

# Empresas Responsables

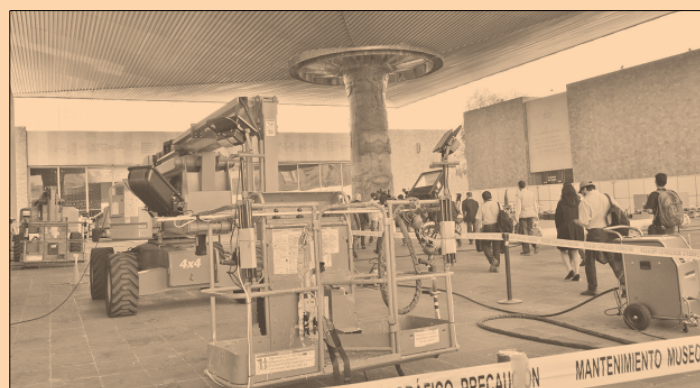
COORDINADORA: Viridiana Díaz

viridiana.diaz@eleconomista.mx

Tel. 5326-5454 ext. 2129

La primera limpieza de Kärcher fue al Cristo Corcovado en 1980, ante la visita del Papa Juan Pablo II.

Los trabajos que realizará Kärcher abarcarán un total de 6,711 metros cuadrados de la superficie de aluminio. FOTO: INAH



## KÄRCHER LIMPIÓ EL PARAGUAS DEL MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA

# Limpieza de monumentos, parte de la estrategia de RSE

En el mundo han limpiado más de 140 monumentos con personal especializado para proporcionar la mejor limpieza posible.

Viridiana Díaz  
EL ECONOMISTA

LA EMPRESA Kärcher conmemoró 25 años de presencia en el país, motivo por el cual decidieron llevar a cabo la primera limpieza de monumentos en México, eligiendo el paraguas del Museo Nacional de Antropología, “ya que es un referente cultural, que combina motivos prehispánicos con técnicas contemporáneas, y que no había sido limpiado, pues en el 2004 sólo se limpiaron algunas partes del paraguas, como el cuadrángulo de las Monjas en Uxmal, la Tira de la Peregrinación o Códice Lorenzo Boturini”, comentó Thorsten Möwes, experto de Kärcher en conservación de monumentos.

En este sentido, el vocero de la compañía comenta que desde 1980 han im-

pulsado este patrocinio cultural, con el cual han limpiado más de 140 monumentos de forma restaurativa alrededor del mundo, “no sólo apoyamos con recursos financieros o equipos, sino que, sobre todo, apoyamos con personal y conocimiento técnico especializado en conjunto con restauradores, historiadores del arte, las instituciones responsables de los monumentos, et cetera, para proporcionar la mejor limpieza posible, pero sin dañar el monumento”, explica.

“Nuestras actividades de patrocinio cultural van más allá del aporte de equipos y recursos financieros. Realizamos una gran contribución personal en los proyectos con la participación de nuestros especialistas y con nuestros conocimientos técnicos. En este contexto, para nosotros es muy importan-

te también el apoyo a las próximas generaciones y la protección del medio ambiente”, añadió Thorsten Möwes.

La primera limpieza que realizó Kärcher fue el Cristo Corcovado en 1980, ante la necesidad que surgió de la visita del Papa Juan Pablo II a la ciudad, pues se requirió que la estatua fuera impecable. Otros monumentos que se han limpiado incluyen: Monte Rushmore y Space Needle en Estados Unidos; London Eye, en Londres, Inglaterra; Colossi of Memnon, en Luxor, Egipto y la Puerta de Brandenburgo, en Berlín, Alemania.

En el rubro de responsabilidad social, la empresa líder mundial en sistemas y equipos de limpieza apoya también a la organización Aldeas Infantiles SOS México, cuyo principal objetivo es la formación de familias para los ni-

ños que han perdido la protección de sus padres, integrándolos en un sistema que les permita desarrollar una vida como todo niño merece, con una donación de equipos de limpieza, así como con instrucción *in situ* para los equipos más complejos, y así facilitar su trabajo diario.

“En el 2015 comenzamos con la organización Corazón de la Tierra, la construcción de la instalación de filtro verde más grande (purificación de aguas residuales mediante plantas) hasta el momento, en el municipio de San Andrés Ixtlán, Jalisco. También contribuimos en el 2017 con la Fundación Vida Plena un centro de día para personas mayores con recursos limitados, haciendo un diagnóstico de sus necesidades de limpieza y decidió donar el equipo adecuado, además de



proporcionar capacitación al personal de limpieza para que aprendieran a usar el equipo correctamente”, explica el experto de Kärcher.

La compañía ha recibido varias distinciones en todo el mundo por sus labores enfocadas a la responsabilidad social, como el premio por técnica medioambiental del Estado de Baden-Württemberg en la categoría de reducción de emisiones, preparación y separación (2011), el sello ARBEIT PLUS por su rendimiento superior a la media en el ámbito de gestión del personal (2013), o el premio alemán de RSC para la limpieza en la restauración de la iglesia conmemorativa del emperador Guillermo de Berlín, en la categoría Compromiso Cultural como Expresión de la Responsabilidad Social Corporativa (2014).

Finalmente, y con respecto a las recomendaciones que Kärcher hace a otras empresas para potenciar la RSE, Thorsten Möwes comenta: “Creemos que la mejor forma de llevar a cabo actividades relevantes de Responsabilidad Social es, precisamente, brindar todo lo que las empresas tienen para dar, más allá de los recursos económicos, que puedan ser conocimientos técnicos especializados, personal, innovaciones, etcétera, para resolver alguna problemática de la comunidad en la que se encuentran. En Kärcher creemos que sólo teniendo en cuenta los intereses de la sociedad puede lograrse el éxito económico mutuo”.