

Trabajador de Kinross donó premio a la Quinta Compañía de Bomberos de Paipote

Una donación de dos millones de pesos recibió la Quinta Compañía de Bomberos de Paipote gracias a la decisión de Juan Pablo Rojas, superintendente de Salud y Seguridad de Kinross Chile, quien destinó a esta institución el premio obtenido tras resultar ganador de un concurso interno impulsado por la compañía a nivel global.

La iniciativa se enmarca en la campaña Movember, que busca promover la concientización sobre la salud física y mental de los hombres a través de distintas actividades internas. Uno de los hitos más icónicos invita a trabajadores a participar en un concurso que reconoce el crecimiento del mejor bigote durante el mes de noviembre.

“Trabajo en Prevención de Riesgos, por tanto siempre he estado vinculado a personas que se dedican a la respuesta ante emergencias. Tengo grandes amigos bomberos y pensé bueno, para ellos. Escogí a la Quinta Compañía de Bomberos de Paipote por ser nuestros vecinos cercanos y por hacer un tremendo trabajo en la comunidad”, expresó el trabajador del sitio La Coipa.



Por su parte, Catalina Alquinta, directora de la Quinta Compañía de Bomberos de Paipote, valoró el gesto y agradeció el apoyo recibido: “No lo esperábamos. Somos una compañía relativamente nueva, creada por los

mismos vecinos y vecinas del sector. Estamos muy agradecidos con Juan Pablo y con Kinross, que nos ha apoyado también en años anteriores”.

Para Kinross, este tipo de iniciativas reflejan el compromiso de sus trabajadores con el cuidado de las personas y su entorno, y el desarrollo de sus comunidades vecinas. En ese sentido, la compañía destaca el trabajo

conjunto como un habilitador de impactos positivos en el territorio, demostrando que unidos y unidas hacemos grandes cosas.

Cabe mencionar que Movember nació en Australia en 2003, cuando un grupo de hombres decidió dejarse crecer el bigote durante noviembre para apoyar la investigación y visibilizar problemáticas que afectan de manera significativa a la población masculina. Desde entonces, el movimiento se ha convertido en una de las campañas de salud más influyentes del mundo, invitando a hombres y organizaciones a sumarse mediante acciones simbólicas que impulsan la conversación, derriban estigmas y fomentan el autocuidado.