, llamado *Eco Ideas*, en el cual se evidencia el compromiso de la organización con el desarrollo de tecnologías sostenibles, capaces de generar una transformación en el entorno. Gracias a las campañas realizadas por la compañía, la industria recoge y recicla alrededor de 3,3 kilos de televisores, neveras, lavadoras y aparatos de aire acondicionado por habitante.

#### ***Eco Ideas***

*Eco Ideas* es una campaña que busca fomentar la protección de la naturaleza por medio de actividades que involucren tanto a los hogares de los empleados como también, a las múltiples sedes regionales de Panasonic. Además, la campaña se ha impulsado con el eslogan *Everybody, Let's Eco Action* y se ha podido desarrollar en países como Japón, China, Rusia y Vietnam, donde ha sido posible demostrar que, a través de múltiples talleres y juegos que permitan reflexionar sobre la importancia de proteger el medio ambiente, se puede pensar y ayudar a consolidar un mejor futuro para las generaciones venideras (Gallego, 2013).

#### ***Green Plan 2018***

Este proyecto comenzó a partir del año 2010. Consiste en desarrollar actividades que faciliten alcanzar las metas sobre responsabilidad ambiental propuestas por Panasonic para el año 2018; año en que celebra el centenario de su fundación. Gracias a esta idea, la compañía ha creado una conciencia ambiental mucho más sólida, capaz de mejorar no solo sus procesos de fabricación, sino también sus productos, lo que hace que distribuya todos sus esfuerzos e ideas de negocios alrededor del medio ambiente (Europa Press, 2005).

El *Green Plan 2018* cuenta con dos elementos muy importantes: la innovación



para una vida verde y la innovación en negocios verdes, con los cuales se busca crear un estilo de vida que tenga presente la protección al medio ambiente y que mejore la calidad de vida de las personas a partir de las ideas que Panasonic propone, así como también, disminuir en cada negocio las operaciones que tengan gran impacto ambiental, para generar así, negocios verdes que sean difundidos en la sociedad.

Los puntos claves para desarrollar en el *Green Plan 2018* son:

1. Reducción de CO<sup>2</sup>
2. Reciclaje de recursos
3. Agua
4. Sustancias químicas
5. Biodiversidad
6. Liderazgo en productos con conciencia ecológica
7. Cooperación con la sociedad

### **EcologyNet Europe**

Cabe resaltar que los programas ambientales realizados por la compañía Panasonic, no sólo se han desarrollado en Japón, sino que también han tenido gran acogida en otros lugares del mundo, como es el caso de la tercera estrategia ambiental conocida como: *EcologyNet Europe*. Este programa inició en el año 2001 con la creación en Japón de *EcologyNet*; sin embargo, desde el año 2005 se ha expandido gracias a una filial que la compañía tiene en Europa, la *EcologyNet Europe* (ENE), la cual ha logrado incentivar el reciclaje de productos electrónicos y la construcción de fábricas limpias en este continente. La filial es 100% ecológica y nace con el objetivo de mejorar notoriamente el medio ambiente, por medio de la reducción y el reciclaje de residuos y, a su vez, es proveedora de servicios de reciclaje de equipos, tanto eléctricos como electrónicos, para fabricantes e importadores (Europa Press, 2005).

### **Las propuestas ambientales de Sony**

Sony es una compañía multinacional japonesa que se destaca por ser uno de los fabricantes más importantes a nivel mundial en el mercado de electrónica de consumo en: audio y video, computación, fotografía, videojuegos, telefonía móvil y productos profesionales. Durante los últimos años, Sony ha implementado un sistema completo de estrategias que buscan contribuir con el medio ambiente, las cuales incluyen: el ahorro de energía, la eliminación excesiva de residuos y la protección de especies. Gracias a estas

propuestas, Sony ha logrado promover compradores más responsables en el cuidado del planeta, capaces de pensar en las futuras generaciones.

Es importante destacar el reconocimiento que la compañía obtuvo en el "Informe Japón 500 *Carbon Disclosure Project* (CDP) de Cambio Climático" del 2015, en el cual se reconocieron las estrategias implementadas por Sony sobre el cambio climático y además, su divulgación transparente de la información, lo que permite evidenciar el esfuerzo de la compañía para tener productos cada vez más amigables con el planeta, que incluyan tanto la reducción de consumo de energía, como también, la aceleración en el uso de energías renovables (Sony Corporation, 2015).

### ***Picture This***

Desde septiembre de 2015, las cadenas de televisión de *Sony Picture* lanzaron la campaña global *Picture This*, la cual apoya todo tipo de esfuerzos realizados alrededor del mundo para proteger y preservar el medio ambiente. *Sony Pictures Television* ha utilizado sus recursos en campañas al aire en eventos de la comunidad, con los cuales se busca llamar la atención sobre los problemas que afectan a las diferentes regiones y así, colectivamente, lograr un impacto global. Actualmente cuenta con 45 cadenas participantes que llegan a 177 países en 30 idiomas. Gracias a esta campaña, Sony busca imaginar un lugar mejor, una comunidad más sostenible y, además, un ambiente más limpio (Sony Corporation, 2015).

Uno de los países que hace parte de *Picture This* es Japón, cuyo reto desde el año 2005 ha sido contribuir en la campaña propuesta por el gobierno japonés: "Equipo Menos 6 por ciento", que busca ayudar en la reducción de gases de efecto invernadero del condado, en el marco del Protocolo de Kyoto. Como respuesta a esta campaña se han alcanzado grandes logros ambientales, tales como: evitar el desperdicio de agua, la elección para comprar productos sostenibles y desconectar equipos electrónicos que no estén en uso. La campaña, día tras día sigue sumando esfuerzos para aumentar su éxito y continuar por la ruta del progreso ambiental (*Picture This*, 2016).

### ***Climate Neutral Now***

Sony ha participado en la iniciativa *Climate Neutral Now* (Neutralidad Climática Ahora), organizada por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Esta iniciativa pide a las grandes empresas y organizaciones reducir la emisión y compensar la huella climática con energías renovables, para así limitar el aumento de la temperatura global a menos de 2°C en relación con el nivel de la Revolución Preindustrial. La Compañía Sony ha tomado acciones en el "Camino a cero", un plan ambiental que lucha por tener una huella ambiental cero para el año 2050. Esto se hace posible por medio de una serie de objetivos ambientales a mediano plazo: *Green Management* (Gestión Verde) de 2020, donde le apunta a cuatro perspectivas orientadoras para lograr la meta del Camino a Cero: "frenar el cambio climático, velar por la conservación de los recursos, el control sustancias químicas y la promoción de la biodiversidad" (Negishi, s.f).

### **Oficinas centrales de Sony: edificios ambientalmente amigables**

Las campañas realizadas por Sony no son únicamente dirigidas a las comunidades o regiones exteriores, sino que también se enfocan en el desarrollo sostenible desde el interior de la compañía. Es por esto que las oficinas centrales de Sony, en Tokio, cuentan con una gran variedad de tecnologías para el ahorro de energía. Una de esas tecnologías permite reciclar el agua



tratada por una de las plantas de tratamiento cercana al edificio, que se utiliza en los sistemas de calefacción y refrigeración, de forma tal que se evite su descarga en ríos. Gracias a este tipo de estrategias, *Sony City* fue galardonada y ha sostenido la máxima certificación de "Mejor edificio" desde el año 2011, por parte del gobierno de Tokio (Sony Corporation, 2015).

## Conclusiones

Los seres humanos, de una u otra manera, siempre han interactuado con el medio ambiente, debido a la importancia que tiene para su subsistencia. No obstante, durante los últimos años, factores como el crecimiento exponencial de la población mundial y el aumento de la necesidad por obtener todo tipo de recursos, han provocado graves problemas ambientales, como la contaminación del agua y el aire, el agotamiento de recursos renovables y no renovables, y la generación de gases de efecto invernadero, entre otros.

Sin embargo, en la actualidad existe una conciencia ambiental cada vez más sólida, no sólo en los individuos, sino también en los gobiernos y las empresas, los cuales han impulsado múltiples actividades que buscan limitar el daño sobre el medio ambiente, así como también motivar la preservación de este. A raíz de esta lucha por proteger el medio ambiente, países como Japón, gracias a una alta intervención gubernamental, han creado una conciencia fuerte en sus ciudadanos, por medio de políticas ambientales contundentes, capaces de desarrollar campañas y estrategias que, a su vez, son impulsadas por las grandes industrias, como es el caso de Panasonic y Sony, dos multinacionales japonesas que han realizado grandes esfuerzos para mejorar la esperanza de vida tanto en las generaciones presentes, como las futuras. Gracias a estos esfuerzos, Japón es actualmente considerado el país menos contaminante del mundo, un hecho que debe ser ejemplo para las naciones, a fin de alcanzar el ambiente sostenible que el mundo necesita.

>>>

## Referencias

- Europa Press. (2005). Panasonic crea EcologyNet Europe, filial europea para servicios de reciclaje, con vistas a la directiva RAEE. Madrid, España: europapress.es. Recuperado de: <http://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-rsc-panasonic-crea-ecologynet-europe-filial-europea-servicios-reciclaje-vistas-directiva-raee-20050316112720.html>
- Gareis, Gómez, Morales, Pérez y Serrano. (s.f). Exportación ciruelas deshidratadas a Japón. Blogs de la UNRN. Recuperado de: <http://unrn.edu.ar/blogs/marketing-internacional/files/2012/06/Exportacion-ciruelas-deshidratadas-a-Japon.pdf>
- Gallego, M. (2013). Panasonic y sus 3 iniciativas para salvar el medio ambiente. Vida Mas Verde. Recuperado de: <http://vidamasverde.com/2013/panasonic-y-sus-3-iniciativas-para-salvar-el-medio-ambiente/>
- Negishi, N. (s.f). Sony. United Nations. Recuperado de: <http://climatenutralnow.org/SitePages/OrganizationsEvents.aspx>
- Picture This. (2016). Japan. Sony pictures television. Recuperado de: <https://sites.sonypicturestelevision.com/picturethis/region/japan/>
- Portal de ingenieros españoles. (2011). Japón es el país con más empresas sostenibles en el mundo. Ingenieros.es. Recuperado de: <http://www.ingenieros.es/noticias/ver/japon-es-el-pais-con-mas-empresas-sostenibles-en-el-mundo/438>
- Serrano, M. (2013). Japón, el país menos contaminante del mundo. Japón: Absolut Japón. Recuperado de: <http://www.absolutjapon.com/japon-pais-menos-contaminante-del-mundo/>
- Sony Corporation. (2015). Sony es reconocida como un líder en la lucha contra el Cambio Climático en el Informe Japón 500 CDP de Cambio Climático. Sony y el medio ambiente. Recuperado de: <http://www.sony.net/SonyInfo/csr/SonyEnvironment/es-la/initiatives/>
- Sony Corporation. (2015). Imaginando un Mundo Mejor a través de "Picture This" de SPT. Sony y el medio ambiente. Recuperado de: <http://www.sony.net/SonyInfo/csr/SonyEnvironment/es-la/initiatives/>
- Watanabe, M. (2007). Política Ambiental del Japón. Córdoba, Argentina: Embajada del Japón en la Argentina. Recuperado de: <http://www.ar.emb-japan.go.jp/Notas/070808.DiscursoMiniMedioAmbiente.html>