

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA



TESIS

**EL ENDOMARKETING Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL
PERSONAL DE LA OFICINA DE VERDADES PERUANAS EN PERÚ, EN EL 2018**

PRESENTADO POR LA BACHILLER

PAMELA OLINDA MENA CARBAJAL

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

LIMA, PERÚ

2019

A mi familia por su apoyo y motivación a lograr mi sueño.

A mis amigos de “Verdades Peruanas”, por el apoyo y ánimos.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis compañeros de trabajo de “Verdades Peruanas”, sin su apoyo y colaboración no hubiera sido posible culminar mi investigación. También a mis compañeros de la Universidad Ricardo Palma, quienes me brindaron información muy valiosa, la cual utilicé e intenté plasmar en estas páginas que presento. También agradecerle al Profesor y Asesor Dr. Alberto Guzmán Willcox, quien me acogió en su clase, guiándome y apoyándome en un momento difícil. Finalmente, agradecer a mi alma mater, la Universidad Ricard Palma, por la oportunidad de poder presentar mi investigación para poder conseguir el título de Licenciada en Administración y Gerencia.

Introducción

El tema del Recurso Humano siempre fue mi pasión, puesto que, en cualquier aspecto de la vida diaria, sea negocio, actividad benéfica o en familia, mueve montañas.

La investigación tiene como finalidad analizar porque el personal de “Verdades Peruanas” no está satisfecho, lo cual refleja muchos problemas internos que afectan la rentabilidad de la organización. De acuerdo con el problema planteado pudimos desagregar dos variables: (i) Independiente: Endomarketing y (ii) Dependiente: Satisfacción del Personal. Para obtener más precisión de la información, se decidió considerar al total de la población en oficina y realizar dos tipos de técnicas: encuestas para los trabajadores y entrevistas para los gerentes de área. Los resultados nos muestran que el compromiso, los deseos de superación personal y profesional son muy altos, pero la motivación hacia el personal es baja, por lo que entendemos que la Satisfacción del Personal de “Verdades Peruanas” debe ser trabajada para mejorarla y, en consecuencia, se cuente con un personal satisfecho y de esta manera los indicadores se vean reflejados en las metas. Se está presentando un Plan de Acción con tiempos de aplicación interno para trabajar en conjunto con las Gerencias de cada Área, con el Área de Recursos Humanos, con los trabajadores y con la Gerencia General.

Se espera que esta investigación pueda aportar positivamente, no solo a “Verdades Peruanas” sino también a otras organizaciones que dejan de lado un poco a su recurso humano y a prendan a valorarlo y a fortalecerlo de conocimientos y reconocimientos.

El mundo de las certificaciones de procesos de gestión, hoy en día, es mucho más competitivo entre las Organizaciones, debido a que casi todas las Organizaciones, sea del Estado o particulares, solicitan estar certificados bajo una o varias normas de gestión para que puedan adquirir cualquier producto o servicio y poder vender con efectividad. El servicio que brinda “Verdades Peruanas” significa “garantía” de que los procesos están supervisados, están revisados por un organismo internacional avalado por entes acreditadores internacionales y

nacionales y son auditados, una vez al año como máximo, para saber si se le brinda el mantenimiento adecuado al sistema de gestión certificado. También, las empresas privadas y del estado, solicitan el certificado para poder comprar a empresas certificadas bajo una norma internacional y eso conlleva a que “Verdades Peruanas” como los otros entes certificadores, se deben a los clientes para la elección del ente certificador adecuado que les brinde lo que están buscando: precio, facilidades, garantía y sobre todo Atención al cliente, rápida respuesta, envío rápido, son las características que cualquier cliente busca en cualquier empresas que les ofrezca un servicio de alta calidad.

Muchos de los clientes que actualmente tiene “Verdades Peruanas”, se mantienen por esas características que se mencionaron, porque encontraron que “Verdades Peruanas” los atiende de la mejor manera y se sientan muy satisfechos.

Otros clientes no encontraron las cualidades que se mencionaron en “Verdades Peruanas” simplemente se retiraron o dejaron de trabajar con la Organización. Básicamente porque “Verdades Peruanas” es una de las compañías certificadoras más estrictas del medio, por los lineamientos que se tienen que cumplir acerca de tener y mantener un sistema certificado.

Todos los entes certificadores trabajan bajo la norma ISO 17021:2015, la cual, las empresas certificadoras tienen que registrarse para brindar el servicio de auditorías de certificación.

También podemos mencionar que “Verdades Peruanas” tiene un tiempo de revisión de expedientes muy exhaustivo, por lo que la recepción de la aprobación de la certificación no es inmediata.

Es por ese motivo, que uno de los problemas críticos es la “Atención al cliente” en “Verdades Peruanas” y que ha decaído, siendo percibida por el cliente. Los correos electrónicos son una forma de comunicación muy efectiva, y es evidencia que se comunicó algún tema importante o no a la parte interesada. Las llamadas es otra forma de comunicación, pero que, sin embargo, muchas veces se deja de contestar los teléfonos por estar atendiendo otras tareas.

En ambos casos se presentan muchas quejas por no responder correos electrónicos o llamadas a tiempo. Una tercera forma de comunicación es a través de un documento escrito, como una carta que, del cliente, solicitando formalmente un requerimiento y éste, no es respondido en el tiempo establecido.

Los clientes están acostumbrados a que la atención sea lo más rápido posible, por lo que no se puede fallar en la atención inmediata.

Los clientes que perciben servicio de calidad y atención personalizada se quedan trabajando muchos años con el proveedor que se adelante a sus necesidades, que responda rápidamente a sus requerimientos, que envíe rápidamente la propuesta y responda todas sus consultas oportunamente.

Identificamos que el problema principal es la falta de “Satisfacción del Personal”, y es lo que vamos a sustentar en este trabajo.

Para poder demostrar y mejorar la Satisfacción del Personal, vamos a proponer el aplicar Endomarketing o Marketing Interno, que es una herramienta nueva y poco utilizada en el mercado peruano. El Endomarketing ayudará a que el personal de “Verdades Peruanas” logre la satisfacción personal en su centro de labores y logre dar lo mejor de su profesionalismo al cliente externo.

Hoy en día, hay muchas más herramientas de comunicación, que ofrecen las Organizaciones. Por ejemplo: “Verdades Peruanas”, cuenta con teléfono fijo con múltiples líneas, celulares para cada trabajador, correo electrónico, página del Facebook, LinkedIn y página web. A pesar de tener varias herramientas de comunicación, se considera que aún faltan para poder atender más requerimientos, consultas y necesidades de algunos clientes que muchas veces esperan mucho tiempo en esperar su respuesta, que muchas veces son las mismas consultas que pueden saltar en cada cliente. Muchas veces es muy sencilla, pero cada Área

debe de responder lo que le corresponde, por lo que la persona que recibe el mensaje, lo deriva a la persona correcta y el cliente espera la respuesta correcta, precisa y sin demoras.

En este negocio, que está vinculado con límites, políticas, permisos y demás, al cliente le interesa que le expliquen claramente lo que puede hacer, dentro de qué tiempo, hasta donde, y de qué forma. Tanto los trabajadores de “Verdades Peruanas” y los clientes deben de tener sus responsabilidades dentro del proceso comercial, proceso de operaciones, proceso de trámite y emisión de certificado, que es el primer punto para continuar con el proceso de auditorías de sistemas de gestión.

Para el trabajador y para los clientes, mantener un sistema de gestión, supervisar, controlar, dirigir, auditar, revisar y crear compromiso dentro de la organización, no es tarea fácil, puesto que muchas veces resulta tedioso el mantener registros, cumplir procedimientos y generar evidencias por parte de los trabajadores. Dentro de las funciones que se tiene que cumplir como parte de un cargo asignado, esta también el cumplir con el sistema de gestión, por el simple hecho de laborar en una empresa que lo tiene y lo mantiene.

El ente certificador, verifica que la empresa certificada cumpla con mantener, supervisar, revisar, capacitar, auditar a los trabajadores bajo la norma de sistema de gestión certificada y con los hallazgos encontrados es muy fácil darse cuenta si cumplió o no cumplió con esa supervisión.

Los clientes entienden que existen muchos documentos que “Verdades Peruanas” que deben de conocer como: Manual de Uso de logo, Condiciones del Servicio y Trámite de quejas y Apelaciones, que son documentos de “Verdades Peruanas” relacionados con el Uso correcto de la marca de certificación, las Condiciones de Servicio y Trámite de quejas que brinda “Verdades Peruanas”. Estos documentos son entregados a los clientes apenas se encuentren certificados, para que tengan el conocimiento de los mecanismos de control y procedimientos que “Verdades Peruanas” maneja.

Índice

Introducción	IV
Índice	VIII
Lista de Tablas	X
Lista de Gráficos	XII
Lista de Siglas	XIV
Resumen.....	XVII
Abstract	XVIII
Capítulo I: Planteamiento del Estudio	1
1. Formulación del problema	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Problema Principal	2
1.3 Problemas Secundarios.....	2
2. Objetivos Generales y Específicos.....	2
3. Justificación e Importancia del Estudio	4
4. Alcance y Limitaciones	5
Capítulo II: Marco Teórico y Conceptual.....	8
1. Antecedentes de la Investigación	8
1.2.1. Competencia Directa:.....	14
1.2.2. Comparación de factores de la competencia.....	18
1.2.2.1 Desarrollo de cada criterio	19
2. Bases Teóricas – Científicas	28
3. Definición de Términos Básicos	32
Capítulo III: Hipótesis y Variables	42
1. Hipótesis y/o Supuestos Básicos.....	42
1.1 Hipótesis de la Investigación	42
2. Identificación de Variables o Unidades de Análisis	42
3. Matriz de Consistencia.....	43
Capítulo IV: Método.....	44
1. Tipo y método de investigación	44

1.1 Tipo de Investigación	44
2. Diseño Especifico de investigación	44
2.1 Tipo de Diseño de Investigación	44
2.2 Metodología del Proceso No Experimental	45
2.3 Diseño de las Variables Dependientes e Independientes:	46
3. Población, Muestra o Participantes	46
4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	48
5. Procedimiento de Ejecución del Estudio	49
Capítulo V: Resultados y Discusión	51
1. Resultados de las Encuestas	51
2. Entrevistas de los Gerentes	94
3. Análisis y resultados de las entrevistas	133
4. Análisis de Resultados de la Hipótesis General	154
5. Análisis de Resultados de las Hipótesis Secundarias	155
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	157
1. Conclusiones	157
2. Recomendaciones	158
3. Plan de Acción	159
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	161
APENDICES	165
Matriz de Consistencia	166
Encuesta para Trabajadores	167
Guía de Entrevista para los Gerentes	172
Documento de Confidencialidad y Código de Ética	176

Lista de Tablas

Tabla 01: Comparación de factores de la competencia.....	18
Tabla 02: ¿Cuál es su cargo en el trabajo?.....	51
Tabla 03: ¿En qué división o área trabaja usted?.....	55
Tabla 04: Califique la importancia de los factores que más problemas presenta a la Productividad dentro de la Organización, donde 1 es mayor y 10 es el menor.....	57
Tabla 05: ¿Conoces las políticas laborales de la empresa?.....	59
Tabla 06: ¿Su sueldo o ingresos reflejan su productividad?.....	60
Tabla 07: ¿Cómo considera su relación con los demás individuos de la organización?.....	61
Tabla 08: ¿Con qué frecuencia considera que se debería capacitar en la empresa?	62
Tabla 09: ¿Usted está satisfecho con los cursos que ofrece la empresa?.....	63
Tabla 10: ¿Está Usted a gusto con la labor que realiza dentro de la empresa?.....	64
Tabla 11: ¿Cómo considera el liderazgo de su jefe inmediato?.....	65
Tabla 12: ¿Se siente Usted motivado al pertenecer a la organización?	66
Tabla 13: ¿Qué considera para mejorar la Motivación de la Organización?	67
Tabla 14: Aplicando la Moda: ¿Qué considera para mejorar la Motivación de la Organización? ...	67
Tabla 15: Selecciones en orden de importancia lo que Usted considere que influye en su Productividad, donde 1 es mayor y 7 es el menor.....	69
Tabla 16: Me siento motivado (a) para cumplir con mis objetivos en el trabajo.....	71
Tabla 17: Me siento Comprometido (a) con la empresa	72
Tabla 18: Me siento totalmente comprometido (a) con la empresa	73
Tabla 19: Me gusta venir a trabajar	74
Tabla 20: Siento que cada día se pasa rápido mientras trabajo.....	75
Tabla 21: Cuando estoy en el trabajo, me concentro por completo en mis obligaciones	76
Tabla 22: Se adapta con rapidez a situaciones difíciles	77
Tabla 23: ¿Cree que los empleados toman iniciativas para ayudar a otros cuando surgen problemas?	78
Tabla 24: Siente que puede tomar decisiones dentro de sus labores.....	80
Tabla 25: Hay una buena comunicación entre los altos directivos y los empleados de la organización.....	81
Tabla 26: La Gerencia de mi Organización reconoce el esfuerzo de desempeño laboral individual y grupal	83
Tabla 27: Tengo una buena relación laboral con mi supervisor	84

Tabla 28: Tengo una buena relación laboral con mis compañeros de trabajo	86
Tabla 29: Estoy satisfecho (a) con mis oportunidades de crecimiento profesional	87
Tabla 30: Estoy satisfecho (a) con las oportunidades de desarrollo profesional que me ofrecen	89
Tabla 31: Mi organización está comprometida con mi desarrollo profesional	90
Tabla 32: Estoy satisfecho (a) con la formación proporcionada por mi organización.....	92
Tabla 33: ¿Qué criterios revisa al evaluar el desempeño del personal?.....	136
Tabla 34: ¿Qué criterios revisa al evaluar el desempeño del personal?.....	136
Tabla 35: ¿Cómo evaluaría su desempeño como jefe de área hasta el momento?.....	137
Tabla 36: ¿Cuál es su grado de satisfacción con los resultados que ha obtenido?.....	139

Lista de Gráficos

Gráfico 01: Cadena de Valor de McKinsey	5
Gráfico 02. Organigrama Corporativo de “Verdades Peruanas”	26
Gráfico 03: Organigrama Área SCS de “Verdades Peruanas”	27
Gráfico 04. Jerarquía de las Necesidades según Maslow	29
Gráfico 05. Teoría de los dos factores – Herzberg.....	31
Gráfico 06: ¿Cuál es su cargo en el trabajo?.....	51
Gráfico 07: Organigrama Área SCS Empresa “Verdades Peruanas”	53
Gráfico 08: Organigrama Área de Metales y Minerales Empresa “Verdades Peruanas”	54
Gráfico 09: Organigrama Área de Industria Comercial Empresa “Verdades Peruanas”	54
Gráfico 10: Organigrama Área de Industria Operaciones Empresa “Verdades Peruanas”.....	55
Gráfico 11: ¿En qué división o área trabaja usted?.....	56
Gráfico 12: Califique la importancia de los factores que más problemas presenta a la Productividad dentro de la Organización, donde 1 es mayor y 10 es el menor.....	57
Gráfico 13: ¿Conoces las políticas laborales de la empresa?.....	59
Gráfico 14: ¿Su sueldo o ingresos reflejan su productividad?.....	60
Gráfico 15: ¿Cómo considera su relación con los demás individuos de la organización?.....	61
Gráfico 16: ¿Con qué frecuencia considera que se debería capacitar en la empresa?	62
Gráfico 17: ¿Usted está satisfecho con los cursos que ofrece la empresa?.....	63
Gráfico 18: ¿Está Usted a gusto con la labor que realiza dentro de la empresa?.....	64
Gráfico 19: ¿Cómo considera el liderazgo de su jefe inmediato?.....	65
Gráfico 20: ¿Se siente Usted motivado al pertenecer a la organización?	66
Gráfico 21: ¿Qué considera para mejorar la Motivación de la Organización?	67
Gráfico 22: ¿Qué considera para mejorar la Motivación de la Organización?	68
Gráfico 23: Selecciones en orden de importancia lo que Usted considere que influye en su Productividad, donde 1 es mayor y 7 es el menor.....	70
Gráfico 24: Me siento motivado (a) para cumplir con mis objetivos en el trabajo.....	71
Gráfico 25: Me siento Comprometido (a) con la empresa.....	72
Gráfico 26: Me siento totalmente comprometido (a) con la empresa.....	73
Gráfico 27: Me gusta venir a trabajar	74

Gráfico 28: Siento que cada día se pasa rápido mientras trabajo.....	75
Gráfico 29: Cuando estoy en el trabajo, me concentro por completo en mis obligaciones	77
Gráfico 30: Se adapta con rapidez a situaciones difíciles	78
Gráfico 31: ¿Cree que los empleados toman iniciativas para ayudar a otros cuando surgen problemas?	79
Gráfico 32: Siente que puede tomar decisiones dentro de sus labores.....	80
Gráfico 33: Hay una buena comunicación entre los altos directivos y los empleados de la organización.....	82
Gráfico 34: La Gerencia de mi Organización reconoce el esfuerzo de desempeño laboral individual y grupal	83
Gráfico 35: Tengo una buena relación laboral con mi supervisor	85
Gráfico 36: Tengo una buena relación laboral con mis compañeros de trabajo	86
Gráfico 37: Estoy satisfecho (a) con mis oportunidades de crecimiento profesional	88
Gráfico 38: Estoy satisfecho (a) con las oportunidades de desarrollo profesional que me ofrecen ..	89
Gráfico 39: Mi organización está comprometida con mi desarrollo profesional	91
Gráfico 40: Estoy satisfecho (a) con la formación proporcionada por mi organización.....	92
Gráfico 41: ¿Cómo evaluaría su desempeño como jefe de área hasta el momento?.....	138
Gráfico 42: ¿Cuál es su grado de satisfacción con los resultados que ha obtenido?.....	139

Lista de Siglas

ISO: International Standart Organization / Organización Internacional Estandar

Servicio SLA: Service Level Agreement / Acuerdo del Nivel de Servicio

Indecopi: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad
Intelectual

Core Business: Corazón del negocio

SCS: System Certification Services / Servicios de certificación del sistema

SSG: Empresa competidora de “Verdades Peruanas”

Aeropuerto: Empresa competidora de “Verdades Peruanas”

Tuvo: Empresa competidora de “Verdades Peruanas”

Certificación Perú: Empresa competidora de “Verdades Peruanas”

OI: Organismo de Inspección

LE: Laboratorio de Ensayos

OCS: Organismo de Certificación de Sistemas

Aduanas Perú: Empresa competidora de “Verdades Peruanas”

BASC: Business Alliance for Secure Commerce / Alianza Empresarial para un Comercio
Seguro

Dinandro: Dirección Antidrogas de la Policía Nacional del Perú

Devida: La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas

UIF de la SBS: La Unidad de Inteligencia Financiera

Amcham: Cámara de Comercio Americana del Perú

Apn: Autoridad Portuaria Nacional

Dicapi: La Dirección General de Capitanías y Guardacostas del Perú

Cedro: Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas

Inacal: Instituto Nacional de Calidad

Ukas: United Kingdom Accreditation Service o Servicio de Acreditación del Reino Unido

ISO 9001: Estándar Internacional de Calidad

ISO 14001: Estándar Internacional de Medio Ambiente

OHSAS 18001: Estándar Internacional de Salud y Seguridad Ocupacional

ISO 45001: Estándar Internacional de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

IRCA: International Register of Certificated Auditors o (Registro de Certificación Internacional de Auditores)

HP: Homologación de Proveedores

QHSE: Quality, Health, Safety & Environment / Calidad, Salud, Seguridad y Ambiente,

Epps: Equipos de Protección Personal

Sctr: Seguro Complementario de Trabajo en Riesgo

Eps: Entidad Prestadora de Salud

CVT: Calidad de Vida en el Trabajo

Business Development: Desarrollador de Negocio o Ejecutivo Comercial

Key Account Manager: Gente de Cuentas Clave

Kpi's: Indicadores

Opex: Gasto Operativo

Capex: Gasto de Capital

Skill: Herramienta

Call Conference: Llamada por videoconferencia

Data Center: Centro de Procesamiento de datos

TI: Tecnología de la Información

Help Desk: Plataforma de ayuda

Curso SCRUM: Metodología para Desarrollo de Proyectos

Follow up: Seguimiento

Empowerment: Empoderamiento

Feedback: Retroalimentación

Key Account: Cuentas clave

Revenue: Rentabilidad

Forecast: Ingresos y gastos (Resultado)

Six Sigma: es una metodología de mejora de procesos, centrada en la reducción de la variabilidad de los mismos, reforzando y optimizando cada parte de proceso consiguiendo reducir o eliminar los defectos o fallos en la entrega de un producto o servicio al cliente

Facilities: Instalaciones

Benchmark: Punto de referencia

Brain Maps: Mapa de ideas

Background: Fondo del asunto

Big Picture: Gran foto

On site: en el sitio

Sui Generis: para denotar que aquello a lo que se aplica es de un género o especie muy singular y excepcional —único, sin igual e inclasificable

Scorcards: Cuadro de Mando Integral. Herramienta que permite enlazar estrategias y objetivos clave con desempeño y resultados a través de cuatro áreas críticas en cualquier empresa: desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos de negocio y aprendizaje y crecimiento.

Resumen

El presente trabajo de investigación lleva como título: “El Endomarketing y su incidencia en la Satisfacción del Personal de la oficina de “Verdades Peruanas” en el 2018”.

La finalidad es averiguar la incidencia de la aplicación de Endomarketing en el personal de “Verdades Peruanas” y verificar como cambia su comportamiento, su fidelidad, su trabajo en equipo, su productividad, su cumplimiento de metas de forma interna para poder brindar una mejor atención a los clientes y mejorar las ventas de la organización. A su vez, se desea que este cambio sea percibido por los clientes y se pueda generar Fidelidad a la marca.

En el Capítulo I, podemos encontrar la Descripción del Problema, en la cual se determinan los puntos a tratar durante la investigación.

En el Capítulo II, podemos encontrar el Marco histórico, legal, teórico y conceptual de la Investigación. También el detalle del Análisis del entorno competitivo de “Verdades Peruanas”.

En el Capítulo III, podemos encontrar las hipótesis planteadas en base a la investigación y qué queremos encontrar.

En el Capítulo IV, podemos encontrar el tipo y método de investigación, en la cual se utilizó el método inductivo. El tipo de investigación utilizada fue Descriptivo – Concluyente-Correlacional.

En el Capítulo V, podemos encontrar el desarrollo y resultados del cuestionario planteado a los 40 trabajadores.

En el Capítulo VI, podemos encontrar las Conclusiones, Recomendaciones y Plan de Acción a la presente investigación.

Palabras clave: Endomarketing, Marketing Interno, Productividad, Trabajo en equipo, Cumplimiento de Metas, Motivación, Comunicación Interna.

Abstract

The present research work has as title: "Endomarketing and its Incidence in the Satisfaction of the Personnel of the office of" Verdades Peruanas " in 2018."

The purpose is to find out the incidence of the application of Endomarketing on the staff of "Verdades Peruanas" and to verify how their behavior, loyalty, teamwork, productivity, and compliance with goals change internally, in order to provide better care to customers and improve the sales of the organization. At the same time, it is desired that this change be perceived by the clients and that Brand loyalty can be generated.

In Chapter I, we can find the Description of the Problem, in which the points to be treated during the investigation are determined. We can also find the Objectives, the Delimitation, Justification and Importance of its study related to the Research.

In Chapter II, we can find the historical, legal, theoretical and conceptual Framework of the Research.

In Chapter III, we can find the hypotheses raised based on the research and what we want to find.

In Chapter IV, we can find the type and method of investigation, in which the Inductive Method was used. The type of research used was Descriptive - Concluding - Correlational.

In Chapter V, we can find the development and results of the questionnaire proposed to 40 workers.

In Chapter VI, we can find the Conclusions, Recommendations and Action Plan for the present investigation.

Keywords: Endomarketing, Internal Marketing, Productivity, Teamwork, Goal Achievement, Motivation, Internal Communication.