

Arauco

**LA ESTRATEGIA CON  
QUE LA EMPRESA  
ACERCÓ LA  
COMUNICACIÓN A  
SUS TRABAJADORES**

## > Introducción

Resulta irónico que un caso digno de un manual de estrategias de comunicaciones externas terminó por mostrar – y, por consiguiente, cambiar– cómo Arauco no había visualizado la importancia de la comunicación con sus colaboradores. ¿Las razones? Pueden ser varias, una de ellas es que la empresa tuvo que abocarse en un cien por ciento a manejar la crisis generada por la muerte de los cisnes en Valdivia en 2004; otra, es que muchas de las empresas productivas vienen con décadas de historia de una cultura más tradicional y jerárquica, donde cuesta más internalizar una gestión más moderna de los recursos humanos. Y por último, la empresa ha experimentado un rápido proceso de crecimiento, en una industria internacional muy competitiva que exige el cumplimiento de altos estándares.

Todos estos factores pudieron haber contribuido en el desgaste interno, que se reflejó en los resultados de la encuesta de clima organizacional del año 2010, la cual arrojó una baja valoración de los colaboradores en gran parte de los factores evaluados. Entre ellos, el relacionado con la Comunicación Interna, que logró sólo 48 puntos (en escala de 1 a 100, usando la metodología Hay Group).

Desde el punto de vista comunicacional, y debido a la crisis que finalmente derivó en la sentencia del Consejo de Defensa del Estado que condenó a Arauco a pagar una indemnización de \$5.200 millones, los grandes esfuerzos de la empresa estaban concentrados “hacia fuera”, con los medios de prensa, autoridades y la comunidad.

Sin embargo, con el cambio de gerente general (salió Alejandro Pérez y asumió Matías Domeyko) se comenzaron a generar una serie de cambios relevantes al interior de la organización, lo que permitió iniciar no solo un nuevo camino en el relacionamiento externo, sino que más importante aún, en la cultura organizacional y en la forma de involucrar a los propios colaboradores.

## ➤ Cambiando la cultura empresarial de Arauco

El área de comunicaciones internas se creó en Arauco el año 2010. En esa fecha se incorporó Carole Pastorini como jefa de comunicaciones internas, a la Gerencia de Asuntos Corporativos. A su llegada se encontró con una organización donde se compartía muy poca información respecto al quehacer de la empresa, de los resultados y desafíos. “Si uno observa el desarrollo de las empresas productivas, muchas de ellas tienen historias más recientes en la implementación de procesos de gestión de personas -como desempeño, movilidad y comunicaciones internas- a diferencia de lo que ocurre en empresas de servicio o de retail. En general estas organizaciones van más lento que otras que -por su rubro de acción- tienen que generar mayor cercanía con la gente, con el cliente”, explica.

Pero los resultados de la segunda encuesta de clima laboral que se hizo en 2010 (la primera fue realizada en 2008) provocaron un punto de inflexión en el manejo de los recursos humanos y, junto con ello, en las comunicaciones internas de la empresa controlada por el grupo Angelini.

Luego que Alejandro Pérez dejara la gerencia general por la crisis de los cisnes, Matías Domeyko dirigió la empresa hasta el 2011. Ese año hay un nuevo cambio de estructura, que deja a Matías Domeyko como vicepresidente ejecutivo, se nombró a Cristián Infante (que hasta ese momento también había desempeñado varios cargos en Arauco) como gerente general y con él llegó Camila Merino, a liderar la Gerencia Corporativa de Personas. “Camila incorporó una nueva visión en la forma de gestionar los procesos de recursos humanos y con mucha sensibilidad a los temas de comunicación interna. Con todos estos cambios se inició un importante trabajo para definir la estrategia y cómo se visualizaba Arauco al año 2020”.

Se definieron los valores de la empresa, se estructuró un programa de reconocimiento Espíritu Arauco y se fortalecieron los medios internos. Una de las iniciativas más importantes y valoradas fueron las reuniones trimestrales con el gerente general para dar a conocer los resultados de la empresa y -posteriormente- para luego bajar esa información a los trabajadores por medio de los gerentes.

## > Los primeros cambios

Una de las primeras implementaciones fue la definición de los valores de Arauco. Para hacerlo de forma participativa constituyeron un foro híbrido de 30 trabajadores que, durante 5 meses, fueron trabajando en las definiciones, que posteriormente fueron zanjadas por el comité ejecutivo. De ahí surgieron los cinco valores de la empresa. “Después de las definiciones, se hicieron talleres de alineamientos con los gerentes y sus equipos en las plantas. Y a todos les hacía mucho sentido. La gente empezó a decir que quería trabajar con los valores, la declaración del propósito... Ahí nos dimos cuenta que querían un relato al cual adherir”, explica Pastorini.

Camila Merino, principal impulsora de los cambios y quien, hasta octubre de 2017 se desempeñó como Gerente Corporativo de Personas y Medioambiente, Seguridad y Salud Ocupacional, señala que llegó a Arauco a trabajar en todos los procesos de personas. “Para mí el tema de comunicaciones internas era clave en todo lo que había que hacer. Si quieres tener éxito en el desarrollo de tus trabajadores hay que tener una estrategia de comunicaciones internas para crear cultura. Si bien en general no había un relato común que le permitiera a los trabajadores sentirse parte de Arauco, los valores nos ayudaron a generar una narrativa”.

### **Actualmente, los valores de Arauco son:**

1. Seguridad, siempre lo primero.
2. Compromiso, trabajamos con pasión.
3. Excelencia e innovación, queremos ser mejores.
4. Trabajo en equipo, juntos somos más.
5. Buen ciudadano, respetamos el entorno y creamos valor.

Sin embargo, hacer un plan de comunicaciones internas no era el principal – ni el único- cambio que Arauco necesitaba. Uno de los problemas era que muchos de los temas relevantes y las comunicaciones se manejaban en el grupo de los gerentes corporativos (máximos líderes de la organización) y no se transmitían al resto de la organización. Por lo tanto, no había información oficial disponible para compartir con los trabajadores. No obstante, eso fue cambiando con las reuniones trimestrales del gerente general que se transmiten vía streaming. Camila añade “lo que más estaba al debe era el trabajo con los jefes. Comunicaciones internas es un apoyo, puedes tener medios masivos que apalancan, pero lo importante es que la comunicación tiene que ser desde los gerentes hacia el resto de la organización. La gente quiere relacionarse con ellos. Nuestros líderes no sabían por qué no estaban contentos, pero se dieron cuenta que la gente quería que se les conversara, tener un rol, tener un proyecto común. Antes se pensaba que todo pasaba por la plata, era una relación más transaccional”.

Algo que podría ser una anécdota divertida demuestra la escasa comunicación que había entre los gerentes y los colaboradores. En Arauco existe un bono de gestión que se entrega una vez al año en función de los resultados, pero los trabajadores no lo tenían claro.

Los colaboradores lo llamaban “el bono Matías”, porque –al no saber los motivos que explicaban el monto- lo atribuían completamente al entonces gerente general. “Una de las primeras medidas fue explicar cómo se paga el bono, y enviar una carta personalizada a cada trabajador indicando cuál es el monto que recibirá. Pero hubo dudas de lo que se estaba haciendo. Ahí se empezaron a derribar los mitos. Todos estos paradigmas que había en que no se pueden comunicar tan abiertamente todos los temas, porque algo podría suceder... Estaban sobreprotegiendo mal entendidamente a la organización con la forma de hacer las cosas”.

Por ahora, una de las principales tácticas ha sido cohesionar a la empresa ya que Arauco está formada por negocios: celulosa, maderas, y forestal. Esto lo han manejado a través del diario Voces de Arauco y la Intranet, medios que mantienen infor-

mados a todos los trabajadores, independientemente de la planta o lugar donde se desempeñen.

Por otro lado, Camila Merino con su equipo instauró la revisión de rentas una vez al año en función del desempeño y del mercado para que exista un “mínimo Arauco”. Toda esta información se traspasa desde comunicaciones internas.

## ➤ La estrategia general

El plan de Cultura y Comunicaciones Internas con que se visualizó la empresa para el 2020 contempla lograr 4 objetivos clave:

1. Renovar el compromiso de los colaboradores con Arauco y de Arauco con los colaboradores.
2. Compartir la estrategia de negocios con la organización por medio de una mejor comunicación directa.
3. Fortalecer la cultura en base de los valores corporativos a través de la acentuación de los rasgos que se comparten, velando por mantener las identidades locales.
4. Coordinar y facilitar la gestión diaria por medio de la definición de herramientas que faciliten la toma de decisiones y el desarrollo de habilidades comunicacionales.

Desde que se formó el área de comunicaciones internas, la empresa ha logrado cambios positivos en lo que respecta a la comunicación, participación, cultura, y medios de comunicación.

Se realizan encuentros ejecutivos trimestrales vía streaming donde se entrega

información a todos los ejecutivos de Arauco (de Chile y el mundo). Por otra parte, en marzo se organizan puntos de encuentros con el gerente general de Arauco, donde más de 2.000 trabajadores han participado de esta reunión anual.

La estrategia también contempla bajar información a los colaboradores sobre los encuentros ejecutivos en todos los negocios de Arauco. Para esto se han organizado 19 talleres de habilidades comunicacionales, donde 200 personas fueron capacitadas con el objetivo de que puedan hacer un traspaso efectivo de la información.

En relación a la participación y cultura, el equipo de comunicaciones internas ha desarrollado los fondos concursables para los trabajadores, instancia en la cual desde el año 2012 se han presentado 668 proyectos y 4.500 trabajadores se han visto involucrados. En 2017 la Fundación AcercaRedes se hizo cargo de esta iniciativa, recibiendo 214 propuestas que significaron una importante participación de la comunidad y de los trabajadores de Arauco.

También se instauró el premio Espíritu Arauco, el que se detalla en el ítem Campañas. Los medios de comunicación internos también han sido modificados. La nueva Intranet funciona con conexión fuera de la red Arauco, se creó un nuevo Portal de Beneficios Arauco que cuenta con más de 350 convenios en salud, educación, viajes y deportes, entre otros, y en la mayoría de las plantas y oficinas se instaló un nuevo sistema audiovisual para reforzar las noticias relevantes a través de videos.

Toda esta gestión se ha visto reflejada en los resultados. De hecho, “el factor comunicación ha tenido un aumento sostenido de 24 puntos desde el 2011. Hoy podemos decir que la comunicación es una dimensión, que si bien sigue con oportunidades de mejora, es bien evaluada por todos los roles de la empresa”, señala uno de los informes de Comunicación y Cultura. El año 2011, el porcentaje de respuestas favorables sobre las comunicaciones en la encuesta de clima alcanzaba 48 puntos, mientras que en 2017, ese número subió a 71 puntos (ver anexo 1).

Por otro lado, agrega que “los medios de comunicación son bien evaluados. Los trabajadores conocen los beneficios que se otorgan. Existe un alza en la evaluación de los jefes y líderes, pero siguen con brechas a trabajar”. Por lo tanto, el informe

plantea que los temas a mejorar son las oportunidades para expresarse, tener líderes con credibilidad y una mayor comunicación directa (ver anexo 2).

## > La reestructura de comunicaciones internas

Si bien el área de Comunicaciones Internas nació en el área de Asuntos Corporativos y Comunicaciones Externas, en 2013 se traspasó a la Gerencia de Recursos Humanos, y un año más tarde se constituyó como una subgerencia luego de una revisión organizacional realizada con McKinsey. Hoy trabajan 9 personas en esa área.

## > Las campañas específicas

Dentro de las campañas que Arauco ha desarrollado para fortalecer sus comunicaciones internas está el premio Espíritu Arauco. Esto, debido a que el reconocimiento era una práctica que tampoco estaba presente y había tenido una baja evaluación en la encuesta de clima organizacional.

Las preguntas ¿me siento valorado? estaban muy mal evaluadas. “Era algo que teníamos que mejorar. Entonces hicimos un programa que nos permitiera ahondar en los valores; así se generó el premio espíritu Arauco”, comenta Carole.

El funcionamiento de este programa es participativo: para nominar a un compañero se necesita la firma de 5 personas más, quienes no pueden firmar por otro candidato.

La idea es que los colegas cuenten la historia de ese trabajador y expliquen por qué lo están nominando. De cada localidad se elige un ganador. Así, en total se eli-



gen 36 ganadores locales, quienes luego compiten para ganar el premio Espíritu Arauco de personas y el corporativo. El primero se gana por votación popular, mientras que el segundo lo elige el comité ejecutivo.

Más allá del premio, Carole explica que la ceremonia en sí ha servido como un momento de cohesión para la empresa y sus colaboradores. Además, el diario Voces de Arauco lanza una versión especial con la historia de todos los trabajadores nominados al premio y se crea una página web especial para la votación. “La ceremonia se hace en Concepción y junto con premiar a los 36 finalistas también entregamos un premio a la mejor campaña y a la barra más participativa. Para el espíritu Arauco votan 7 mil personas y en dos oportunidades han ganado forestales, que son los que tienen menos trabajadores, cerca de 800 personas. Eso es porque de verdad se leen las historias. Gracias al Espíritu Arauco nos hemos chasconeado, los gerentes y todos los que participamos disfrutamos mucho”, afirma.

### **En específico, se han impulsado las siguientes campañas:**

#### **➔ Fondos Concursables para Trabajadores**

Se hizo por primera vez en 2012 y surgió para asentar el valor de Buen Ciudadano en la empresa. Para elegir los proyectos finalistas, cada región constituye su comité y de ahí se eligen los proyectos que pasarán a la siguiente etapa de votación popular. El resto de los ganadores son elegidos por el comité ejecutivo.

“La gente sentía que el Buen Ciudadano” era lejano, no era un valor con que se identificaran, por lo que estos fondos tienen relación con la comunidad. Y lo bonito es que nos llegan proyectos de todo tipo; tenemos un laboratorio especializado, Bioforest, que envía proyectos súper especializados como de energía renovable para un jardín infantil. También hay proyectos más simples. El año pasado llegó uno de Valdivia que querían hacer otra pieza para el hogar de ancianos para los pacientes terminales. Se eligen también según la representatividad y se consideran también otras variables”, argumenta Pastorini.

En total se premian 30 proyectos y el presupuesto que se destina es de 90 millones, 60 millones más que al comienzo.

### → **Concurso “Reglas clave para la seguridad”**

Como la seguridad es el primer valor de Arauco, se creó una campaña que buscaba promover las reglas de seguridad de la empresa. Los trabajadores participaron enviando videos y a los ganadores no se los premió monetariamente, sino con un asado.

### → **Desafíos de Innovación**

Comenzaron el año 2016, con el desafío “Innovación en seguridad”. El objetivo de esta iniciativa es que los empleados propongan ideas para después llevarlas a cabo y así reforzar también el valor de Excelencia e Innovación. En 2017 el desafío fue cómo ser una empresa más ágil y eficiente, que recibió un total de 254 ideas, provenientes de Chile, Argentina y Brasil, 1.766 apoyos, y 31.143 visitas a la plataforma.

### → **Concursos cortos**

Independiente de los proyectos anteriores, en Arauco también se han desarrollado concursos más cortos para fomentar la participación de los trabajadores. Entre ellos, concursos de payas para el 18 de septiembre y otro de “igualitos a” para el día de la madre y el padre, donde mamás y papás mandaban fotos junto a sus hijos para mostrar su parecido.

### → **Becas a trabajadores y sus hijos**

Otro de los proyectos que Arauco mantiene son las becas, las que existen de dos tipos: para los trabajadores que quieren perfeccionarse y las que se les otorgan a sus hijos. Según explica Camila Merino, los trabajadores postulan y se eligen según su desempeño, antigüedad y relación que tiene el curso de especialización con su

trabajo. En el caso de los trabajadores, la beca financia hasta un 75% de sus estudios, mientras que en el caso de los hijos, se financia 55 UF anuales para educación universitaria y 45 UF anuales para educación técnica. Ambas becas son anuales y se mantienen en el tiempo gracias al buen desempeño académico.

## ➔ **Redes sociales internas**

Además de las campañas permanentes, se mejoró la Intranet el año 2014, si bien existía desde 2008. Ahí se postean noticias, informaciones específicas y calendarios. Lo interesante es que desde ahora se puede ingresar desde fuera de la red Arauco e incorporaron un espacio para la interacción en donde los trabajadores pueden comentar las noticias, por ejemplo.

En segundo lugar, se creó una aplicación móvil para el celular. La información es más local, como el recorrido de los buses de acercamiento, partidos de fútbol o cumpleaños. Sin embargo, hoy ha ido decayendo.

“Al principio tuvimos un muy buen resultado porque estaba dirigida a quienes no estaban con computador o no tienen e-mail, como los técnicos y operarios. Pero como el contenido no es el mismo que el de la Intranet, nos ha costado generarlo.

Necesitamos levantarlo y no tenemos periodistas en todas las plantas. Ahora estamos trabajando en un plan piloto para reactivarla y por otro lado nos han criticado que tienen que usar de su internet, por lo que la idea es habilitar algunos puntos de Wifi”, comenta Carole Pastorini.

Hasta la fecha, la aplicación tiene cerca de 3.000 descargas y alrededor de 1.200 usuarios frecuentes.

## > Las malas noticias

Durante los incendios ocurridos en el verano de 2017, en las redes sociales aparecieron comentarios culpando a las empresas forestales por los seguros comprometidos. Fue una situación difícil para Arauco, porque se quemó un aserradero de la empresa y varios trabajadores de la empresa se vieron afectados al perder sus casas.

Así, el plan de acción –desde la perspectiva comunicacional-, fue muy novedoso. “Con los incendios del verano hubo una gran discusión para ver si preparábamos a nuestros trabajadores para que se defendieran, lo que antes habría sido impensado. Teníamos preguntas con respuestas y les pedimos que nos ayudaran a responder”, sostiene Camila Merino. Esta medida fue bien recibida por los trabajadores. “Ellos querían argumentos, lo que demuestra que la gente está muy comprometida con la empresa”.

Para Camila, las comunicaciones internas son un pilar fundamental cuando se quiere implementar una estrategia en el área de personas. Por eso, lo más importante es hablar siempre con la verdad. “Por ejemplo, si una persona quiere un aumento de sueldo y no corresponde, hay que decirlo. Antes no querían tener esas conversaciones difíciles. Las malas noticias también hay que comunicarlas y la gente agradece la honestidad”.

## > Todavía al debe

Tanto Carole como Camila coinciden que les falta acercar los clientes a los trabajadores. Como la mayoría de los clientes están lejanos -los de celulosa por ejemplo en China- a los trabajadores de Arauco les cuesta ver la aplicación en los productos finales.

Según Camila Merino, “es difícil que el trabajador vea dónde está el fruto de su esfuerzo. Eso es algo de mucho orgullo, pero nos ha costado, por eso estamos entrevistando a nuestros clientes para que puedan entregar un feedback sobre la calidad de nuestros productos a nuestros trabajadores a través de videos”.

## ➤ Plan de acción comunicacional

A modo de ejemplo, este año la estrategia de comunicaciones internas se enfocó en cinco puntos:

### ➔ 1. Promover el valor de la seguridad en los trabajadores

Específicamente en seguridad, se implementó una campaña de reportabilidad, y se han mantenido algunas acciones para invitar a los trabajadores a que sigan reportando, e incluso lanzarán una campaña orientada a eliminar las malas prácticas. “En cuanto al desafío de seguridad, los proyectos ganadores del año pasado se encuentran en proceso de implementación”, dice Carole. Además, se realizarán cursos de E-Learning en esta materia.

### ➔ 2. Motivar la participación entre los trabajadores

La empresa creó los embajadores Arauco, colaboradores destacados dentro de sus plantas que “comparten y viven los valores de la compañía”. Son personas reconocidas por sus pares por tener un liderazgo informal. Entre ellos hay ganadores del premio Espíritu Arauco, integrantes de clubes deportivos, participantes de los fondos concursables, entre otros. Su principal labor es promover los valores Arauco junto con la participación de los trabajadores de sus plantas en las diferentes actividades que hace la empresa.

### → 3. Fortalecer y potenciar la comunicación directa

Se llevará a cabo el programa Comunica+, que es definido como “un programa integral de iniciativas que busca potenciar y fortalecer la comunicación directa en el rol Ejecutivo y Supervisor de la compañía”. Específicamente, los equipos de comunicaciones internas y externas se están capacitando para tener competencias y habilidades que les permitan apoyar a los jefes y líderes a lograr una mejor comunicación. Se realizarán talleres de entrenamiento, habrá información en línea, ejercicios e instancias de apoyo.

### → 4. Dar a conocer el relato como eje central de la compañía

Para involucrar a los trabajadores, Arauco implementará conversaciones con jefes y líderes acerca de la empresa, concursos y videos de noticias y de relatos de los clientes.

### → 5. Renovar y mejorar los medios de comunicación interna que ya existen

Dentro de los medios, se perfeccionará el diario Voces de Arauco, el contenido de la aplicación y el diseño de las revistas locales. En relación a la aplicación móvil de Arauco, desde comunicaciones internas se han propuesto ciertos desafíos. En primer lugar, se buscará reforzar la internalización en los trabajadores que la aplicación es un canal útil de información, se mantendrá y fortalecerá la relación que se tiene con los usuarios actuales, se fidelizará a los nuevos y antiguos usuarios, se darán a conocer los beneficios de la herramienta y se incrementará la gestión y difusión de la pauta de contenidos de interés local. Todo lo anterior con lograr más descargas de la aplicación.

Según el informe de la App Móvil de Arauco, “para potenciar el uso de la aplicación, se realizará un relanzamiento de la herramienta, iniciando el proceso con una marcha blanca en una planta específica, la que se irá replicando en el resto de las localidades. En esta etapa se darán a conocer nuevos contenidos de interés de los

usuarios, haciendo hincapié en aquellos de servicios de utilidad como beneficios, convenios, panoramas por regiones, actividades de los clubes deportivos, etc.". Para mayor información sobre los números, consultar anexo n°3.

## Conclusiones

Si bien Arauco comenzó el proceso de reestructuración de sus comunicaciones enfocado en lo externo, con el tiempo se presentó la oportunidad de otorgarle un mayor énfasis al ambiente interno de la empresa. Sin embargo, el equipo a cargo se dio cuenta que la estrategia no podía ser la misma: había que acercarse a los trabajadores, hacerlos sentir parte de la compañía y alinear un mismo discurso, una misma historia para todas las plantas de Arauco.

Si bien el diario Voces de Arauco y la aplicación móvil se podrían aprovechar más, la participación de los trabajadores en las diversas campañas y actividades que se han implementado ha sido, con certeza, el mejor indicador que el clima laboral ha mejorado. Cuantitativamente, el porcentaje de respuestas positivas creció de un 48 a un 69. Cualitativamente, el que los empleados de Arauco envíen sus propuestas para los diferentes desafíos (ya sean en innovación o en seguridad), participen en los fondos concursables y nominen a sus compañeros al premio Espíritu Arauco indica que están más que satisfechos con la forma en que Comunicaciones Internas ha acercado a los ejecutivos de la empresa a ellos.

El caso de Arauco deja una lección muy relevante: si bien la reputación de una empresa en los medios de comunicación y las comunidades a las que afecta (positiva o negativamente) son muy relevantes, no hay que descuidar a quienes, finalmente, hacen que la compañía funcione.

Sin embargo, los medios de comunicación internos con los que cuenta Arauco se deben profesionalizar y explotar más. En vez de crear plataformas específicas para las votaciones cada vez que se realiza un concurso, se podría profesionalizar la

aplicación para hacerlo a través de ella. De esta forma aumentarían las descargas, ya que la experiencia dice que cerca de 7.000 personas votan para el premio Espíritu Arauco.

Hasta ahora, Arauco va por un buen camino. Los concursos parecen hacer más parte a los trabajadores de la empresa, hay mayor información respecto a los bonos y se ha cambiado la cultura cerrada hacia una mayor interacción entre los ejecutivos y los trabajadores.

## ➤ Sobre la empresa

Según el sitio web de la compañía, “Celulosa Arauco y Constitución S.A. (ARAU-CO) es una de las mayores empresas forestales de América Latina. Da empleo a 40.000 mil personas en el mundo a través de sus operaciones productivas en Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, Estados Unidos y Canadá, a las que se suma su red de oficinas comerciales a nivel global”<sup>1</sup>.

Arauco tiene cinco áreas de negocios: forestal, celulosa, madreas, paneles y bioenergía.

### ➔ 1. Forestal

Distribuido en Chile, Argentina, Brasil y Uruguay. Arauco cuenta con 1,6 millones de hectáreas, de las cuales 394.000 corresponden a bosques nativos.

### ➔ 2. Celulosa

Según el sitio web de Arauco, cuentan con una “capacidad para producir 3,9 millones de toneladas de celulosa kraft de mercado blanqueada y sin blanquear”.

### ➔ 3. Maderas

En relación a la industria de la madera, la compañía de la familia Angelini tiene la

---

(1) Arauco [http://www.arauco.cl/informacion.asp?idq=681&parent=625&ca\\_submenu=631&idioma=21](http://www.arauco.cl/informacion.asp?idq=681&parent=625&ca_submenu=631&idioma=21)



capacidad de producir 2,9 millones de metros cúbicos al año en Chile y Argentina.

#### → 4. Paneles

Arauco produce 5,9 millones de metros cúbicos al año en Chile, Argentina, Brasil, Estados Unidos y Canadá.

#### → 5. Bioenergía

Basándonos en la información disponible en el sitio web, en Chile “Arauco autoabastece sus operaciones productivas a través de unidades de generación eléctrica equivalentes a 606 MW de potencia instalada, de las cuales vende al Sistema Interconectado Central de Chile el equivalente a 209 MW de potencia instalada”<sup>2</sup>.

Hasta el año 2016, la empresa contaba con un total de 14.239 trabajadores directos y con 22.165 trabajadores indirectos:

País	Número de trabajadores
Trabajadores	14.239
Colaboradores indirectos (empresas contratistas)	22.165

---

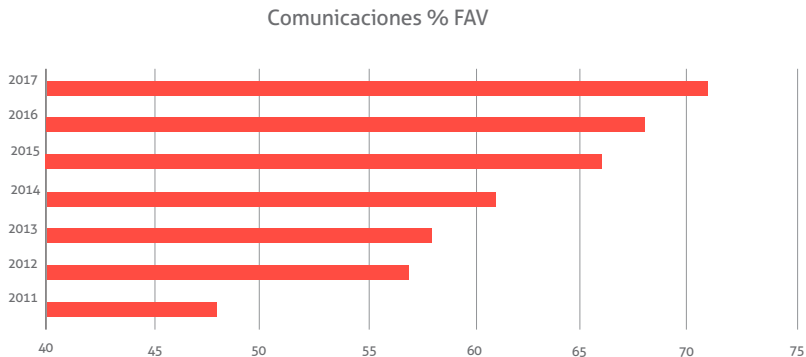
(2) Arauco [http://www.arauco.cl/informacion.asp?idq=681&parent=631&ca\\_submenu=631&idioma=21](http://www.arauco.cl/informacion.asp?idq=681&parent=631&ca_submenu=631&idioma=21)

# ANEXOS

## ➤ Gráfico adjunto del informe de Arauco

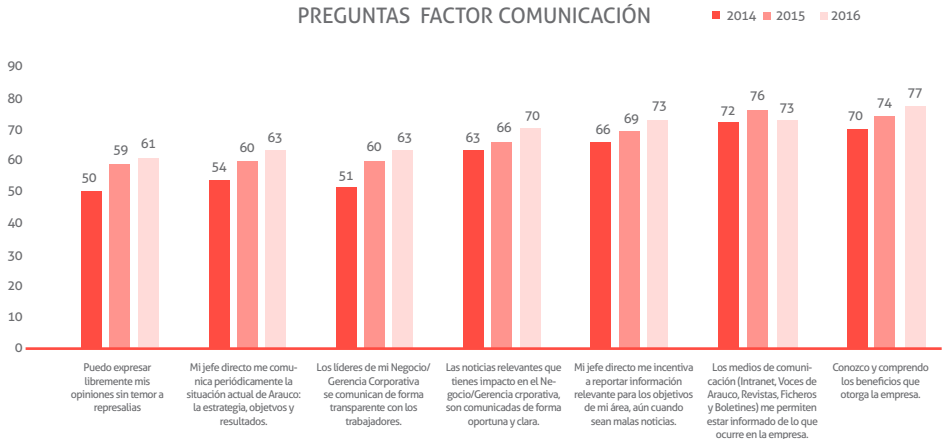
### LOS RESULTADOS DE COMUNICACIÓN EN LA ENCUESTA DE CLIMA

- El factor ha tenido un aumento sostenido de 23 PUNTOS desde el 2011
- El año 2017 aumentó 3 PUNTOS respecto al 2016



## ➤ Gráfico adjunto del informe de Arauco

### PREGUNTAS FACTOR COMUNICACIÓN



## ➤ Datos sobre la aplicación móvil de Arauco (segunda versión lanzada en julio de 2016)



### ESCENARIO ACTUAL

#### Servicios disponibles

En la 2ª versión de la App se agregaron ítems para potenciar la participación de los usuarios, tales como, compartir selfies.

Los servicios actuales de la aplicación son:

- Noticias**
- Videos**
- Cumpleaños**
- Selfie ARAUCO**
- Accesos directos**
  - <https://miportal.arauco.cl>
  - <https://performancemanager8.successfactors.com/log...>
  - <https://www.campusarauco.cl/>
  - <http://www.vidasecurity.cl/CmsVidaSecurity/Paginas...>
- Perfil**



 Noticias

 Videos

 Cumpleaños

 Selfie Arauco

 Accesos Directos

 Perfil

Total suscritos	Sexo
1.028	Masculino
143	Femenino
1.171	Total

Total suscritos	Cargo
78	Administrativo / Auxiliar
104	Jefatura
643	Operador/Mantenedor
269	Profes, Encarg, Superv
58	Rol Privado
19	Superintendente