

ANTECEDENTES MEDIOAMBIENTALES
EN KYOCERA MITA EUROPA

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la protección del medio ambiente es uno de los mayores retos al que nos enfrentamos. Alcanzar el equilibrio entre el desarrollo económico y la protección del medio ambiente es un problema al que se enfrentan todos los consumidores y negocios.

Según la Agencia Europea de Medio Ambiente, hacia 2030 la demanda de energía en Europa aumentará hasta casi un 20%, lo cual tendrá un efecto importante sobre el medio ambiente. Las estadísticas del Programa Europeo sobre el Cambio Climático (PECC) muestran que el equipamiento de oficina representa una parte significativa del consumo total de energía en el ámbito empresarial. Y se espera que siga aumentando.

Además del efecto que tiene este crecimiento en el consumo de energía sobre el medio ambiente, tanto las empresas como los consumidores deben considerar el factor económico. Gartner estima que, hacia 2010, la mitad de empresas de Forbes Global 2000 invertirán más en energía que en equipos informáticos. Los costes energéticos, ahora sobre el 10% de un presupuesto medio en gastos informáticos, podrían aumentar hasta un 50% en cuestión de años.

Además del daño ecológico causado por la demanda de energía, cada año se generan dos mil millones de residuos – incluyendo residuos peligrosos – en la UE, y este dato también aumenta sin parar.

Los reglamentos de la UE como la Directiva sobre Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) y la Directiva sobre los Productos que utilizan Energía (PUE) “obligan” a las empresas a adoptar modos de trabajo más ecológicos, pero aún así, éstas podrían hacer mucho más para proteger el medio ambiente.

PERSPECTIVA DE KYOCERA SOBRE LA SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad está presente en el trabajo cotidiano de Kyocera Mita Europa. Desde su fundación, Kyocera Mita ha puesto en marcha iniciativas en pro de la cuestión medioambiental, como el ahorro de energía, la protección de los recursos y el desarrollo de los productos ecológicos. Estas actividades son cruciales para la filosofía de gestión de la empresa, que afirma que procurará: “convivir en armonía con la naturaleza y la sociedad. La convivencia en armonía constituye la base de todas nuestras actividades empresariales, ya que trabajamos juntos para crear un mundo donde reine la concordia y la paz.”

Kyocera Mita concibe la sostenibilidad como la contribución de las empresas al desarrollo social y cultural de las comunidades locales a través de iniciativas de apoyo a las organizaciones benéficas locales. Kyocera Mita reconoce la necesidad de crecimiento y prosperidad de las empresas. Sin embargo, su visión de sostenibilidad defiende que éstas deben asumir su responsabilidad de inversión de beneficios en investigación y desarrollo para

mejorar los productos y servicios, repercutiendo esto de forma positiva en los clientes, la sociedad y el medio ambiente.

KYOCERA: DE LA IDEA A LA ACCIÓN

Kyocera estableció su Carta Medioambiental en 1991 y fue la primera empresa japonesa que se comprometió a realizar su trabajo de manera respetuosa con el medio ambiente. Dicha Carta atañe a todo el Grupo Kyocera, incluyendo Kyocera Mita, y contiene los objetivos de gestión medioambiental que Kyocera se compromete a alcanzar, desde el cumplimiento de las normas internas basadas en reglamentos regionales e internacionales, hasta la promoción de actividades que ahorran energía dentro de la empresa, como el uso razonable de electricidad.

La estrategia medioambiental de Kyocera Mita abarca cuatro ámbitos clave:

- ▶ **Tecnología:** para desarrollar productos con una vida útil más larga y de bajo consumo
- ▶ **Reciclaje:** para reducir el impacto sobre el medio ambiente
- ▶ **Gestión medioambiental:** para llevar a cabo una gestión, educación y formación medioambiental continua
- ▶ **Responsabilidad social corporativa:** para actuar de manera socialmente responsable gracias a la transparencia y a la contribución social

TECNOLOGÍA

Las empresas tienen un papel crucial a la hora de elegir productos más sostenibles. De todos modos, muchos de los impactos evitables que se derivan de esas elecciones ya podían haberse reducido desde mucho antes de que llegase el producto al cliente. Diseñadores, fabricantes, distribuidores y profesionales de marketing tienen la responsabilidad de crear y promocionar bienes y servicios con mínimos impactos sociales y medioambientales.

El concepto ECOSYS de Kyocera Mita es el centro de su estrategia medioambiental. Lanzado en 1992, ECOSYS combina el rendimiento económico y medioambiental reduciendo el volumen de consumibles y de residuos, así como el coste de su sustitución. El secreto es el desarrollo de tecnología de componentes de larga vida útil, combinada con un diseño ecológico, tecnología de ahorro de energía, tecnología de reducción de sonido y de emisiones, y gestión de sustancias químicas.

Kyocera Mita ha registrado un gran número de patentes, entre las que se incluye el concepto y la tecnología ECOSYS, de ahorro de energía y reducción de emisiones.

Como consecuencia de su compromiso en el cuidado medioambiental, muchos de sus dispositivos han aprobado las normas de calidad medioambiental, como:

- ▶ **Energy Star:** otorgado a productos de bajo consumo (tanto profesionales como para el hogar) que ayudan a proteger el medio ambiente y a ahorrar dinero

- ▶ **Blue Angel (Angel Azul):** el premio medioambiental alemán más prestigioso para equipos de oficina
- ▶ **Nordic Swan (Cisne Nórdico):** premio medioambiental sueco. Kyocera Mita fue el primer fabricante de impresoras en conseguirlo
- ▶ **Eco Leaf:** programa de etiquetado medioambiental japonés
- ▶ **Eco Mark:** premio japonés otorgado a productos que reducen significativamente el impacto medioambiental en la vida cotidiana



REDUCCIÓN, REUTILIZACIÓN, RECICLAJE

Las iniciativas como la Directiva UE sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) han obligado a los fabricantes a considerar la reducción de residuos producidos, el intento de cambiar el procedimiento actual, el desarrollo sostenible y la implantación del hábito de la reutilización o el reciclaje.

Con la tecnología ECOSYS, Kyocera contribuye a la eliminación de residuos desde 1992, con el diseño de componentes de larga duración. Un cartucho de tóner normal de Kyocera contiene sólo cuatro componentes, a diferencia de, por ejemplo, las 60 partes de un HP, lo cual se traduce en una menor producción de residuos con cada cambio de tóner. Además, hay que cambiarlos con menos frecuencia, reduciendo aún más los residuos generados.

Además, otros componentes como las piezas ópticas, el papel y otros accesorios están también pueden ser reutilizados. Kyocera separa las partes reutilizables de las multifuncionales recuperados y los reutiliza para reparaciones. Se comprueba el estado de la máquina recuperada y se seleccionan las partes reutilizables. Las piezas separadas se limpian y se revisan según los estrictos controles de calidad antes de ser suministradas como piezas de reparación.

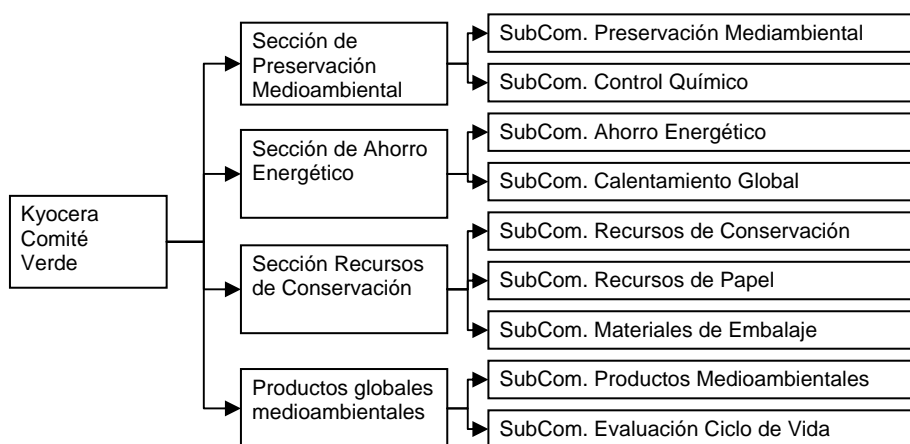
Kyocera también emplea materiales reciclados para la elaboración de sus dispositivos. Por ejemplo, la unidad de alojamiento está hecha de resina reciclada de botellas de plástico y, el embalaje, de moldes hechos con papel reciclado. Para promocionar el reciclaje de sus productos, Kyocera etiqueta sus piezas con el nombre de la materia prima, facilitando así su clasificación una vez llegadas al punto limpio.

SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Kyocera ha obtenido en la norma ISO 14001 de gestión medioambiental desde la primera vez que se planteó. Entre 1996 y 1997, los 10 centros de producción japoneses recibieron la certificación y, desde entonces, todas las sedes de producción mundiales de Kyocera lo han hecho, incluyendo Kyocera Mita Europa.

Kyocera Mita Europa ha definido sus propias políticas medioambientales, paralelas a las de su empresa matriz de Japón. Éstas incluyen la protección de los recursos naturales, el compromiso con el perfeccionamiento continuo, la prevención de la contaminación y el cumplimiento de todos los requerimientos legales. El sistema de gestión medioambiental integrado del Grupo Kyocera garantiza la gestión de todos los aspectos medioambientales; todas las filiales realizan informes semestrales con sus objetivos medioambientales.

Este sistema de gestión está supervisado por el Comité Verde de Kyocera. Establecido en 1991, este Comité asegura que Kyocera promueve actividades medioambientales basadas en la Carta medioambiental de Kyocera. El Comité está presidido por el número uno de Kyocera, Makoto Kawamura, y está formado por cuatro grupos de gestión de nivel senior y nueve subcomités que tienen el cometido de reducir el impacto sobre el medio ambiente a lo largo del ciclo vital del producto:



El Comité Verde de Kyocera estudia y aprueba los objetivos y medidas detalladas para cada sección y subcomité. A continuación, las fabricas y las filiales con sus respectivos departamentos de ventas aplican dichas acciones. El sistema de gestión medioambiental integrado del Grupo Kyocera también incluye auditorías internas en cada oficina y planta, así como auditorías con proveedores, para asegurarse del proceso de gestión medioambiental, tanto a nivel interno como externo.