



Trabajo final para la obtención del grado de
Magíster en Dirección Estratégica de Comunicaciones
Universidad Adolfo Ibáñez

De la estrategia al sentido: la Comunicación Interna como espejo de Tottus Chile

Profesora Guía: Magdalena Browne.

Grupo de alumnos/as:

Viviana Arenas Oliveros.
Camila Atencio Zurita.
Christian Chapman Calderón.

Noviembre, 2025.

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo aborda la brecha comunicacional interna de Tottus Chile, identificada como un factor crítico que afecta la confianza, la motivación y el compromiso de sus más de seis mil colaboradores. A partir del diagnóstico comparativo con Tottus Perú —que evidencia una diferencia de 18 puntos en la percepción de entrega oportuna de información según los resultados de las últimas herramientas de escucha al colaborador— se plantea un Plan Estratégico de Comunicación Interna 2026 orientado a fortalecer la coherencia, la confianza y la pertinencia del relato organizacional. Mediante un enfoque que combina análisis PESTLE, VRIO y FODA cruzado, el estudio revela que la compañía posee recursos valiosos y una cultura de servicio sólida, pero carece de una arquitectura comunicacional unificada que alinee tecnología, liderazgo y propósito.

El plan propone cinco pilares estratégicos: (1) Gobernanza Comunicacional, para ordenar canales, formatos y mensajes según audiencia; (2) Cultura y Relato Corporativo, para humanizar el discurso y fortalecer la identidad; (3) Liderazgo Comunicador, que forme jefaturas como mediadores de la comunicación; (4) Tecnologías con Propósito, integrando IA responsable y segmentación inteligente; y (5) Sostenibilidad Emocional, para convertir la comunicación en una herramienta de bienestar y cohesión. En conjunto, estas acciones buscan elevar en al menos 5 puntos porcentuales la percepción de entrega oportuna de información en una muestra de tiendas seleccionadas de una de sus zonas más críticas. También queremos reforzar la coherencia entre líderes y equipos, y consolidar una cultura más conectada, humana y sostenible, donde comunicar no sea un complemento de la gestión, sino su esencia misma y pilar del Propósito de la empresa: Simplificar y disfrutar más la vida