

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**SOCIAL**



**RELACIONES HUMANAS DEL PERSONAL DE PACHAMAMA**  
**RADIO DE LA CIUDAD DE PUNO**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**BACHILLER: WILFREDO MAMANI VILCA**

**PARA OPTAR EL TITULO DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PUNO - PERÚ**

**2012**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL**

**RELACIONES HUMANAS DEL PERSONAL DE PACHAMAMA RADIO DE LA CIUDAD DE PUNO**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Wilfredo, MAMANI VILCA**

**PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**

**PRESIDENTE**

: .....  
Lic. Leoncio, ALEMÁN CRUZ

**PRIMER MIEMBRO**

: .....  
Dr. Javier E. MAMANI GAMARRA

**SEGUNDO MIEMBRO**

: .....  
M.Sc. Liceli G. PEÑARRIETA BEDOYA

**DIRECTOR DE TESIS**

: .....  
Lic. Fermín, GÓMEZ PINEDA

**ASESOR DE TESIS**

: .....  
M.Sc. Percy, GÓMEZ BAILON

Área: Relaciones Publicas

**PUNO - 2012 - PERU**

## **DEDICATORIA**

A Dios todo poderoso por darme la fortaleza para cumplir con la meta que me propuse.

A mi madre, por su ayuda y apoyo en los momentos cuando más lo necesite, gracias madrecita este triunfo también es tuyo. Dios lo bendiga.

A mis hermanos y familiares que sumaron fuerza en mí para seguir adelante y que siempre estuvieron pendiente por el desarrollo de mi carrera.

A todos mis amigos por ser quienes han estado en los momentos más difíciles de mi vida y aportado un granito de arena en todo el proceso de mi formación académica.

## AGRADECIMIENTO

Ante todo, doy gracias a Dios, que me dio la fortaleza para continuar con mis estudios, sin él no hubiese sido posible lograr esta meta.

Agradezco, a mis hermanos y familiares quienes creyeron en mí y estuvieron impetuosos en apoyarme en todo mi estudio y animarme en los momentos difíciles y desánimos. Gracias de corazón.

Gracias a todos mis profesores, porque de cada uno de ellos con sus palabras, conocimientos y consejos, guiaban mi formación y ser un profesional integral.

A mis amigos y compañeros de la UNA-PUNO, con los cuales compartí a lo largo de mi carrera, gracias amigos (as) que Dios bendiga sus vidas y sus familias.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>4</b>
<b>PALNTEAMIENTO DE PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>4</b>
1.1. <b>PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA.....</b>	<b>4</b>
1.2. <b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.1.    Pregunta General.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.2.    Preguntas Específicas .....</b>	<b>7</b>
1.3. <b>ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>7</b>
1.4. <b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4.1.    OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>11</b>
<b>1.4.2.    OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO II:.....</b>	<b>12</b>
<b>MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN. ....</b>	<b>12</b>
2.1. <b>HISTORIA SOBRE LAS RELACIONES HUMANAS. ....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.1.    Ciencias Sociales Básicas en el Estudio de las Relaciones Humanas. ....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2.    La Escuela Clásica de la Administración .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.3.    2.1.3.- Escuela Conductista de la Administración .....</b>	<b>14</b>
2.2. <b>ELTON MAYO, REVELA OTROS ELEMENTOS REFERENTE A LAS RELACIONES HUMANAS: .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2.1.    La Escuela Científica de la Administración de los 60 .....</b>	<b>15</b>
2.3. <b>LAS RELACIONES HUMANAS EN LAS ORGANIZACIONES.....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.1.    Las Relaciones Humanas en una Organización o Empresa .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.2.    La Percepción es un Elemento Importante en las Relaciones Humanas</b>	<b>17</b>

2.4.	LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES HUMANAS .....	18
2.4.1.	<b>La Importancia de la Comunicación</b> .....	18
2.4.2.	<b>Niveles de Comunicación</b> .....	19
2.4.3.	<b>La Comunicación Masiva</b> .....	21
2.5.	LAS BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN EN RELACIONES HUMANAS .....	21
2.6.	LA MOTIVACIÓN EN RELACIONES HUMANAS .....	24
2.6.1.	<b>Tipos de Motivación</b> .....	25
2.6.2.	<b>Nuevos Métodos de Motivar</b> .....	26
2.6.3.	<b>Como Motivar a los Demás</b> .....	27
2.7.	EL TRABAJO EN EQUIPO.....	29
2.7.1.	<b>Las Dinámicas de Grupo</b> .....	29
2.8.	EL LIDERAZGO EN LAS RELACIONES HUMANAS .....	30
2.9.	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	30
2.9.1.	<b>Medios de Comunicación y Sociedad</b> .....	31
2.9.2.	<b>Propósitos y Funciones de los Medios de Comunicación</b> .....	32
2.9.3.	<b>La Radio</b> .....	32
2.10.	MARCO CONCEPTUAL .....	33
2.11.	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....	39
2.11.1.	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b> .....	39
2.11.2.	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</b> .....	39
<b>CAPÍTULO III</b> .....		<b>41</b>
3.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	41
3.1.1.	<b>Nivel de la investigación</b> .....	41
3.1.2.	<b>Tipo de Investigación</b> .....	41
3.1.3.	<b>Diseño de Investigación</b> .....	41
3.1.4.	<b>Población</b> .....	41
3.1.5.	<b>Técnica e Instrumento de recolección de datos</b> .....	42
3.1.6.	<b>Plan de recolección de datos</b> .....	42

3.1.7. Plan de tratamiento de datos .....	42
<b>CAPÍTULO IV: .....</b>	<b>43</b>
<b>CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>43</b>
5.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	43
<b>CAPÍTULO V: .....</b>	<b>48</b>
6.1. EXPOSICIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS .....	48
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>72</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA .....</b>	<b>74</b>
<b>ANEXO76</b>	

## RESUMEN

La siguiente investigación sobre las relaciones humanas del personal de Pachamama Radio de la ciudad de Puno, tiene como propósito analizar, conocer y determinar los niveles de comunicación y la motivación laboral de este medio de comunicación radial, tal como se planteó los objetivos generales y específicos, para responder a los objetivos se ha llegado a las siguientes hipótesis: generales y específicos. Que las relaciones humanas del personal de Pachamama Radio es recíproca según los factores que se presentan y así mantener el clima laboral favorable, en lo específico el nivel de comunicación es de acuerdo a las necesidades laborales que se cumplen indistintamente y, los tipos de motivación laboral que se da es relativamente intrínseca y extrínseca según las aspiraciones individuales de los trabajadores.

El presente estudio corresponde a una investigación cuantitativa, puesto que se presentan, se describen, analizan e interpretan los datos obtenidos en el estudio y el tipo de investigación es descriptivo, porque se detallan los acontecimientos. La población estuvo constituida por 22 trabajadores que representan como población total. Para obtener información se aplicó, técnicas como la observación directa y la encuesta censal. La conclusión que se generó de acuerdo a los indicadores y de los variables de las relaciones humanas del personal de Pachamama radio es recíproca, ya que un porcentaje de 64% de los encuestados califican positivo, en referente a los niveles de comunicación impersonal e interpersonal es “buena y regular” según la calificación de los trabajadores y, así mismo se ha determinado que la motivación intrínseca y extrínseca es positiva porque los trabajadores son jóvenes profesionales en comunicación social y con vocación a su profesión para cumplir con su labor.



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, se habla de un avance tecnológico en lo que se refiere a la comunicación. Son muchos los medios utilizados para vencer la distancia entre las personas: el internet, la telefonía celular, el correo electrónico, entre otros. Sin embargo, frente a la complejidad de las empresas y organizaciones, las relaciones humanas han cobrado una importancia nunca antes visto. Las nuevas técnicas administrativas se basaron inicialmente en las ciencias sociales como: la sociología, la psicología, y la antropología. Estas son disciplinas que estudian las instituciones y el funcionamiento de la sociedad, la forma en que los individuos interactúan como miembro de ella.

Es importante tomar en cuenta sobre el uso de las relaciones humanas en las organizaciones, y saber cómo encajar en ella, algunos expertos como Dalton y Mendoza, sostiene que la calidad y el tipo de interacción es la reciprocidad entre individuo y organización, ya que la interacción psicológica entre empleado y organización es un proceso de reciprocidad. En tal sentido nuestro objeto de estudio es conocer y aportar a las relaciones humanas en Pachamama Radio de la ciudad de Puno.

Para poder llegar a obtener a una mejor comprensión la investigación realizada y cuyos resultados han sido plasmados en este trabajo, la investigación consta de cinco capítulos, donde el contenido se explicará a continuación en forma breve y precisa.

En el primer capítulo, se presenta el planteamiento de problema, donde se explica el motivo que impulsó a investigar, así como los antecedentes de las investigaciones realizadas sobre el tema y los objetivos a investigar.

Segundo capítulo, el desarrollo del marco teórico conceptual y las hipótesis. Compuesto por las bases teóricas y la reseña histórica que nos ayudaran a ampliar el panorama referido el tema o materia de investigación.

En el tercer capítulo, se trata del marco metodológico, donde se detalla el tipo y nivel de la investigación, la población y las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El cuarto capítulo, la caracterización del área de investigación, para conocer mejor la población y la institución objeto de estudio.

Quinto capítulo, viene a constituir el análisis y procesamiento de los resultados, en donde se hace una exposición e interpretación de los resultados obtenidos al haber aplicado los diferentes instrumentos de investigación.

Finalmente encontramos las conclusiones y algunas recomendaciones, en él se explican los hallazgos obtenidos, así como las sugerencias para posteriores estudios que pueden surgir en el tema investigado.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Las organizaciones son una de las más complejas y notables instituciones sociales que el hombre ha constituido. Las organizaciones de hoy defieren de las de antaño y, posiblemente de mañana y en el futuro lejano presentarán diferencias mucho mayores, no hay dos organizaciones iguales pues siempre diferirán en tamaño y estructura organizacionales.

La competitividad de una organización no depende sólo de la calidad de sus estrategias, sino también de las aptitudes, actitudes y motivación del personal que lleva los planes al campo de la acción. El éxito empresarial, es una necesidad primordial de las organizaciones, gestionar de forma efectiva las buenas relaciones humanas, ya que nos encontramos en la era de la información, en un mundo globalizado, con economías globales, con organizaciones grandes y complejas, con personas altamente capacitadas e informadas, y con énfasis en la rapidez, por lo que el éxito para mantenerse activos en un mercado con estas características lo determinarán las buenas relaciones humanas.

Para algunos autores como; Núñez, (2005). El tema de las relaciones humanas parece estar gastado, quizás muchos de nosotros nos sentimos un tanto agobiados de escuchar sobre esto día tras día dentro de las empresas. Sin embargo, es algo que no pasará de moda, ya que es una debilidad que presentan muchos empleados dentro de nuestras organizaciones y que parece aumentar con el deterioro de la sociedad. En la región Puno, las empresas y las organizaciones también no están inversos a este tipo de inconvenientes en cuanto a las buenas relaciones humanas, que dificulta el buen ambiente laboral en la cultura organizacional. Existen varios casos donde estas organizaciones han empujado a las personas a mejorar sus relaciones hacia los demás para poder subsistir dentro de la empresa.

Para Dalton, (2007), las relaciones humanas tienen que ver con la interacción de los trabajadores de una empresa en ella interviene diferentes factores como la comunicación, dinámica de grupo, la motivación, entre otros factores, etc.

Los medios de comunicación como empresa u organización que cuentan con empleados requieren también este tipo de relaciones humanas para cumplir con eficiencia en su labor. Los medios de comunicación son muchos, pero los más consumidos y con más llegada al público son; la radio, la televisión, la prensa y en el último tiempo se ha integrado también a este grupo el internet. Entre estos medios se ha formado una jerarquía. Estos medios de comunicación antes mencionada tienen cada vez más influencia en la vida como formadores culturales y determinan parte de nuestras ideas, hábitos y costumbres, debido a que nos muestran a diario ejemplos de lo que es el estilo de vida actual.

Así como muchos medios de comunicación radial, en la Región Puno Pachamama Radio viene funcionando desde más de diez años con una cobertura de alcance regional, en este importante medio de comunicación alberga un equipo de periodistas y otros profesionales que cumplen a diario con labor distribuidas en diferentes áreas.

En “Pachamama Radio”, las Relaciones Humanas entre el personal de trabajadores es relativo según como se ejerzan la comunicación y la motivación, la primera tiene por propósito trabajar en los siguientes niveles de comunicación intrapersonal, impersonal, e interpersonal donde las buenas relaciones pareciera que no funcionan; y segundo en la motivación centrada en el desempeño laboral eficiente no se concreta para llegar a buenos resultados laborales por falta de motivación, entendiendo que la institución como medio de comunicación radial tiene la visión Informar, educar, entretener.

En la actualidad y desde tiempos remotos la comunicación es muy importante para transmitir las experiencias de una generación a otra para que puedan ser asimiladas y continuadas. Sin esta posibilidad (de comunicaciones), el avance no hubiera sido posible en este medio de comunicación radial.

Es preciso recordar que cada persona es diferente y que esas diferencias es el producto de diversas culturas y ambientes familiares, que cada personal o periodista de “Pachamama Radio” posee diferentes personalidades, habilidades, gustos y actitudes cuando se convive con otra. En estos factores Las relaciones humanas no se realizan en abstracto, sino en circunstancias muy concretas como raza, edad, sexo, jerarquía, ideología, normas sociales, épocas históricas, tradiciones culturales, situaciones ecológicas y expectativas personales.

Otro punto muy importante de las relaciones humanas en “Pachamama Radio” es la **motivación laboral** de cada trabajador, que en nuestra investigación hemos detectado algunas deficiencias, considerando la individualidad de los trabajadores, cada uno valora o conceptualiza a su manera las circunstancias que le rodean, así como emprende acciones sobre la base de sus intereses particulares. Sucede es que, lo que una persona considera recompensa importante, otra persona no lo considera igual que otro. Pues los trabajadores son diferentes en el concepto y la forma de percibir las oportunidades de tener éxito en el trabajo.

Sabemos que, en toda investigación relacionada con la motivación laboral, no se deberían aplicar genéricamente los conceptos teóricos existentes; sino que éstos deben ser analizados en función a cada sociedad o cultura, antes de su aplicación. Para ello se ha hecho un diagnóstico sobre las necesidades de los trabajadores de “Pachamama Radio”, para preparar y mejorar algunas deficiencias de la motivación. Para entender de cerca algunos errores de los factores de las relaciones humanas de “Pachamama Radio” nos planteamos los siguientes interrogantes:

## 1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

### 1.2.1. Pregunta General

¿Cómo son las relaciones humanas del personal de Pachamama Radio de la ciudad de Puno – 2012?

### 1.2.2. Preguntas Específicas

¿Qué niveles de comunicación se practican entre los trabajadores de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2012?

¿Qué tipos de motivación laboral se da a los trabajadores de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2012?

## 1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En las siguientes investigaciones realizadas sobre la importancia de las relaciones humanas en las organizaciones y/o empresas concluyen de la siguiente manera:

En la investigación de tesis de Ana Martínez, Alejandro Mendoza y Sara Pérez, del Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración con título; **Las Relaciones Humanas y la Inteligencia Emocional de la Empresa Sabor y Calidad S.A. de CV. Mexico-2009**. Informe presentado para optar título de licenciado en Relaciones Comerciales llegaron a las siguientes conclusiones.

- El motivo principal que se consideró para realizar este tipo de análisis a la empresa “Sabor y Calidad S.A. de CV. Fue concretamente para conocer más a fondo la manera de cómo, tanto líder y trabajadores actúan y se comportan dentro de su lugar de trabajo; también fue para conocer en qué grado se maneja, o si es que no se maneja la inteligencia emocional, que tipo de habilidades y características tiene el líder y también la forma en que se desarrollan las relaciones humanas dentro del área operativo de la empresa.

En su tesis de licenciatura de Sor Edhit Oliva, de la Universidad Francisco Marroquín, Facultad de Humanidades y del Departamento de Pedagogía de Guatemala, en su título de investigación **Relaciones Humanas entre el personal docente y director que laboran en Colegios**

**Católicos del Área Metropolitana Guatemala-2001**, para obtener título de Licenciada en Administración Educativa llegando a las siguientes conclusiones.

- Las personas entrevistadas, director y docente, que ejercen su profesión en los establecimientos católicos encuestadas, se encuentran académicamente preparadas para ejercer los cargos que desempeñan.
- En las instituciones encuestadas, el director tiene una clara vivencia de fe, como parte de sus cualidades positivas, así como la responsabilidad. En lo referente a las cualidades negativas, la más vivenciada es la impaciencia, que está en íntima relación con el grado del nerviosismo y obstinación que a veces experimentan los directores y coordinadores en la exigencia y consideración de la validez de sus opiniones o indicaciones.
- Las personas que fingen como directores en los colegios encuestados, indicaron tener relaciones interpersonales positivas, sin embargo, en el análisis de las cualidades parece hablar una contradicción, ya que el nerviosismo y la obstinación, son barrera de comunicación positiva.

En la investigación de tesis de Lugo, Elienny y Santil, Juan, de la Universidad de Oriente Escuela de ciencias Sociales y Administrativas del Departamento de Gerencia de Recursos Humanos Núcleo Monagas con título; **Lineamiento para mejorar las Relaciones Humanas en el Departamento de Administración de la U.P.E.L. Universidad Pedagógica Experimental Libertador Maturin-Monagas Venezuela-2004-05**, informe final presentado para optar el título de licenciado en Gerencia de Recursos Humanos, y concluye de la siguiente manera.

- Se evidencia que en esta población no existen diferencias de sexo que obstaculicen las relaciones de amistad entre compañeros de trabajo, indicando así que el grupo presenta una población sin prejuicios donde no existen diferencias demográficas que afecten las relaciones interpersonales.
- El personal del departamento de administración de la U.P.E.L. reconoció que su grupo de trabajo no expresa totalmente confianza, compromiso, cooperación y solidaridad ante situaciones imprevista lo cual no les permita la realización del trabajo eficazmente; es por ello que el trabajo en equipo determina el éxito o el fracaso de la organización.
- El personal del departamento expreso desigualdad a la hora de tomar decisiones en su área de trabajo por la razón de que no se consideran sus observaciones y sugerencias,

esto se debe a que la participación del empleado en la toma de decisiones es escasa, debido a un controlador centralizado.

En la investigación de tesis de Lucía Puga Villanueva, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, especialidad de psicología, título; **Relaciones Interpersonales en un grupo de Niños que Reciben Castigo Físico y Emocional, Lima – 2008**, tesis para optar el título de Licenciada en Psicología con mención en Psicología Clínica que presenta la Bachiller, concluye de la siguiente forma.

- El interés por realizar el presente estudio nació durante nuestro periodo de práctica profesional en un nido en una zona urbano marginal de Lima Metropolitana. A través de abundantes entrevistas con padres, se hizo evidente la cotidianidad del castigo físico y emocional como método de disciplina, situación que nos alarmó al verse combinada con un ambiente de múltiples carencias, tanto en vínculos como materialmente. Más aun, consideramos de vital importancia estudiar este tema debido a la dificultad no solo de los padres, sino de los profesionales dedicados al cuidado de la población infantil como nosotros, para reconocer que utilizar castigos tanto físicos como emocionales, constituye un acto de violencia y genera consecuencias en los niños.

Tesis de Shirley Álvarez Velarde para optar título de licenciatura en comunicación social, con el título: **la Cultura y el Clima Organizacional como Factores Relevantes en la Eficacia del Instituto de Oftalmología Lima-2001**, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Escuela de Comunicación Social, concluye de la siguiente manera.

- La conducta es el espejo de la cultura y el liderazgo; partiendo de esta premisa se concluye que las características presentes en el personal han sido inducidas y fomentadas por la cultura y los climas de trabajo.
- Los trabajadores se auto-motivan y desmotivan fácilmente ya que no perciben que se les esté considerando como personas que puedan aportar ideas creativas que mejoren su trabajo o que contribuyan al cambio.

Tesis de la segunda especialidad de Leonardo Serafín Condori Llanos de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, Facultad de Ciencias de la Educación programa de segunda especialización, con el Título; **Las Relaciones Humanas de los docentes y su relación con el clima institucional de la I.E.S. Industrial N° 32 de Puno-2009**. Tesis para optar el Título de



Segunda Especialización en gestión y Administración Educativa, y concluye de la siguiente forma.

- El coeficiente de correlación existente entre las dos variables es de 0,54; de acuerdo a la regla de decisión asumida que la relación es positiva moderna, permite afirmar que existe una relación directa entre los variables de relaciones humanas de los docentes y clima institucional.
- Analizando las características del clima institucional de la I.E.S. Industrial N 32 de Puno, en lo concerniente a: comunicación, planificación, capacidad de desempeño en su mayoría destacan porcentajes mayores y consideramos que es bueno.

En la investigación de tesis de Beatriz Humpiri Tisnado, de la Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias de la Educación, Escuela Profesional de Educación, con el título; **las Relaciones Humanas entre el Personal Docente, Administrativo y Directivo de CES. San Andrés del Distrito de Atuncolla del Departamento de Puno-2002**. Tesis para optar el título profesional de licenciado en educación, con mención de la especialidad de lengua, literatura, psicología y filosofía, y concluye así:

- Se ha determinado que las relaciones humanas entre el personal docente, administrativo y directivo del CES. “San Andrés” del distrito de Atuncolla del departamento de Puno es adecuado; ya que la mayoría de la población investigada que son 19 representantes, el 63% del total, precisan que las relaciones humanas son adecuadas.
- Los principios que con frecuencia aplican el trabajador administrativo cuando se relaciona con sus colegas, con los docentes y con la directora son; 1) personales administrativos que representan el 60% aplican los principios de cortesía; 2) el 40% aplican los principios de las reglas táctica; el 3) que también representan el 60% del total de los trabajadores administrativos aplican el principio de la tolerancia, con el respeto, jerarquía de los trabajadores, la tolerancia y otros que son necesarios relativamente para la buena marcha del colegio.

En la investigación de tesis de Liceli Gabriela Peñarrieta Bedoya de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, Facultad de Ciencias Sociales de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, con el título; **La Comunicación del Chat y las Nuevas Relaciones**

**Humanas de los Jóvenes de la Ciudad de Puno-2001.** Tesis para optar el título profesional de licenciado en ciencias de la comunicación social, y concluye de la siguiente manera.

- El principal motivo por el que los jóvenes recurren al chat para entablar relaciones humanas es que este medio les permite romper con las barreras de tipo geográfico, de tiempo hasta psicológicos, algunos de estos jóvenes han roto su timidez la que esta presenta en sus relaciones cotidianas con amigas y compañeros de trabajo la naturaleza social del hombre lo ha llevado a emplear su inteligencia para idear medios que faciliten la comunicación como fruto de este esfuerzo tenemos el chat, medio que facilita la comunicación.

#### 1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

##### 1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Analizar las Relaciones Humanas del personal de Pachamama Radio de la ciudad de Puno – 2012.

##### 1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los niveles de comunicación entre los trabajadores de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2012.
- Determinar los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio de la ciudad de Puno 2012.

## **CAPÍTULO II:**

### **MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **2.1. HISTORIA SOBRE LAS RELACIONES HUMANAS.**

Para averiguar cómo las organizaciones descubrieron la importancia de los económicos y administrativos en Estados Unidos durante la década de 1700, probablemente habría sido un agricultor o un artesano. Esta época conocida con el nombre de era agrícola, llegó a su fin en 1782 al inventarse la maquina a vapor que revoluciono el trabajo al ofrecer una fuente barata de energía para el funcionamiento de las fábricas. En la década de 1800, Estados Unidos entro en la era industrial, durante la cual proliferaron y los pueblos crecieron. De haber vivido en esa época, habrían dejado de trabajar en el campo para hacerlo en una fábrica Dalton, (2007).

Los directores de las plantas comprendieron que necesitaban administrar la conducta de los empleados para incrementar la productividad. Así nacieron los estudios de la administración y de las relaciones con el personal. Con la invención de la computadora en la década de 1950 comenzó otro periodo, la era de la información. Como seguramente habrá observado, se caracteriza por una tecnología en expansión acelerada, por empleados mejor informados. Dada la complejidad de las empresas y las mayores expectativas de los trabajadores, las relaciones humanas han cobrado una importancia nunca antes visto Dalton, (2007).

Así mismo Dalton, (2007, p.7). Afirma que, “la búsqueda de nuevas técnicas administrativas se basó inicialmente en las ciencias sociales: la psicología, sociología y la

antropología”. Estas son disciplinas que estudian las instituciones y el funcionamiento de la sociedad, la forma en que los individuos interactúan como miembro de ella.

### **2.1.1. Ciencias Sociales Básicas en el Estudio de las Relaciones Humanas.**

- a) **Psicología.** De importancia fundamental porque se centra en la conducta de los individuos y los motivos que los impulsan a compararse en una forma determinada. La psicología industrial examina la motivación, el liderazgo, la toma de decisiones y el uso de poder dentro de las organizaciones.
- b) **Sociología.** Es importante porque todos funcionamos en grupos y porque las organizaciones están formadas por grupos pequeños. Se centran en las interacciones de dos o más individuos y en sus relaciones en situaciones colectivas.
- c) **Antropología.** Estudia el origen y varias culturas y su desarrollo. De creciente importancia a medida que la sociedad y la fuerza de trabajo se vuelven más multiculturales y la economía se globaliza.

### **2.1.2. La Escuela Clásica de la Administración**

Según Dalton, (2007). Señala que, “esta escuela se concentró en la eficiencia. De ella surgieron dos ramas. La teoría de la administración científica, impulsada por Frederick W. Taylor y Frank y Lillian Gilbreth, y la teoría clásica de la organización, basada en el trabajo de Henri Fayol.”

De su trabajo a fines de la década de 1800 y a principios de la de 1900 nació la idea de la producción masiva, influyendo al sistema en el desarrollo de todas las naciones industrializadas modernas. Aunque Taylor, pensaba que la máxima productividad podría conseguirse mediante colaboración entre ejecutivos llevaban su sistema al extremo, de modo que provocaron resentimiento y dieron pie a la opinión de que se deshumanizaba a los trabajadores.

Frank y Lillian Gilberth, equipo de esposos, intentaron medir y mejorar los movimientos del trabajo utilizaba fotos fijas y en movimiento con el fin de identificar los pasos necesarios para ejecutar una tarea: después eliminaban los no esenciales. En 1916 Henry Fayol industrialista francés, publicó sus 14 principios de la administración, a saber: división del trabajo, autoridad disciplina, cadena de mandos y otros conceptos vigentes todavía en nuestros días señala Dalton, (2007).

### 2.1.3. Escuela Conductista de la Administración

Los gerentes siguieron buscando medios de mejorar la productividad. Muchos se sentían desilusionados con el enfoque autoritario y orientado a tareas de la escuela clásica; afines de la década de 1920 nació la escuela de conductista de la administración Dalton, (2007).

Esta escuela se bifurco en dos ramas: la primera fue el enfoque de las relaciones humanas. Desde mediados de la década de 1920 hasta comienzos de la década de 1930, Elton Mayo y sus socios en la Escuela de Administración de Harvard efectuaron una investigación en la planta Hawthorne situada cerca de Chicago. En esa investigación, con el tiempo se le dio el nombre de estudios Hawthorne, así los investigadores descubrieron lo siguiente: sin importar los cambios calefacción, humedad, iluminación, horario de trabajo, periodos de descanso y estilos de supervisión los niveles de productividad habían crecido de modo significativo durante el experimento. Llegando así a una conclusión de que el elemento humano es más importante para la productividad que los aspectos técnicos y físicos de la tarea. El trabajo de Mayo le valió el nombre de “padre de las relaciones humanas”, afirma Dalton, (2007).

La segunda rama de la escuela conductual es el enfoque de las ciencias de la conducta. En el estudio comprendido entre mediados y fines de la década de 1950. Durante este periodo la psicología, la sociología y la antropología fueron utilizadas por primera vez como herramientas para entender el ambiente organizacional.

Podemos concluir que el movimiento moderno de las relaciones humanas nació con los estudios de Elton Mayo, quien demostró a través de los estudios de Hawthorne, en la Western Eléctric, que la productividad está ligada aparte de las condiciones físicas del trabajo al factor humano.

### 2.2. ELTON MAYO, REVELA OTROS ELEMENTOS REFERENTE A LAS RELACIONES HUMANAS:

- La atención que se presta a los empleados puede modificar su productividad.
- Es posible que los trabajadores tengan necesidades que el dinero no puede satisfacer.
- Los grupos informales son muy poderosos dentro de una organización, sobre todo por su capacidad de influir en los niveles de productividad.

- La relación entre supervisores y subordinado es muy importante, pues influye tanto en la cantidad como en la calidad de los resultados. La clave no es la popularidad, si no unas buenas relaciones humanas.
- Los empleados tienen muchas necesidades que satisfacen lejos del trabajo. Por trato los gerentes no siempre pueden controlar la motivación.
- Las relaciones entre compañeros de trabajo repercuten en su desempeño. Estas interacciones permiten a los empleados a atender sus necesidades sociales.

### **2.2.1. La Escuela Científica de la Administración de los 60**

Durante la segunda guerra mundial, tanto los militares ingleses como los norteamericanos necesitaban resolver problemas muy complejos: coordinar los movimientos masivos de tropas y cerciorarse de que los suministros llegaran en cantidades suficientes a los lugares indicados. Para ello recurrieron a matemáticos, físicos y otros expertos, naciendo así la escuela científica. Los resultados fueron tan satisfactorios que las compañías recurrieron más tarde a esa técnica para resolver intrincados problemas administrativos.

Con la computadora se facilitó el uso de modelos estadísticos, herramientas analíticas que ayudan a planear y controlar las actividades corporativas, hoy los modelos de computadora ayudan a los gerentes a tomar decisiones. Por ejemplo, un modelo puede predecir cuantas unidades se venderán a determinado precio. Con todo se trata de una herramienta; no es infalible ni toma decisiones y tampoco aminora la necesidad de buenas relaciones humanas para el éxito de un proyecto.

### 2.3. LAS RELACIONES HUMANAS EN LAS ORGANIZACIONES

Según Dalton (2007, p.2). “Relaciones Humanas estudia la interacción. Pueden realizarse en ámbitos organizacionales o personales, pueden ser formales o informales, estrechas o distantes, antagónicas o cooperativas, individuales o colectivas”. Las relaciones humanas ayudaran a alcanzar sus metas personales y profesionales. Fuera del trabajo sus relaciones pueden incluir a sus padres, hermanos, hijos, cónyuge y amigos. En el trabajo se refiere a sus subordinados, a los compañeros de trabajo y supervisores a otros superiores o clientes.

Para fortalecer estas destrezas, Dalton (2007). Nos da entender que la propia psicología de otros y utilizar las técnicas de una buena comunicación, además de conocer los grupos y su dinámica. Nuestras habilidades serán más sólidas, cuando mejor sepamos: que motiva a la gente e incide en su espíritu de grupo como se establecen las metas, como se monitorea el desempeño y cómo manejar el cambio. Por su parte Mendoza (1978, p.2). Sostiene sobre las relaciones humanas, “cuando un individuo establece contacto con otro o con otros individuos, en ese momento nace la relación humana”.

Sin embargo, esta RR.HH. no se da sólo entre individuos o entre individuo y grupo, sino también se presentan grupo a grupo. La complejidad de las relaciones humanas es mucho mayor entre los grupos que entre los individuos.

Mendoza (1978). Considera que “existen contactos personales poco trascendentes, por ejemplo, cuando una persona le pregunta a otra en la calle. ¿Qué hora es?, y el interrogado se limita a contestar “las seis”. Pero entonces se podría preguntar, ¿Cuándo se convierte trascendente, es importante una relación humana? Brevemente, se puede afirmar que una relación personal se vuelve importante en el momento en que existe alguna influencia entre las personas en contacto.”

Ahora bien, una organización es un sistema social y el trabajador, sin duda el elemento más importante dentro del mismo. Estos experimentos demostraron que el trabajador no es una simple herramienta, sino una persona compleja que interactúa en una situación de grupo, que con frecuencia resulta difícil de comprender.

### **2.3.1. Las Relaciones Humanas en una Organización o Empresa**

En una empresa como en un organismo vivo, todos dependen de todos. La falta de equilibrio en el sistema, o el mal funcionamiento de una parte del sistema ponen en peligro la existencia del sistema en su conjunto y con ello la continuidad de las fuentes de trabajo para todos. Según, Dalton (2007, p.2). Afirma: “que las relaciones humanas, es útil e interesante porque se refiere a él y su interacción con la gente”.

Un aspecto importante del uso de las relaciones humanas en las organizaciones es saber cómo encajamos en ellas. Para Dalton (2007). “La calidad y el tipo de interacción entre los individuos y la manera en que cambian en las organizaciones reflejan el influjo de multitud de factores: metas, cultura, conflicto entre grupos y fuerza externa”, mientras Chiavenato, (1999). En su texto de recursos humanos resalta que la reciprocidad entre individuo y organización se refiere que, “la interacción psicológica entre empleado y organización es un proceso de reciprocidad” (p.113). Es decir que la organización realiza ciertas cosas por el trabajador y para el trabajador, le da buena remuneración, le da seguridad, y status; del mismo modo el empleado responde con su labor desempeñándose mejor en sus tareas.

Debemos resaltar que una adecuada interacción entre la organización y el personal de trabajadores nos lleva a una reciprocidad social y en bien común como afirma Mendoza, (1978). “La vida en sociedad es dependencia recíproca entre las personas y si nos acercamos a observar las organizaciones sociales, principalmente la empresa se puede apreciar con claridad esta continua relación. En la empresa moderna se encuentran grupos humanos grandes y pequeños; de aquí la gran importancia de las relaciones humanas en el trabajo” (p.2).

### **2.3.2. La Percepción es un Elemento Importante en las Relaciones Humanas**

La percepción es una de las variables importantes de las relaciones humanas de una organización, es extremadamente importante conocer las propias percepciones y lo que influye en ellas, lo mismo que las ajenas, es necesario percibir el entorno social para analizar la situación. La percepción objetiva nos sirve para prevenir problemas de relaciones humanas o para resolver tanto en nuestra vida personal como en el trabajo. Dalton (2007). Sostiene que “la percepción es un elemento importante de las relaciones humanas”, además afirma en su concepto que, “nos permite organizar, interpretar y dar



significado a las sensaciones o mensajes que recibimos a través de los sentidos: olfato, tacto, gusto y oído” (p.31).

Alguna de las cosas que influyen en la percepción y en las actitudes son en gran medida es parte de nuestra personalidad cultura, herencia e intereses de modo que es difícil identificarlas.

Como sostiene Dalton, (2007). Que hay dos factores capaces de influir en la percepción: efecto de halo y efecto inverso o atenuado halo. En el primer caso suponemos que, si alguien posee un rasgo positivo, los restantes también serán, el efecto inverso halo, permitimos que una característica negativa de la personalidad repercuta negativamente en nuestra impresión global. Las percepciones influyen de manera importante en las relaciones con los compañeros de trabajo y con los supervisores. Otro aspecto de la percepción muy importante en las relaciones humanas es la opinión que uno tiene de sí mismo o la auto-percepción, Dalton, (2007 p.39). Afirma que, “la autoestima, es la clave de éxito es que sea buena”.

#### **2.4. LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES HUMANAS**

La comunicación es el proceso que nos permite intercambiar información mediante un sistema común de símbolos, signos o conductas. A través de una persona envía mensajes a otra. Los símbolos pueden ser palabras escritas o habladas; los signos adoptan formas y colores, la conducta puede ser cualquier tipo de comunicación no verbal como movimientos corporales o expresiones faciales. Dalton, (2007).

Por su parte, Chiavenato, (1999). Que “la comunicación implica transferencia de información y significados de una persona a otra; es el proceso de transmitir información y comprensión de una persona a otra. Así mismo sostiene que “es la manera de relacionarse con otras personas a través de datos, ideas, pensamientos y valores. La comunicación une a las personas para compartir sentimientos y conocimientos” (p.65).

##### **2.4.1. La Importancia de la Comunicación**

Dalton, (2007). Comenta que “el mundo moderno es la sociedad de la información y todos los avances tecnológicos parecen, ponemos en contacto con un número mayor de personas. Nos comunicamos por teléfono, por carta, por correo electrónico y sitios. Pasamos la mayor parte de las horas de vigilia comunicándonos de una u otra manera de 10 a 11 horas diarias. Las

habilidades comunicativas eficaces se han convertido en una ventaja en todos aspectos de la vida” (p.86).

Por ser la comunicación el elemento más importante de las relaciones humanas, la capacidad de interactuar eficazmente con quienes trabajan con nosotros mejora nuestra experiencia laboral y la suya. Cuando más conozca la comunicación y cuando más sensible sea a ella, más sólidas serán las relaciones humanas.

Por otro lado, Chiavenato, (1999) menciona que. “La comunicación se procesa al recibir y utilizar información es el mismo proceso de la adaptación del individuo a la realidad, el cual le permite vivir y sobrevivir en el ambiente que lo rodea”. (p.66)

#### 2.4.2. Niveles de Comunicación

Según Flores, (2010). Sostiene que los seres humanos adoptan distintas maneras de organización, por ello es necesario algún criterio para el análisis del proceso. Y propone dos grandes niveles como nivel macro-social y micro-social.

##### 1) LA COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL

Es comunicación con uno mismo. En este nivel la persona recibe las señales que representan las propias sensaciones o sentimientos. En esta comunicación todos los mensajes se originan y se terminan dentro de ti, todos los significados de los mensajes, son determinados desde tú propia perspectiva. Flores, (2010). Resalta un modelo de la comunicación intrapersonal, en el cual se destacan tres estructuras que son: El ego socializador, el ego primitivo, el ego conceptualizante.

- a) **El ego socializador** descubre y emplea todo lo que es necesario para persuadir a la persona a actuar de una manera socialmente aceptable y a arrepentirse por sus fracasos sociales. Representa la dimensión ética de la sociabilidad.
- b) **El ego primitivo** descubre y emplea todo lo que sea necesario para persuadir a la persona a actuar en la forma que se requiere para alcanzar sus necesidades básicas y al mismo tiempo negar responsabilidades por tales actos.
- c) **El ego conceptualizado o Creativo** descubre y emplea todo lo necesario para persuadir a la persona a actuar en formas validas desde el punto de vista de la ética (congruente

con el sistema de valores de la persona) y proyecta un “ego ideal” consistente con su auto-concepto.

De las tres entidades del modo de Ambrester, el ego creativo es el que forma la base de la auto-conceptualización, la cual constituye la identidad y la autoestima.

## 2) COMUNICACIÓN IMPERSONAL

Este tipo de vínculo se establece cuando dos personas mantienen una relación durante largo tiempo, sin que se vuelva más estrecha, y solo la mantienen por las circunstancias en que se encuentran. Flores, (2010).

Una perspectiva del desarrollo supone que los mensajes iniciales entre extraños son por necesidad impersonales porque al reunirse y comunicarse por primera vez, ambos individuos se están relacionando y realizan el papel de comunicadores.

Cuando se dan los intercambios comunicativos iniciales, pueden derivarse varios resultados: los comunicadores pueden decidir, de manera individual o de común acuerdo, poner fin a la relación o bien que la relación continúe, ya sea porque los participantes así lo decidan o porque se encuentran en una relación que los obliga a estar juntos.

En la práctica cotidiana todas las personas mantienen algunas relaciones de este tipo con conocidos casuales. Por ejemplo, todos nos encontramos y saludamos alguna vez a otro individuo con quien intercambiamos algunas frases informativas y seguimos nuestro camino. Estos encuentros suelen ser agradables, pero aun así tardan tiempo en llegar a empalmar.

## 3) COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Al referirnos a la comunicación interpersonal plantea un problema de delimitación. Si se interpreta el concepto en sentido literal, se trata de la comunicación entre personas; sin embargo, esto resulta ambiguo. Flores, (2010) afirma que. “La interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas, y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata”. (P.35)

En otras palabras, el hablar de comunicación interpersonal es hablar de comunicación cara a cara. Llamar por teléfono o mantener una relación por correspondencia también son formas de comunicación interpersonal, pero su frecuencia y complejidad en comparación con las que se dan cara a cara, las hace poco relevantes. Flores, (2010)

Asimismo, Flores, (2010). Hace conocer que algunos teóricos mencionan tres tipos de relaciones de acuerdo a las características que estas presentan:

**a) Relaciones simétricas**

Se caracterizan por la igualdad entre las partes que conforman la relación y reflejan un sentimiento de igualdad comunicativa.

**b) Relaciones complementarias**

Se basan en la inequidad, en ellas un participante es dominante y el otro sumiso.

**c) Relaciones paralelas**

Relaciones con interacciones simétricas y complementarias equilibradas o combinadas. Se consideran las más favorables debido a que su flexibilidad permite a los interactuantes adaptarse a las situaciones. Flores, (2010)

### **2.4.3. La Comunicación Masiva**

El amplio interés por los medios de comunicación masiva existe, primeramente, porque son utilizados de manera cotidiana durante varias horas diarias; en segundo lugar, porque hay un uso masivo de algunos medios a ciertas horas a nivel nacional.

El conocimiento del contenido de los medios de comunicación y la experiencia compartida que ello proporciona ofrece un área importante para iniciar y mantener relaciones interpersonales, en tercer lugar, porque los medios de comunicación son parte del entorno de cada individuo y es prácticamente imposible evitarlos. Flores, (2010)

## **2.5. LAS BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN EN RELACIONES HUMANAS**

Una mala comunicación puede ocasionarnos serios problemas en la vida personal y en el trabajo. Los expertos han descubierto varios factores que pueden provocar distorsiones y bloquear la comunicación. Algunos de ellos se encuentran en los sentidos, en el significado de las palabras en las emociones y actitudes tanto de emisor como del receptor. He aquí otros: expectativas referentes a los papeles, personalidad, aspecto físico, prejuicio, cambios, mala organización de las ideas, escuchar en forma deficiente y sobrecarga de información. Dalton, (2007).

## a) La Capacidad de Escuchar

Escuchar es uno de los elementos más importantes-acaso el más importante de todos-en unas relaciones humanas muy sólidas. Según la asociación internacional de escucha pasamos 45% del tiempo escuchando, pero apenas 2% de la población ha recibido instrucción formal al respecto. Escuchar es indispensable en todos los niveles de la actividad, pero adquiere utilidad especial cuando ascendemos en la actividad organizacional. Dalton, (2007)

### 1) Siete Barreras de Escuchar:

- Falta de interés en el tema o en el interlocutor
- Ruido externo, distracciones o fatiga
- Vocabulario limitado del emisor, del receptor o de ambos
- Transmisión deficiente del mensaje
- Anticiparse a las respuestas, detenerse en lo que el interlocutor acaba de decir o centrar la atención en otras cosas.
- Falta de conocimiento por parte del hablante
- Prejuicios o escuchar lo que queremos oír.

Para evitar los problemas comunes y el deterioro de las relaciones debidos a escuchar deficientemente, debemos estar dispuestos a mejorarla realizarla activamente. Según Dalton, el escuchar en forma activa es un esfuerzo consciente de oír sin prejuicio alguno los componentes verbales y no verbales de lo que alguien dice. Dalton, (2007).

### 2) Como Mejorarlas Habilidades de Escuchar

1. No prevea ni planee las refutaciones. No se precipite a sacar las conclusiones. Mantenga sus pensamientos en el momento actual.
2. No juzgue al hablante. No se deje llevar por sus ideas preconcebidas ni con sus prejuicios.
3. Para eliminar las distracciones elija un sitio tranquilo y aislado donde comunicarse. Póngase frente al que habla y lograra concretarse.
4. Pida aclaraciones, reformule los puntos importantes parafraseando al hablante. Haga preguntas que lo obliguen a profundizar: quien, que, cuando y donde. (Pero lo posible no utilice la palabra por qué. Pone a la gente a la ofensiva.) Mantenga una actitud neutral el punto de vista del otro. Traduzca a palabras los sentimientos del otro.

5. Este listo para ofrecer retroalimentación
6. “Escuche” la comunicación no verbal. El mensaje emocional lo catamos por medio de la comunicación no verbal.
7. No tome apuntes innecesarios. (Algunos tal vez sean innecesarios pues en un lapso de ocho horas nos olvidamos de una tercera parte a una mitad de lo que oímos; pero no se concrete en los apuntes a riesgo de no atender lo que se dice.)
8. Concéntrese en las ideas principales; no intente recordar todo.
9. No finja estar atento; para ello se requiere mucho trabajo además de que distrae. (no es fácil simular un interés inexistente) Dalton, (2007).

### 3) Como Mejorar la Comunicación Verbal

La comunicación verbal es cualquier mensaje que transmitamos o recibimos utilizando palabras, tanto oral como escrita. No se logra una buena comunicación verbal si no sabe escuchar, si no se utilizan de manera adecuada las palabras escritas y orales. Dalton, (2007). Se quiere mejorar la comunicación verbal tenga en cuenta los siguientes aspectos tan importantes:

- a) **La voz**, ha de ser agradable y adecuada a la situación.
- b) **Selección de palabras**, es importante dominar la gramática. Debería adquirir la capacidad de usar verbos, adverbios y adjetivos concretos y descriptivos.
- c) **Uso de la primera persona**, se obtiene mejores resultados iniciando la comunicación con formas verbales como “pienso”, “supongo”, “creo” o “no entiendo” son expresiones que nos ponen a la defensiva.
- d) **Seguimiento**, dar un monitoreo por escrito a las instrucciones o a las instrucciones complejas.

## 2.6. LA MOTIVACIÓN EN RELACIONES HUMANAS

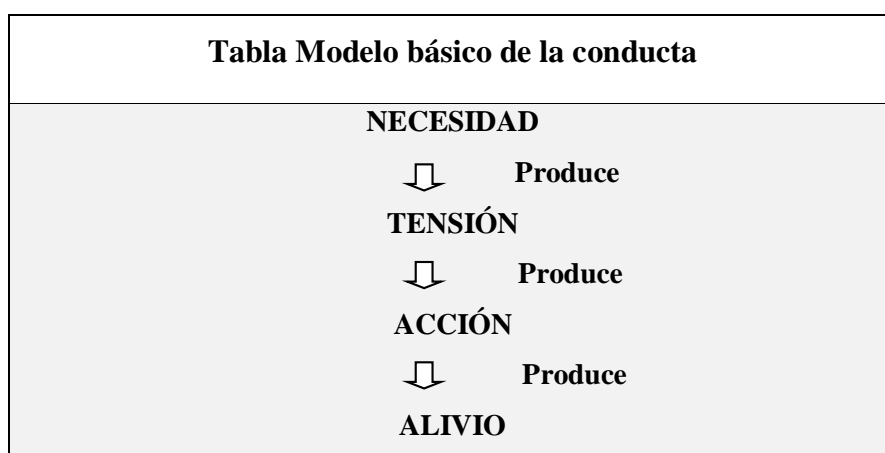
El estudio de la motivación y su influencia en el ámbito laboral, es el intento de averiguar, desde el punto de vista de la psicología, a qué obedecen todas esas necesidades, deseos y actividades dentro del trabajo, es decir, investiga la explicación de las propias acciones humanas y su entorno laboral.

Dalton, (2007). Sostiene que, “la motivación es el estímulo emocional que nos hace actuar. Puede ser una necesidad o un impulso que activa ciertas conductas” (p.56). En el trabajo es una combinación de todos los factores del entorno laboral que originan esfuerzos positivos y negativos.

Sabemos que el activo más importante de una empresa es su recurso humano. Se trata de estudiar los impulsos, tendencias y estímulos que acosan constantemente nuestra vida y nuestro organismo y que nos llevan, querremos o no, a la acción. Basándonos en esta afirmación se puede decir que cualquiera que intente responder a estos interrogantes está intentando explicar la motivación. Los psicólogos que estudian la motivación procuran comprobar las explicaciones de estos hechos mediante el estudio experimental.

En sus estudios de la motivación y de la actividad los psicólogos han llegado a la conclusión de que la conducta humana se encamina a una meta: satisfacer una necesidad. Dalton, (2007).

Todo ser humano tiene necesidades. No puede vivir sin respirar, sin comer, beber y descansar. Pero esas necesidades no son sino una parte de una gama mucho más extensa: ser aceptado, ser reconocido, sentirse realizado y apreciado. ¡Necesitamos soñar, aspirar a cosas nobles, desear, adquirir! Muchos son los motivos del individuo y de los grupos. Si queremos establecer y conservar buenas relaciones humanas hay que conocer la complejidad de los motivos y necesidades, tanto los propios como los ajenos.



*Fuente: Marie Dalton (2007)*

Según Chiavenato (1999). Sostiene que, “el ciclo motivacional comienza cuando surge una necesidad. Esta es una fuerza dinámica y persistente que origina comportamiento. Cada vez que aparece una necesidad, esta rompe el estado de equilibrio del organismo y produce un estado de tensión, insatisfacción, inconformismo y desequilibrio” (p.70).

Teniendo estas perspectivas pues no todos los motivos tienen un mismo origen, ni son de la misma intensidad, ni tienden hacia las mismas cosas. Pero, sin embargo, se puede decir que el campo de la motivación en el ámbito laboral abarca la totalidad del psiquismo humano comprendiendo una gama amplísima de móviles que incitan al hombre constantemente a actuar y superarse en el trabajo. Así podemos señalar móviles que van desde los impulsos más elementales, como el hambre, el sueño, la necesidad de trabajo, etc.

### **2.6.1. Tipos de Motivación**

**a) Motivación Intrínseca.** Según algunos autores como Washington S. sostienen que en cualquier momento, en la persona puede generarse un pensamiento (éste puede ser provocado por el razonamiento, la memoria o el subconsciente). Los pensamientos a su vez se relacionan con los sentimientos y las emociones, que terminan en una actitud. Para generarse una actitud, tanto positiva como negativa, intervienen factores como la autoimagen, las creencias, los valores y los principios éticos y morales del individuo.

Si el sentido de la actitud es positivo, automáticamente se genera una excusa para realizar la acción. A esta excusa se le conoce con el nombre de motivación. Claro está que, en la acción intervienen el conocimiento, las capacidades y las habilidades del individuo, de los cuales dependerá la calidad del resultado, de acuerdo a las expectativas suyas o de los demás.



**b) Motivación Extrínseca.** Para que se genere la motivación es necesario que factores externos actúen sobre los elementos receptores (pensamiento, sentimiento y acción). Para que los factores externos sean motivadores es necesario que se genere un diferencial en la percepción de la persona. El mejor ejemplo es el salario de un empleado, como se conoce, en sí el salario no es un factor motivador, pero en el instante que hay un aumento de éste, se genera un diferencial externo que actúa sobre el pensamiento y/o sentimiento que por cierto tiempo motiva para obtener mejores resultados, si ese es el objetivo, hasta que desaparece la percepción del diferencial generado y pasa a ser un factor de mantenimiento.

Un cambio de política organizacional se percibe como un diferencial que puede influir en el estado normal de las personas. Si esta nueva política está generando pensamientos y/o sentimientos positivos, ellos a su vez facilitan una actitud positiva y la persona se motiva para formar parte del cambio. En el caso de que se dé una actitud negativa, la persona se desmotiva, se opone al cambio y esto se refleja en los resultados de su trabajo.

### **2.6.2. Nuevos Métodos de Motivar**

En fuerza actual de trabajo tanto gerentes como supervisores deben motivar a un grupo heterogéneo. Plantea un enorme reto hacer que sin importar su edad ni su cultura todos se sienten importantes, conectados útiles y motivados. En esta época de presupuesto cada día más reducidos algunos medios no tradicionales y rentables se aplican para aumentar la motivación: ofrecer premios baratos como boletos para el cine y cupones de regalos, invitar a conferencistas para que hablen de las tendencias tecnológicas más recientes, los gerentes deben analizar el tipo de casos de cosas razonables capaces de motivar a sus subordinados, para trazar después un plan que las haga realidad. Dalton (2007).

### **Sobre la Teoría de la Motivación**

Dalton, (2007). Afirma que, conociendo la teoría de la motivación nos ayudara en varias formas. Alcanzaremos más fácilmente las metas personales y profesionales si entendemos la diferencia entre una necesidad y un deseo, se descubrimos lo que nos motiva, si aprendemos otros medios de satisfacer las necesidades y como motivar a los de más cuando ocupemos u puesto directivo. Esta lección nos permitirá además ser pacientes y planear medios alternos de atender nuestras necesidades y deseos.

## La Teoría Bi-factorial de la Motivación de Herzberg (1959)

Factores extrínsecos a la tarea realizada: salarios, aumentos de sueldo, promociones, alabanzas y felicitaciones, etc. Son extrínsecos, pues no forman parte propiamente de la tarea laboral realizada. Estos factores son necesarios para no generar insatisfacción laboral y para salvaguardar el derecho de las personas a unas condiciones laborales y económicas justas, pero no son los factores realmente motivadores a largo plazo (aunque sí pueden ser, por sí solos, rápidamente desmotivadores cuando no se dan de manera apropiada). Son considerados y denominados “factores higiénicos”.

Factores intrínsecos a la propia tarea: satisfacción por un trabajo que gusta hacer, auto-reconocimiento, sentimiento de cumplir con la propia responsabilidad, logro personal, desarrollo personal, coincidencia del trabajo con los propios valores o con la propia vocación. Son los factores auténticamente motivadores a largo plazo en el trabajo.

Los factores extrínsecos satisfacen, principalmente, necesidades supervivenciales básicas. Los factores intrínsecos satisfacen necesidades típicamente humanas de autorrealización personal. A partir de esto, se formula la existencia de dos formas de motivación laboral:

- **Motivación extrínseca:** producida por recompensas externas e independientes de la propia tarea que el individuo realiza, es decir, por factores extrínsecos.
- **Motivación intrínseca:** se basa en elementos propios de la actividad realizada, en factores intrínsecos y, por tanto, en factores motivadores en sí mismos.

La motivación intrínseca impulsa a hacer aquello de lo que se obtiene una gratificación por el mismo hecho de hacerlo. La motivación extrínseca, por su parte, impulsa a hacer ciertas actividades para poder cubrir una serie de necesidades de subsistencia, mediante la obtención de recompensas externas o de mejores condiciones.

### 2.6.3. Como Motivar a los Demás

Es importante conocer la motivación. Según Dalton (2007), a los líderes se les juzga frecuentemente por el desempeño de su grupo. Casi siempre el resultado de los seguidores depende de la motivación para hacer lo que se les pide. Motivar a los seguidores es una de las responsabilidades del líder, pero no puede hacerlo solo. Dado que la decisión de obrar proviene

de nuestro interior, tenemos una responsabilidad compartida tanto si somos líder como el seguidor.

Los factores externos brindan la mejor oportunidad de influir en la motivación. Algunos de ellos son elogios, variedad de las tareas y premios financieros. La variedad puede lograrse ampliando o enriqueciendo un trabajo, asignando grupos especiales de trabajo o rotando varias tareas.

*Tabla de factores e influencias.*

Fuente de motivación de los seguidores	Grado de influencia posible del líder
<p><b>Factores externos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo de supervisión</li> <li>• Cultura organizacional, y estructura</li> <li>• Tipo de trabajo</li> <li>• Reconocimiento (promoción o premios)</li> <li>• Ambiente (mobiliario equipo, herramientas, suministros)</li> </ul>	<p><b>Grande</b></p>
<p><b>Factores internos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición</li> <li>• Deseos</li> <li>• Valores</li> <li>• Metas personales</li> <li>• Ambiciones</li> </ul>	<p><b>Mediano</b></p>
<p><b>Factores tempranos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Influencia genética</li> <li>• Tamaño de la familia</li> <li>• Experiencias infantiles</li> <li>• Hermanos</li> <li>• Progenitores</li> </ul>	<p><b>Bajo</b></p>

*Fuente: Dalton, (2007 p.77)*

Los premios financieros, que incluye incrementos salariales, bonos y opciones de acciones, son los menos conocidos de los motivadores externos.

Es menos fácil manipular las fuerzas internas. Pongamos un ejemplo de una compañía que quiere que sus empleados aprendan un programa de computadora. Su motivación aumentara si

se les ofrece capacitarlos. Si esa nueva capacidad facilita las consecuencias de algunas metas personales, querrá destacar en su aplicación sostiene. Dalton (2007).

#### **a) Nuevos Métodos Para Motivar a los Trabajadores**

Dalton (2007). Sostiene que “el desafío de dirigir, motivar y conservar a generaciones tan diversas requeriría un nuevo tipo de actitudes y habilidades.” La suposición de que basta el dinero para motivar y de que el lugar de trabajo tiene importancia primordial en la vida de la gente ha perdido su vigencia. Si las compañías quieren diseñar un trabajo interesante, habrá de dedicar más tiempo al desarrollo de los empleados mediante la educación y la capacitación, mediante el enriquecimiento y la ampliación del trabajo.

### **2.7. EL TRABAJO EN EQUIPO**

Dalton (2007) Señala que “el trabajo en equipo es que se realiza con el esfuerzo conjunto de varias disciplinas para conseguir una meta común con la máxima eficacia”. En la actualidad en plena globalización podemos apreciar que, cada día más compañías utilizan los equipos para agilizar el tiempo del ciclo del desarrollo del producto y hacerles llegar en menos tiempo un mejor producto a sus clientes. Robbins (2004). Sostiene que, “los equipos logran mejores resultados que los individuos cuando los trabajos a realizar requieren de múltiples habilidades, juicios y experiencias” (p.257). A partir de que las organizaciones se han reestructurado para competir de manera más eficaz y eficiente, han puesto sus miradas en los equipos como una forma de utilizar mejor el talento de sus empleados. Con tal fin reúnen un equipo de planificación, de ingeniería de diseño, de calidad y producción para atacar el problema desde el principio. Dalton (2007).

#### **2.7.1. Las Dinámicas de Grupo**

Dalton, (2007). Sostiene que la dinámica de grupo es “la participación y la interacción con grupos y nos vemos influidos por ellas. Los individuos pueden obrar solos, pero de alguna manera en su conducta influyen los valores, actitudes y percepción creados por las interacciones colectivas anteriores” (p.176).

Comprendemos que la dinámica de grupo es la participación y la interacción constante con los grupos y nos encontramos influidos por ellas, un grupo se compone de dos a más individuos que se conocen, que interactúan en forma periódica y que se percibe como grupo.

## 2.8. EL LIDERAZGO EN LAS RELACIONES HUMANAS

Dalton, (2007) cita a Warren Bennis, en su libro, (OnBecoming a Leader) en ella sostiene que; “tres razones básicas explican porque la sociedad y las organizaciones necesitan líderes y no pueden funcionar sin ellos”. Primero, el líder es responsable de la eficiencia de la empresa. El éxito o el fracaso de una empresa dependen de la calidad de sus líderes. Segundo, el líder ofrece un propósito rector, algo que se necesita urgentemente en el mundo moderno. Tercero, la preocupación actual por la integridad de la institución pone de relieve la necesidad de un mejor liderazgo en la religión. Ahora bien, la vida en la sociedad y en las organizaciones depende de la calidad del liderazgo. Dalton (2007).

Dalton, afirma que, el liderazgo es el proceso de influir en las actividades de los individuos o de grupos organizados, afín de que sigan al líder y estén dispuestos a hacer lo que quiere. Para ser líder hay que tratar directamente con los demás, establecer una relación personal con ellos, aplicar las técnicas apropiadas de persuasión e inspirarlos, influyendo así para que colaboren de las metas y de la visión. Los líderes no existirían sin sus seguidores. Dalton (2007).

## 2.9. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación es el intercambio de información, y no sólo de recepción. La emisión de mensajes funcionó en un solo sentido hasta la llegada de Internet.

El Decreto Inter mirífica o sobre los Medios de Comunicación Social del Vaticano II, promulgado en diciembre del 1963, en su numeral 5 establece: “La primera cuestión se refiere a la llamada información, es decir, a la búsqueda y divulgación de noticias. Es evidente que, a causa del progreso de la sociedad humana actual y de los vínculos más estrechos entre sus miembros, resulta muy útil y la mayor parte de las veces necesaria; en efecto, la comunicación pública y oportuna de los acontecimientos y de los asuntos ofrece a los individuos un conocimiento más pleno y continuo de éstos, contribuyendo así eficazmente al bien común y promoviendo más fácilmente el desarrollo progresivo de toda la sociedad civil. Por consiguiente, existe en la sociedad humana el derecho a la información sobre cuanto afecte a los hombres individual o socialmente considerados y según las circunstancias de cada cual” Abarca (2009).

Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, teléfono celular, el correo de papel (la carta y

el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio, internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio.

Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Mass Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor-colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio.

La telefonía inalámbrica, inventada en 1902 por Guillermo Marconi y la telegrafía hizo surgir la radio experimentación y los radio aficionados. Tras el hundimiento del Titánic el 1912, se hizo necesario contar con radio telegrafía en todos los barcos.

Según Abarca (2009). Sostiene que la televisión, iniciada por Paul Gottlieb Nipkow (1884), buscó un dispositivo adecuado para explorar imágenes. Las primeras emisiones de la BBC de Londres fueron en 1927 y la CBS y NBC de Estados Unidos en 1930, con sistemas mecánicos. Las emisiones programadas comenzaron en Inglaterra y Estados Unidos los años 30. Interrumpidas durante la II Guerra Mundial, se reanudaron cuando terminó.

Al amparo de la libertad de expresión, apareció la figura del periodista dedicado a la investigación de los aspectos oscuros de la realidad.

### **2.9.1. Medios de Comunicación y Sociedad.**

La influencia que ejercen los medios en la sociedad es innegable; a veces puede ser beneficiosa; pero generalmente, tiene efectos perjudiciales. Juan Pablo II (2005) afirmó: que, Dichos medios constituyen un poderoso recurso positivo si se ponen al servicio de la comprensión entre los pueblos y, en cambio, un «arma» destructiva, si se usan para alimentar injusticias y conflictos.

Las sociedades se basan en principios democráticos, pero el manejo de la información se atiene a objetivos caprichosos. Ello exige diferenciar: información, desinformación y manipulación.

El auge de los medios acorta las distancias y nos vincula con el mundo. Pero, según manifiesta María Fraguas de Pablo en su libro Teoría de la desinformación, produce un deterioro de la sociedad con la desinformación que es la técnica manipuladora consistente “en

proporcionar a terceros informaciones generales erróneas, llevándoles a cometer actos colectivos o a difundir opiniones que correspondan a las intenciones del desinformador”.

### 2.9.2. Propósitos y Funciones de los Medios de Comunicación

Básicamente, se pueden distinguir cuatro propósitos de los medios de comunicación masiva:

- **Informar:** este fue el objetivo original de los medios de comunicación en tiempo real (radio y televisión), la posibilidad de informar a una gran cantidad de personas lo que está ocurriendo en el mundo en un tiempo cercano a los sucesos noticiosos.
- **Educar:** la invención de la imprenta (Gutenberg, 1440), dio origen a una de las funciones principales de los medios de comunicación que aún se mantiene, a saber, la masificación de la cultura.
- **Entretener:** es una función muy de moda en nuestros días. Frente a las altas exigencias laborales, buscamos un descanso en las secciones de chistes de los diarios, teleseries y películas de la televisión, y la gran variedad de sitios de internet.
- **Formar opinión:** cada medio, considerando aspectos políticos, religiosos, nacionales o culturales, va a interpretar y organizar la información de una manera adecuada a sus intereses.

### 2.9.3. La Radio

Abarca (2009) define la radio como un medio de amplias posibilidades, y ello nos permite hacer nuestro mensaje de diferente manera, algunas muy informativas y otras un tanto más artísticas, pero la radio es un medio que nos permite combinar ambas cosas, permite el cultivo de la creatividad en el ejercicio radiofónico. Encontraremos muchas formas de hacer llegar nuestro mensaje al auditorio. Para hacer un programa, es necesario escoger la forma más adecuada y la más efectiva.

## 2.10. MARCO CONCEPTUAL

**Cambio** es un estado fundamental en el mundo moderno del trabajo. En las últimas décadas su número y rapidez han crecido a un ritmo acelerado. Las áreas que en la actualidad pasan por un cambio rápido son las siguientes: economía, ciencia y tecnología, transporte, fuerza general de trabajo, estilos administrativos y el trabajo. Todas tienen un efecto de largo alcance en las otras. Dalton, (2007).

**Comportamiento Organizacional** es un campo de estudio que investiga el efecto que los individuos, grupos y estructura tienen sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las organizaciones. Robbins (2003).

**Comunicación** es la transmisión de ideas y sentimientos entre dos o más personas. La persona que emite o envía el mensaje o contenido de la comunicación es el transmisor y quien lo recibe es el receptor. Para que exista realmente la comunicación, es preciso que esta sea en ambos sentidos entre las personas que se comunican. Mendoza, (1978).

**Comunicación Impersonal** Este tipo de vínculo se establece cuando dos personas mantienen una relación durante largo tiempo, sin que se vuelva más estrecha, y solo la mantienen por las circunstancias en que se encuentran.

**Comunicación Interpersonal** está constituida por aquellas situaciones que fluyen entre los individuos en situaciones personales cara a cara y de grupo, y pueden abarcar desde las órdenes directas hasta las expresiones causales. Cada persona dispone de su propio estilo interpersonal, el cual constituye la manera en que un individuo prefiere relacionarse con otros. (Roda, 1988).

**Comunicación Intrapersonal** es comunicación con uno mismo. En este nivel la persona recibe las señales que representan las propias sensaciones o sentimientos. En esta comunicación todos los mensajes se originan y se terminan dentro de ti, todos los significados de los mensajes, son determinados desde tú propia perspectiva.

**Conducta** Aplicada a las manifestaciones del individuo, tiene siempre la connotación de estar dejando de lado lo más central o principal del ser humano: los fenómenos propiamente



psíquicos o mentales. Etimológicamente la palabra conducta es latina y significa conducida o guiada; es decir, que todas las manifestaciones comprendidas en el término de conducta son acciones conducidas o guiadas por algo que está fuera de las mismas: por la mente.

**Conflictos** es cuando se dan los intercambios comunicativos iniciales, pueden derivarse varios resultados: los comunicadores pueden decidir, de manera individual o de común acuerdo, poner fin a la relación o bien que la relación continúe, ya sea porque los participantes así lo decidan o porque se encuentran en una relación que los obliga a estar juntos.

**Cultura** Barrera (2013). Cita a Grimson (2008) el primer concepto de cultura surgió para oponerse a la idea de que hay gente con “cultura” e “incultos”, los que tienen esa “Alta Cultura” que define un grupo en concreto – minoría, por cierto – de la gran masa “sin cultura” – ni media ni baja –. Pues debemos recordar que en el siglo XVIII estamos ante la visión de que una persona “culto”, es una persona leída, sensible a las artes ópera, teatro, con ciertas costumbres que le identifican con un grupo pudiente. “La cultura en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad.”

**Diversidad cultural** es el fenómeno de la globalización permite a los seres humanos reconocerse cada día más como diversos. En la “aldea global” las diferentes culturas se aproximan, y personas de distintas formas de vida forman parte de un paisaje crecientemente cercano. Pero, desde cierto punto de vista, la diversidad se presenta como un problema, bien porque la globalización es vista como amenaza a la conservación de valores culturales sostenidos por culturas ancestrales, o bien, porque la inclusión de las diferencias en la convivencia social, plantea un desafío más complejo a las naciones en materia de desarrollo (UNESCO, 2005).

**Eficiencia** en términos generales, la palabra eficiencia hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos,

de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas.

**Emisor** en sí técnicamente, el emisor es aquel objeto que codifica el mensaje y lo transmite por medio de un canal o medio hasta un receptor, perceptor y/u observador. En sentido más estricto, el emisor es aquella fuente que genera mensajes de interés o que reproduce una base de datos de la manera más fiel posible sea en el espacio o en tiempo. La fuente puede ser el mismo actor de los eventos o sus testigos.

**Empresa** es muchas cosas al mismo tiempo, si preguntamos a un experto en derecho nos asegurará que la empresa es una organización sometida a determinadas normas y con un régimen jurídico concreto. Para un economista es sobre todo una unidad de producción que gestiona recursos. Para un psicólogo supone integración de comportamientos individuales. Todas las opciones son válidas, pero muchas de ellas son sólo visiones parciales.

**Estructura de la organización** puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos. Logra la coordinación del trabajo por medio de la comunicación informal. El control y el poder de coordinación recaen sobre quien realiza las tareas. Es utilizado en las organizaciones más simples y en las organizaciones más complejas.

**Ética laboral** La ética es distinguir entre el bien y el mal, entre lo correcto e incorrecto, entre lo ético y lo moral. Y las tomamos a partir de un conjunto de valores que aprendemos en los primeros años de vida. La ética no es solo un asunto individual si no que concierne también a las empresas. No podemos evadir los problemas éticos en los negocios y tampoco en otros ámbitos de la vida. Dalton, (2007)

**Evaluación** es la comparación de los resultados obtenidos con las metas establecidas. La evaluación puede ocurrir durante el periodo de ejecución (evaluación contingente) o al finalizar dicho periodo (evaluación ex post).

**Grupo** entendemos por grupo una pluralidad de individuos que se relacionan entre sí, con un cierto grado de interdependencia, que dirigen su esfuerzo a la consecución de un objetivo

común con la convicción de que juntos pueden alcanzar este objetivo mejor que en forma individual.

**Habilidad** es el que sabe hacer una cosa bien y con conocimiento de lo que hace, tiene habilidad; el que la hace materialmente bien y con facilidad, tiene destreza. Aquélla se refiere directamente al saber; ésta se refiere directamente al ejecutar. Un artífice tiene habilidad cuando sabe ejecutar bien la obra que le encargan; y destreza en el manejo material de los instrumentos de su profesión. Un maestro tiene habilidad para enseñar, cuando sabe el buen método, y los medios que debe emplear para ello.

**Lenguaje** se configura como aquella forma que tienen los seres humanos para comunicarse. Se trata de un conjunto de signos, tanto orales como escritos, que a través de su significado y su relación permiten la expresión y la comunicación humana.

**Liderazgo** es el proceso de influir en las actividades de los individuos o de grupos organizados, a fin de que sigan al líder y estén dispuestos a hacer lo que quiere. Los primeros estudios sobre liderazgo estuvieron enfocados a encontrar los rasgos psicológicos inherentes a los líderes eficaces; características como inteligencia, voluntad, sociabilidad y condiciones de autoridad fueron las más aceptadas, pero su validación en las organizaciones al pasar el tiempo resultó infructuosa.

**Mensaje** es el objeto central de cualquier tipo de comunicación que se establezca entre dos partes, el emisor y el receptor. Si bien en general se relaciona la idea de mensaje con mensajes escritos, hoy en día la variedad de mensajes y estilos comunicativos posibles es ciertamente infinita y hace que los individuos podamos mantener contacto con otras personas de muy diversas maneras.

**Motivación extrínseca** producida por recompensas externas e independientes de la propia tarea que el individuo realiza, es decir, por factores extrínsecos.

**Motivación intrínseca** se basa en elementos propios de la actividad realizada, en factores intrínsecos y, por tanto, en factores motivadores en sí mismos.

**Motivación laboral** es la fuerza psicológica que impulsa a las personas a iniciar, mantener y mejorar sus tareas laborales. La motivación es el motor de las personas en la

organización y, por consiguiente, se convierte en el motor y en la energía psicológica de la misma organización. No podrá esperarse que una persona se encuentre motivada para contribuir a los objetivos organizacionales si esta persona no halla en esa organización una manera de satisfacer sus necesidades personales, sean éstas de tipo económico, social o de desarrollo personal.

**Organización** La vida de las personas conforma una infinidad de interacciones con otras personas y con las organizaciones. Por ser eminentemente social e interactivo, el ser humano no vive aislado, sino en continua interacción con sus semejantes. Debido a sus limitaciones individuales, los seres humanos tienen que cooperar unos con otros, y deben conformar organizaciones que les permitan lograr algunos objetivos que no podrían alcanzar mediante el esfuerzo individual.

**Percepción** es un elemento importante en las relaciones humanas. Es el proceso gracias al cual creamos imágenes mentales del entorno. Nos permite organizar, interpretar y dar significado a las sensaciones o mensajes que recibimos a través de los sentidos: olfato, tacto, gusto y oído. Dalton, (2007)

**Poder** es la capacidad de influir en la gente para que haga lo que queremos. Consiste en cambiar las actitudes o conducta de individuos o grupos lo ejercen tanto en gerentes como gerentes en general los individuos en su vida personal. El poder nos da los medios para realizar actividades y nos ayuda a cumplir nuestros objetivos. Dalton, (2007).

**Receptor** es aquella persona a quien va dirigida la comunicación. El Receptor realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos utilizados por el emisor; es decir, descodifica el mensaje que recibe del Emisor. Receptor es todo sujeto con capacidad de recibir e interpretar un mensaje, sea de la índole que sea este mensaje, y sea cual fuera el código empleado para su materialización y los canales elegidos para su transporte.

**Relaciones humanas** Marie Dalton define que “Las relaciones humanas estudia la interacción. Pueden realizarse en ámbitos organizacionales o personales, pueden ser formales o informales, estrechas o distantes, antagónicas o cooperativas, individuales o colectivas”. Es el conjunto de reglas y normas para el buen desenvolvimiento del ser humano, en la sociedad o en

su trabajo. Es el estudio de cómo los individuos pueden trabajar eficazmente en grupos, con el propósito de satisfacer los objetivos de organización y las necesidades personales.

**Retroalimentación** (feed-back) como el proceso en virtud el cual, al realizar una acción, con el fin de alcanzar un determinado objetivo, se realimenta las acciones previas de modo que las acciones sucesivas tendrán presente el resultado de aquellas acciones pasadas. La capacidad de la comunicación para superar los límites físicos en la transmisión de energía o experiencia se da cada vez que aparece la retroalimentación comunicativa.

**Trabajo.** Un concepto reducido de trabajo sería aquél que sólo considera posibles recompensas extrínsecas a la actividad en cuestión (recompensas que pueden tomar formas muy distintas: dinero, supervivencia, reconocimiento social, salvación religiosa, etc.); según el concepto reducido, el trabajo es una actividad puramente instrumental, que no puede dar lugar a autorrealización personal alguna, y que supone necesariamente una coerción para la libertad y la autonomía del ser humano.

**Trabajo en Equipo** es el que se realiza con el esfuerzo conjunto de varias disciplinas para conseguir una meta común con la máxima eficiencia. En el entorno laboral del mundo moderno lo equipos pueden incluir representantes de diversas disciplinas, departamentos o hasta varias líneas de negocios que unen para alcanzar metas y objetivos comunes que impulsan sus campos de acción Dalton (2007)

**Valores** según Adela Cortina, existen diferentes tipos de valores de los que echamos mano para acondicionar nuestra existencia, y no solo valores morales. Es mérito de la ética de los valores haber intentado presentar tipografías, clasificaciones de los valores cada una de los cuales, si considera desde dos polos, desde el positivo y el negativo. Los valores son cualidades reales de las personas, las acciones, los sistemas o las cosas, y aunque tienen “una materia”, de suerte que podemos distinguir unos de otros.

**Visión** es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa.

## 2.11. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.11.1. HIPÓTESIS GENERAL

- Las relaciones humanas del personal de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2012, es recíproca según los factores que se presenta para mantener el clima laboral favorable.

### 2.11.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

- El nivel de comunicación de los trabajadores de Pachamama radio de la ciudad de Puno 2012 es de acuerdo a las necesidades laborales que se cumplen en distintamente.
- Los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio de la ciudad de Puno 2012 que se da es: relativamente intrínseca y extrínseca según las aspiraciones individuales de cada trabajador.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE		
Variable	Dimensión	Indicadores
➤ Las relaciones humanas del personal de Pachamama radio de la ciudad de puno 2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveles de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intrapersonal</li> <li>Impersonal</li> <li>Interpersonal</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos de motivación laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Motivación intrínseca</li> <li>Motivación extrínseca</li> </ul>

## CAPÍTULO III

### 3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

**Método.** Cuantitativo, pues se usa la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis, confía en la medición numérica, y el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población. Hernández. (2006)

#### 3.1.1. Nivel de la investigación.

Micro social

#### 3.1.2. Tipo de Investigación.

El tipo de investigación corresponde según la estrategia metodológica a aplicarse, es el DESCRIPTIVO. Este tipo de investigación se caracteriza porque los datos son recogidos de investigación que no es modificado por el investigador, sino que se investiga tal como se presenta.

#### 3.1.3. Diseño de Investigación.

El diseño de investigación que se adecúa a los propósitos de la presente investigación, es el descriptivo. Lo que se busca es investigar la realidad de lo personales de trabajadores de la institución en cuanto respecta a las relaciones humanas en Pachamama Radio. Entonces, si la intención es solo conocer el estado del fenómeno en cuestión, de manera que el diseño es el siguiente:

P = población

O = observación (de datos)

#### 3.1.4. Población.

Para los efectos de la presente investigación, se considera como población de investigación a 22 personas como muestra censal y 2 están en vacaciones, todos trabajadores



de Pachamama Radio, siendo un total de 24 personas entre periodistas y personal administrativos en diferentes áreas de trabajo (periodístico).

### **3.1.5. Técnica e Instrumento de recolección de datos**

Las técnicas e instrumentos que se utilizó para medir son:

**a) La Encuesta.-** Como instrumento de investigación se utilizó un cuestionario psicológico, con 10 ítems se estructuran de acuerdo a los indicadores del sistema de variables, lo que nos permite averiguar todo el dato necesario referente a las relaciones humanas. Personales de los trabajadores investigados.

**b) La observación.-** la observación es la acción y efecto de observar (examinar con atención, mirar con cautela, advertir). Esta actividad se ha desarrollado asistiendo a la institución en estudio para ver de cerca el desenvolvimiento de los trabajadores, realizando entrevistas y utilizando un registro para analizar el mismo.

### **3.1.6. Plan de recolección de datos**

Se procederá de la siguiente forma:

- a) Se ha presentado un documento a la Dirección de Pachamama Radio.
- b) Se ha coordinado con los trabajadores de la institución
- c) Elaboración o preparación de los instrumentos de investigación
- d) Aplicación de los instrumentos de investigación a los trabajadores de Pachamama Radio.
- e) Revisión de documento

### **3.1.7. Plan de tratamiento de datos**

Se efectúa de la siguiente manera:

- Tabulación y clasificación de los datos recogidos
- Elaboración de cuadros estadísticos
- Elaboración de gráficos estadísticos
- Verificación de la hipótesis

## **CAPÍTULO IV:**

### **CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

#### **5.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Geográficamente el Pachamama Radio, se encuentra ubicado en la ciudad de Puno, Distrito, Provincia del mismo nombre y de la región Puno.

#### **IDEAL PACHAMAMA RADIO**

El Instituto de Desarrollo Educativo Legal Puno, IDEAL PUNO, fue fundado el 3 de noviembre de 1994 en la ciudad de Puno, con la iniciativa de un grupo de estudiantes de Derecho a fin de proyectar las actividades profesionales al servicio de la sociedad puneña que conlleve al desarrollo integral de la Región.

El propósito en el área de comunicación fue difundir los derechos de las personas y brindar una orientación jurídica a los oyentes sobre temas relacionados a procesos judiciales o conflictos de intereses que tiene cada cual en diversos aspectos.

El programa HORIZONTE JURIDICO se inició en el año de 1996 por Radio Onda Azul, posteriormente con el despido de varios compañeros de la radio por parte del nuevo Obispo, no pudo salir más el programa, por lo que, en 1999 desde abril de ese año, se retomó la difusión del programa por Radio Latina.

El 5 de abril de 1999 se inicia la emisión del informativo IDEAL en una perspectiva de participación ciudadana. El programa tuvo una acogida inesperada y se ubicó entre los de mayor rating de sintonía en la ciudad.

Ha realizado dos publicaciones, una de ellas el Manual de Orientación Legal para Líderes Campesinos y el Manual de Mecanismos Alternativos para la Solución de Conflictos: “MÁS CONCILIACIÓN JUDICIAL”.

IDEAL PUNO, en 1999 inició la preparación de su proyecto de comunicación alternativa por radio con la meta de instalar una emisora y la planta emisora, logrando ambas metas en el 2001. Hoy, luego de la creación de IDEAL – PUNO y al haberse concretado el proyecto de la creación de PACHAMAMA RADIO, las exigencias y el trabajo son aún mayores al igual que el compromiso asumido con la comunidad regional de Puno y del sur andino.

Pachamama Radio, La Voz del Sur Andino, inicia sus transmisiones oficiales el 24 de agosto del 2003, con un equipo de periodistas y con una cobertura interregional.

En la actualidad se cuenta con un personal profesional de dirección y de prensa, programación, producción, marketing orientación legal, además de una infraestructura implementada con equipos necesarios para la emisora.

Nuestra historia nos permite soñar con una propuesta regional que será de fortalecimiento de la democracia y la participación, así como la conciencia social sobre los derechos y deberes ciudadanos.

#### **BASE LEGAL:**

Constituye Base Legal los dispositivos siguientes:

- Constitución Política del Estado, Artículo 2 inciso 4.
- Ley de Radio y Tv, artículo II y su reglamento
- Estatuto Institucional.
- Normas internas de la Institución.
- Resolución Viceministerial Nro. 278-2003 MTC/03

#### **VISIÓN Y MISIÓN DE LA INSTITUCIÓN**

##### *VISIÓN:*

La visión de Pachamama Radio se ha establecido para el año 2014, como una emisora radial regional Líder de la comunicación participativa, con una infraestructura moderna, debidamente instalada con tecnología de punta, institución económicamente sólida, como medio representativo y alternativo en la opinión pública y en el desarrollo regional y a nivel nacional.

**MISIÓN:**

Informar, educar, entretener mediante la promoción de la participación y los valores éticos, fomentar el desarrollo integral y la dignidad humana de la población Regional de Puno.

**OBJETIVOS DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN****OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:**

- ✓ Promover el desarrollo de nuestros pueblos.
- ✓ Incentivar la participación y el diálogo democrático de la población.
- ✓ Difundir y promover los valores morales, éticos.

**OBJETIVO GENERAL:**

- ✓ Informar y educar a la población de la región Puno, promoviendo el desarrollo a través de la participación democrática, revalorando la cultura andina.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Establecer agenda informativa semanal y diaria.
- ✓ Revalorar los idiomas Quechua y Aimara
- ✓ Consolidar el nivel de credibilidad.
- ✓ “Crear sentido” en la población regional.
- ✓ Fortalecer el equipo de prensa y sus capacidades como locución y redacción.

**DESARROLLO DE ACTIVIDADES PERIODÍSTICAS.**

Pachamama radio es un medio de comunicación dispuesto a compartir el camino que llevará a la construcción del bienestar en el ámbito regional.

Este trabajo es el resultado del esfuerzo de manos solidarias y se propone desarrollar espacios de reflexión sobre la problemática de la Región Puno, identificada con las culturas Quechua y Aimara que conviven en armonía, sobreponiéndose a siglos de marginación y pobreza.

“Promover el desarrollo y bienestar de nuestros pueblos”, es un deber de los medios de comunicación masiva para lograr una sociedad donde las iniciativas y propuestas nazcan desde

sus habitantes y se den a conocer a través de espacios que promuevan la participación y el diálogo democrático.

**Descripción Socioeconómica Y Cultural.** Referente a los trabajadores investigados que se investigarán, son profesionales en comunicación social, algunos en otras especialidades de ambos sexos, si fueron preparados en la mayoría en los institutos superiores de formación, tanto de nivel universitario y no universitario.

A continuación, presentamos el cuadro del pernal de IDEAL Pachamama Radio ubicado en la ciudad de Puno.

**Tabla de Personal de Trabajadores de Pachamama Radio**

Asamblea	Carmen Ccaso. Iván Santalla Prieto Guadalupe Manzana. María Choque Monzón. Juan Casasola Cama Mauricio Rodríguez
Director Ejecutivo	María A. Choque Monzón
Administración y Contabilidad	Juan Sotomayor Machaca
Coordinador de Prensa	Edgar Cutipa
Departamento de Producción	Grober CutipaHuarcaya
Departamento de Marketing	Marlene Isabel Choque
Secretaria	Felicitas Velásquez
Logística	Virginia Cuno Cuaquira
Departamento Técnico	Román Condori Quea
Equipo de prensa	Fredy Itusaca Samata Roman Condori Karin Chacon Chino Elias Casasola Liomir Fernandez Herminio Mamani Ramos Mestas Pari Eugenio Franz Mamani Esmeralda Chiri Boris Tapia Jhanet Pilco Walter Escobar Betzabe Baca Ari Roger Condori Mario Quispe Huanca Verónica Chambi Mauricio Flores Llano

*Fuente: Pachamama radio.*

## CAPÍTULO V:

### 6.1. EXPOSICIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos acerca de cómo son las relaciones humanas del personal de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2012, acerca de los niveles de comunicación y la motivación de los trabajadores de dicha institución. Se presenta el análisis descriptivo de cada sección del cuestionario.

En la primera parte del cuestionario se tiene información bio-social, con datos generales como: sexo y edad de los trabajadores de dicha institución.

Luego, se muestra los resultados de los niveles de comunicación como: impersonal, intrapersonal e interpersonal que utiliza a diario los trabajadores para relacionarse entre sí en este medio de comunicación. De la misma manera se trabajó con los tipos de motivación intrínseca y extrínseca considerando las necesidades de auto-realización y de estima, se realiza la interpretación de cada necesidad.

**Datos Sobre el Género y la Edad de los Trabajadores de Pachamama Radio**

*Tabla N° 1 Grupos de género*

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	9	41%
Masculino	13	59%
Total	22	100%

*Tabla N° 2 Cuestionario por grupos de edad*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
40 a Más años	2	9%
30 a 40 años	8	36%
25 a 30 años	9	41%
20 a 25 años	3	14%
Total	22	100%

*Elaboración: propia según la encuesta realizada los trabajadores de Pachamama radio.*

Los resultados sobre el género y la edad son de la siguiente manera, de las 22 personas que representa el (100%) de trabajadores de Pachamama Radio, 9 trabajadores que representa un (41%) son de sexo femenino y 13 personas que presenta un (59%) es de sexo masculino.

Con respecto a la edad se puede apreciar que, de 22 trabajadores, 2 (9%) tiene entre 40 a más años de edad, 8 (36%) de trabajadores responden tener la edad entre 30 a 40 años, 9 (41%) se encuentra entre 25 a 30 años de edad, y 3 (14%) tienen entre 20 a 25 años de edad.

En los cuadros presentados podemos apreciar que un mayor porcentaje de los trabajadores de Pachamama Radio es de sexo masculina, así mismo la mayoría de los trabajadores es joven ya que se encuentra entre 25 a 30 años de edad.

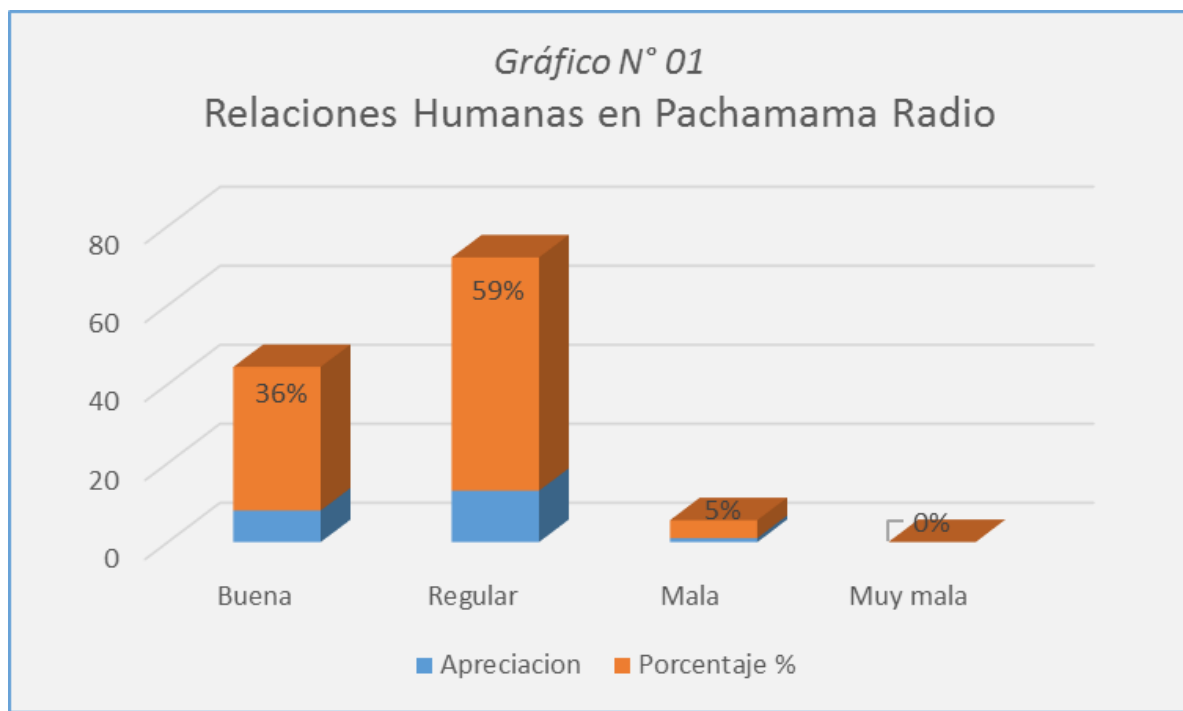


### Relaciones Humanas en Pachamama Radio 2012

Tabla N° 3

Categoría	Apreciación	Porcentaje
Buena	8	36%
Regular	13	59%
Mala	1	5%
Muy mala	0	0%
Total	22	100%

Elaboración: propia según ficha de observación realizada en Pachamama radio.



Elaboración: propia según la ficha de observación desarrollada en Pachamama radio.

**Interpretación:** En la siguiente tabla N° 3, se muestra que el 36% afirman que es buena, en tanto el 59% de los trabajadores de indican que es regular las relaciones humanas en Pachamama Radio, y el 5% responde la categoría mala.

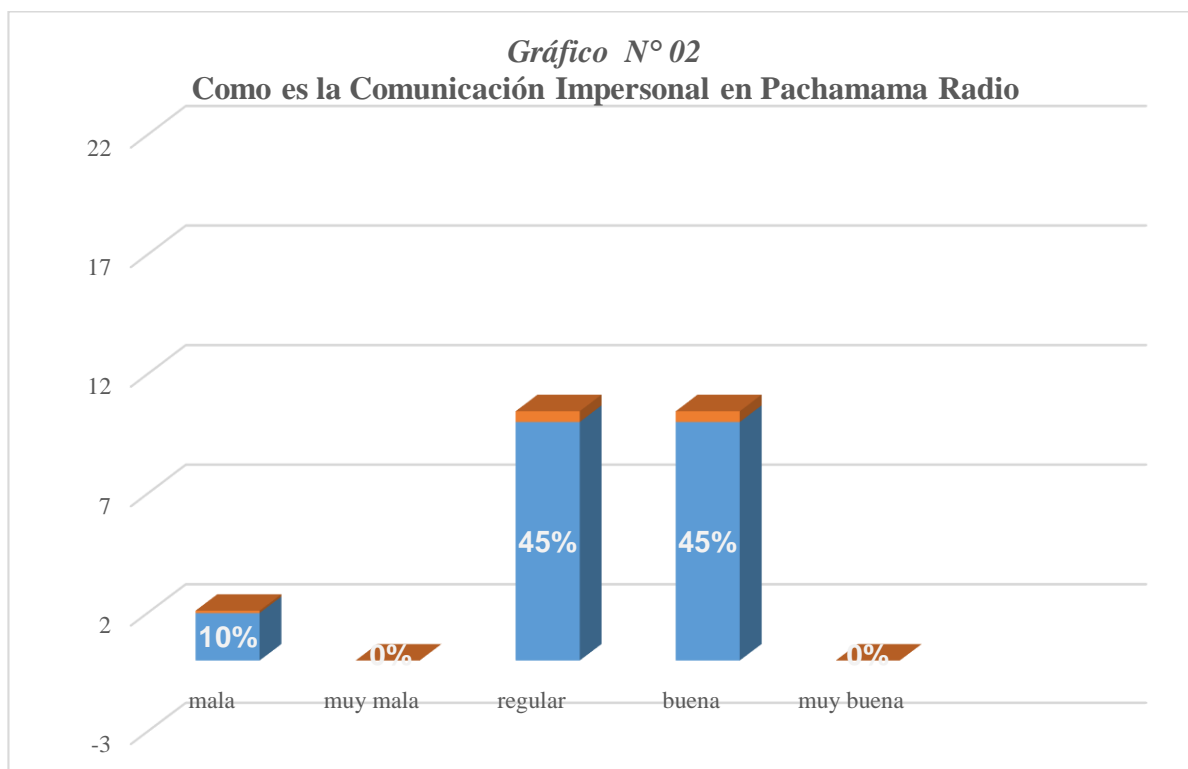
Según el análisis de este cuadro las relaciones humanas entre los trabajadores de este importante medio de comunicación de la ciudad de Puno son positiva, ya que los mismos empleados califican regular y buena las relaciones humanas, pues ella permite asimilar fácilmente las normas culturales de la institución. Según, (Dalton, 2007). Sostiene que las habilidades de relaciones humanas ayudan y aumentan la eficiencia mientras la empresa trata de alcanzar sus objetivos, además de que facilitan adaptarse a los cambios y enfrentarlos. Así mismo, señala que si un empleado que no contribuya el crecimiento y al futuro de la empresa no será un integrante valioso del grupo.

### Como es la Comunicación Impersonal en Pachamama Radio

Tabla N° 4

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy Mala	0	0%
Mala	2	10%
Regular	10	45%
Buena	10	45%
Muy buena	0	0%
	Total 22	100%

Elaboración: propia recolectado a través de la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.



Elaboración: propia según la encuesta aplicada a los trabajadores de Pachamama radio.

**Interpretación:** De acuerdo a la información obtenida, en la tabla N° 04, el 45% de los encuestados responden que la comunicación impersonal es buena, así mismo un 45% de trabajadores afirman que es regular, y finalmente un 10% responden por la categoría mala.

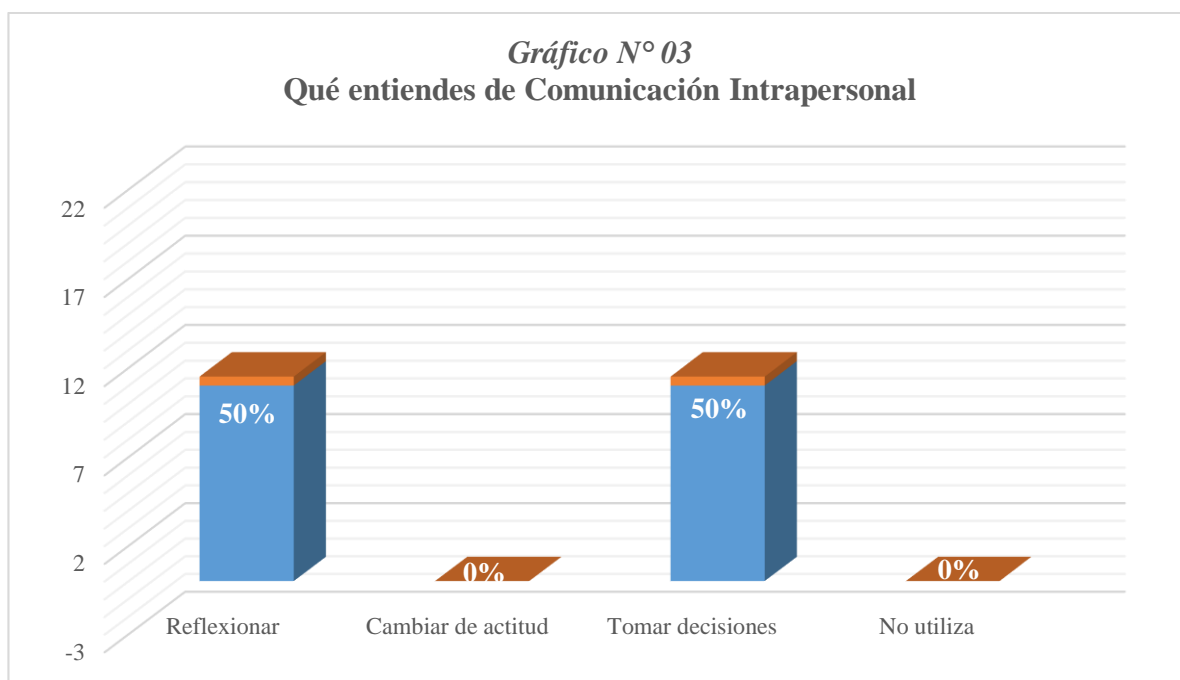
Teniendo la referencia sobre la comunicación impersonal, es el intercambio de frases familiares o automáticas, como: saludos, informar datos, comunicar ideas, pensamientos o juicio de uno mismo. Los trabajadores de Pachamama Radio muestran una percepción positiva con relación a la comunicación impersonal, ya que existe una relación amical, eficiente y fluida que permite mejorar el clima laboral dentro de la institución, pero aún existen un menor porcentaje de los empleados que desconocen el nivel de comunicación que utilizan a diario.

### Qué entiendes de Comunicación Intrapersonal

Tabla N° 05

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Reflexionar	11	50%
Cambiar de actitud	0	0%
Tomar decisión	11	50%
No utiliza	0	0%
	Total 22	100%

Elaboración: propia basado en la encuesta censal al personal trabajadores de P.R.



Elaboración: propia en base a la encuesta aplicada a los trabajadores de Pachamama radio.

**Interpretación:** De acuerdo a los datos expresados en la tabla N° 05, el 50% señalan que la comunicación intrapersonal es reflexionar, y otro grupo de 50% de los trabajadores afirman que es útil para tomar decisiones.

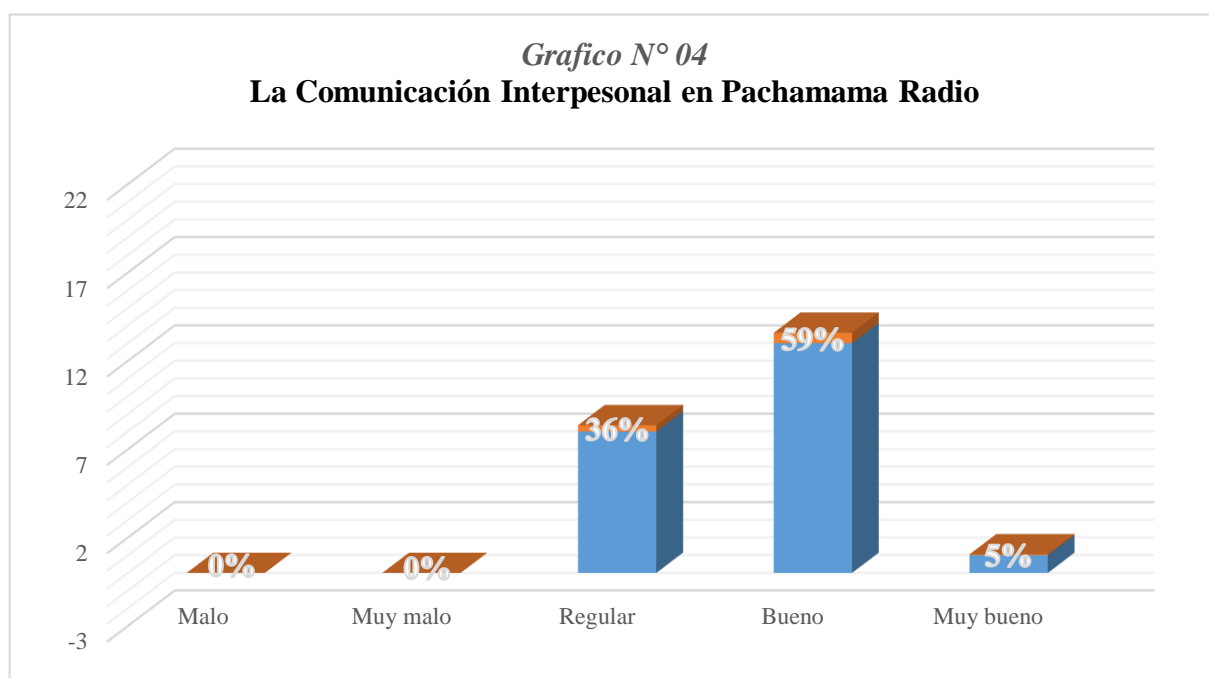
Sabemos que la comunicación intrapersonal es auto concepto, proceso mediante el cual la persona conceptualiza (o categoriza) su conducta, tanto su conducta externa como sus estados internos, a raíz este concepto, podemos señalar que los trabajadores de Pachamama Radio autoconceptulizan los estados externos e internos de las conductas antes de actuar, ellos reflexionan y toman decisiones para mantener una buena relación humana entre compañeros de trabajo, la cual es muy favorable para el clima laboral de la mencionada institución.

### La Comunicación Interpersonal en Pachamama Radio

Tabla N° 06

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Regular	8	36%
Buena	13	59%
Muy buena	1	5%
	Total 22	100%

Elaborado: propia en base a la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.



Elaborado: propia de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los trabajadores de P.R.

***Interpretación:*** Tomando en consideración la información reflejada en la tabla N° 06 y gráfico 05, el 59% de los trabajadores encuestados afirman que es buena la comunicación interpersonal, así mismo un 36% de encuestados califican regular, en tanto un 5% indica que es muy bueno y ninguno de los encuestados responden por la categoría de malo y muy malo sobre ese nivel de comunicación.

Consideramos que la comunicación interpersonal es la forma más primaria, directa y personal de la comunicación. Ella ofrece la oportunidad de que usted y otras personas puedan verse, compartir ideas, etc. Desde esta perspectiva debemos señalar que la comunicación interpersonal de los trabajadores de Pachamama Radio de la ciudad de Puno es positiva, es más ayuda a fortalecer las buenas relaciones humanas entre las personas que laboran en el mencionado medio de comunicación.

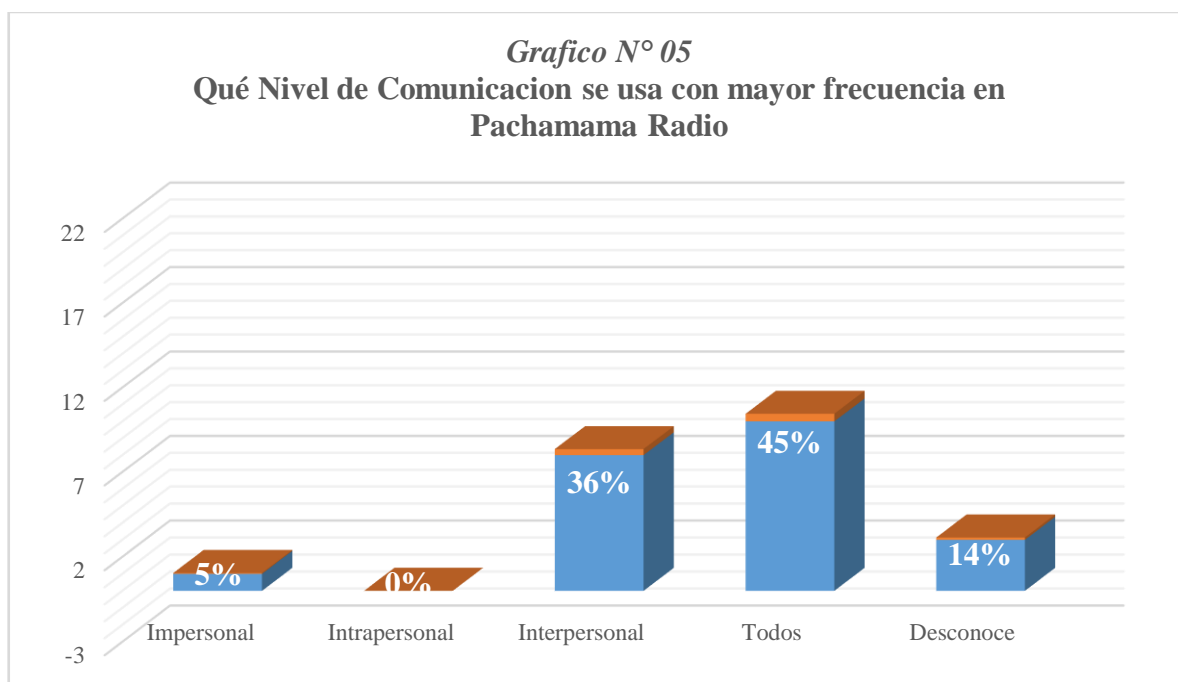


**Qué Nivel de Comunicación se usa con mayor frecuencia en Pachamama Radio.**

*Tabla N° 07*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Impersonal	1	5%
Intrapersonal	0	0%
Interpersonal	8	36%
Todas	10	45%
Desconoce	3	14%
	Total 22	100%

*Elaborado: propia en base a la encuesta censal realizada a los trabajadores de Pachamama radio.*



*Elaboración: propia de acuerdo a los instrumentos aplicadas a los trabajadores de Pachamama radio.*

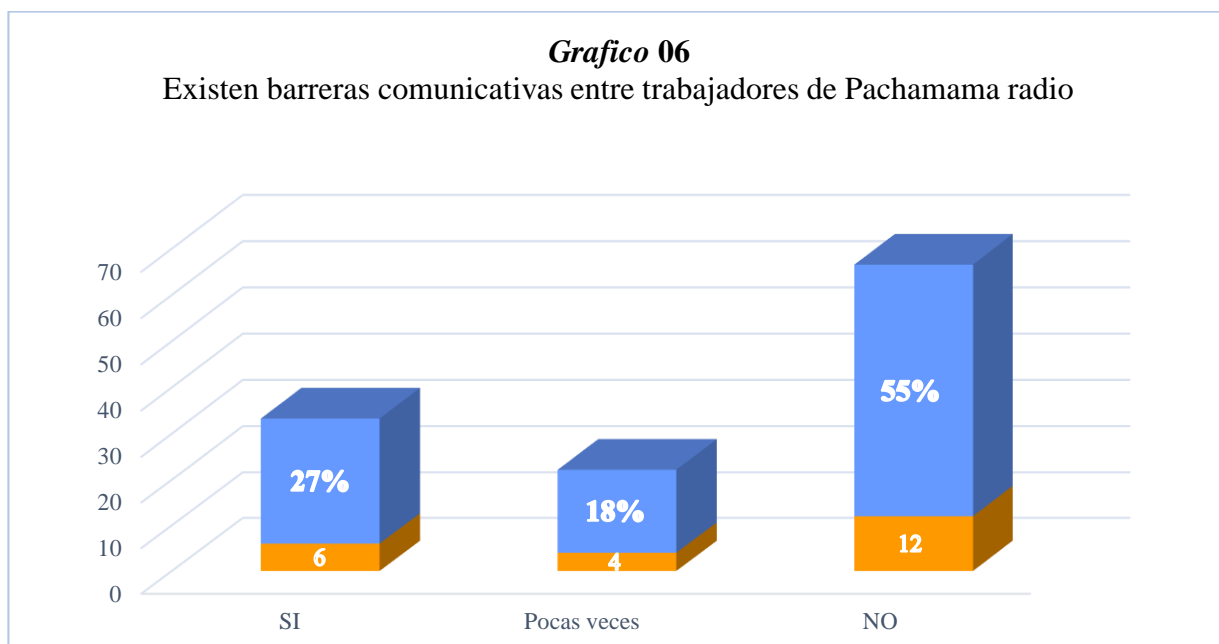
***Interpretación:*** De acuerdo a los datos expresados en la tabla N° 07, el 45% responden que practican los tres niveles de comunicación, en tanto el 36% afirma por la comunicación interpersonal, así mismo el 14% desconoce y un 5% cree que usan la comunicación impersonal. Para Flores (2010), “existen dos grandes niveles de comunicación macro-social y micro-social”. En este caso el estudio realizado se ha utilizado la comunicación micro-social que estudia los fenómenos de comunicación de las instituciones y organizacionales, como pequeños grupos. En la tabla N° 07 se observa claramente que los trabajadores, sí utilizan los niveles de comunicación para establecer una buena relación humana entre compañeros de trabajo. Hay que subrayar que, la comunicación es la circulación del pensamiento en tres niveles: el primero, el unidimensional (consigo mismo); el segundo, el bidimensional (con los otros); y el tercero, el tridimensional (yo con los otros, el contexto y el medio).

**Existen barreras comunicativas entre los trabajadores de Pachamanca Radio**

*Tabla N° 08*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
SI	6	27
Pocas veces	4	18
NO	12	55

*Elaboración: propia en base a la encuesta desarrollada al personal de Pachamama radio.*



*Elaboración: propia según la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.*

**Interpretación:** en la tabla N° 08 se muestra que el 55% de los encuestados optan por la categoría (No), en tanto el 27% de los trabajadores marcan la categoría (Si) y finalmente un 18% de los encuestados marcaron por la opción (Pocas veces).

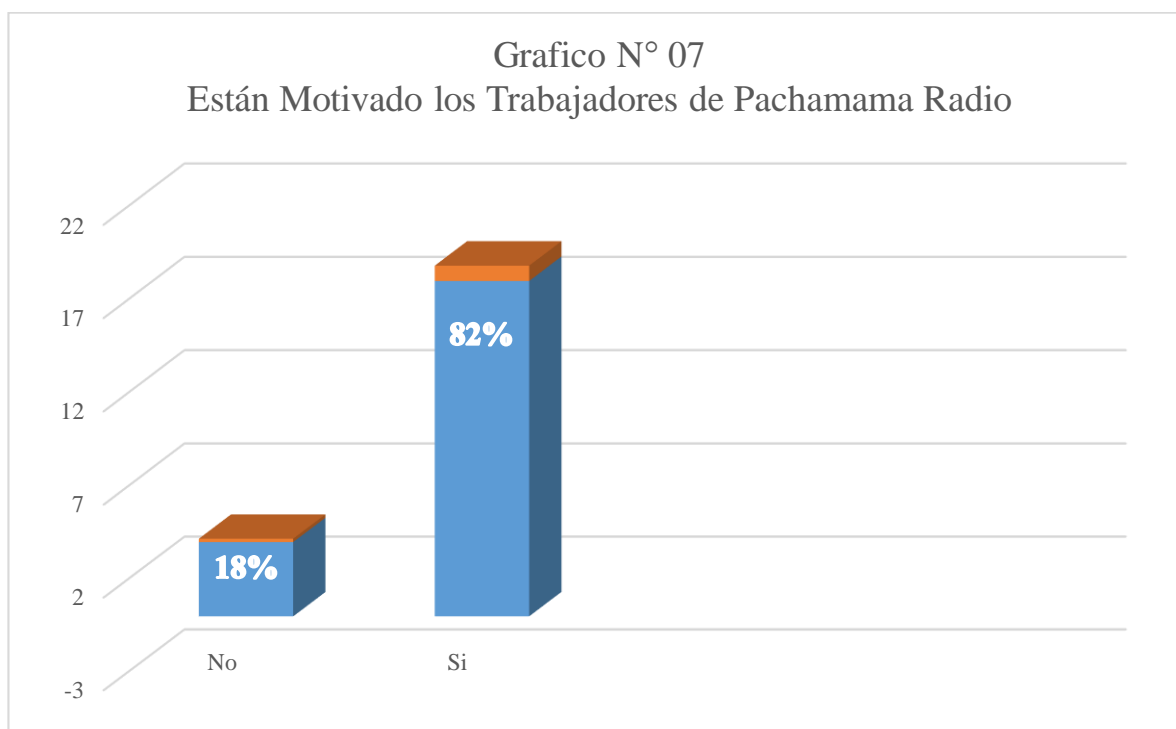
Según la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio, la comunicación es positiva, ya que las barreras comunicativas, no interfieren en las relaciones humanas de este medio de comunicación. Dalton, (2007) en su libro de relaciones Humanas, resalta que una mala comunicación puede ocasionarnos serios problemas en la vida personal y en el trabajo, como: expectativas referentes a los papeles, personalidad, prejuicios, mala organización de las ideas, escuchar en forma deficiente, el aspecto físico y entre otros.

### ¿Están motivados los Trabajadores de Pachamama Radio?

Tabla N° 9

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	82%
No	4	18%
Total	22	100%

Elaboración: propia en base al cuestionario y encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.



Elaboración: propia Según la encuesta aplicada a los trabajadores de Pachamama radio.

**Interpretación.** En la tabla N° 09, se refleja la información que el 82% afirman que están motivados para cumplir con su labor y un 18% señalan no estar motivados.

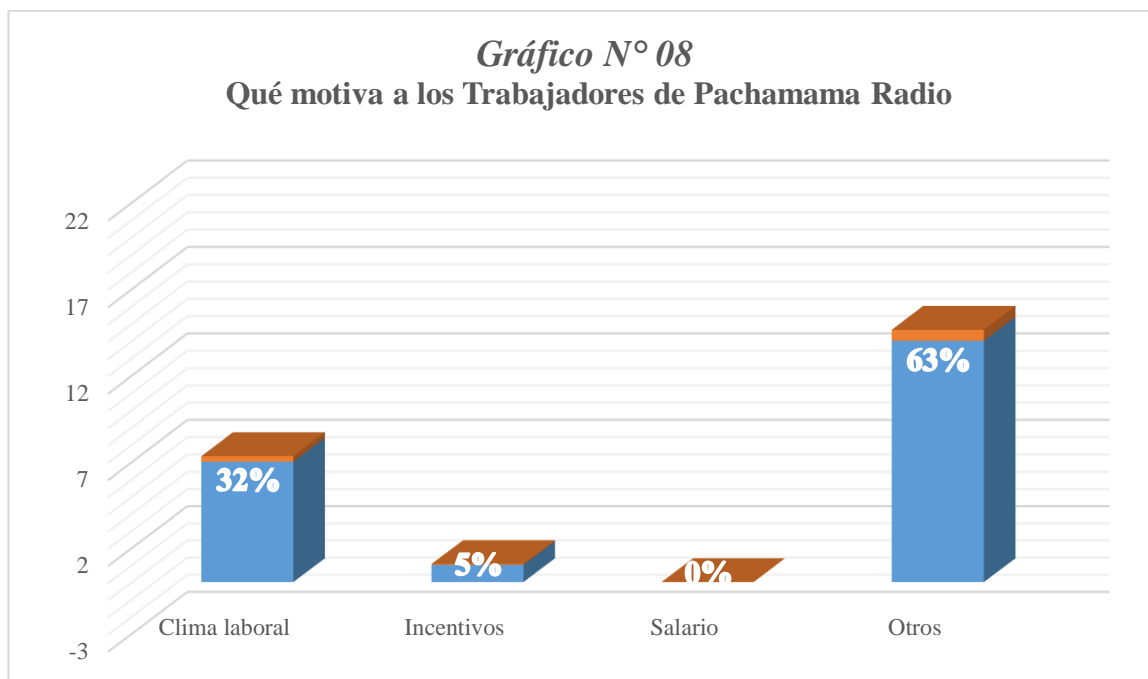
Podemos señalar que hay un porcentaje alto de motivación intrínseca en relación para cumplir con sus labores o tareas en diferentes áreas, la cual es favorable para las buenas relaciones humanas, tal como señala Herzberg que la satisfacción por un trabajo que gusta hacer, auto-reconocimiento, sentimiento de cumplir con la propia responsabilidad, logro personal, desarrollo personal, coincidencia del trabajo con los propios valores o con la propia vocación. Son los factores auténticamente motivadores a largo plazo en el trabajo. Y hay un porcentaje considerable que todavía no se sienten motivados para cumplir con su labor, de hecho, el director de la institución tiene una tarea de trabajar para mejorar la motivación de estos trabajadores.

### ¿Qué motiva a los Trabajadores de Pachamama Radio?

**Tabla N° 10**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
El clima laboral	7	32%
Los incentivos	1	5%
El salario	0	0%
Otros	14	63%
	Total 22	100%

*Elaboración: propia en base a la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.*



*Elaboración: propia según encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.*

**Interpretación.** La información que presenta en la siguiente tabla N° 10, se muestra que el 63% responde por la categoría de **otros** elementos particulares, en tanto un 32% afirman que le motiva el clima laboral, el 5% responde por incentivos y ninguno responde por la categoría de salarios.

Al analizar los datos de este cuadro podemos señalar, que los trabajadores de Pachamama Radio se motivan tanto intrínsecos como extrínsecos con particularidad de cada uno, ya que ellos manifiestan en distinta manera como la vocación, buen trato de los compañeros, el reconocimiento de la audiencia, halagos, el clima laboral, identidad con la emisora, responsabilidad con el público, entre otros. Herzberg señala que la motivación intrínseca es satisfacción por un trabajo que gusta hacer, auto-reconocimiento, sentimiento de cumplir con la propia responsabilidad, logro personal, desarrollo personal, coincidencia del trabajo con los propios valores o con la propia vocación, Son los factores auténticamente motivadores a largo plazo. Ninguno de los encuestados respondió que el salario les motiva, eso muestra que los trabajadores no están conformes con el salario que perciben en esta institución o es viceversa.

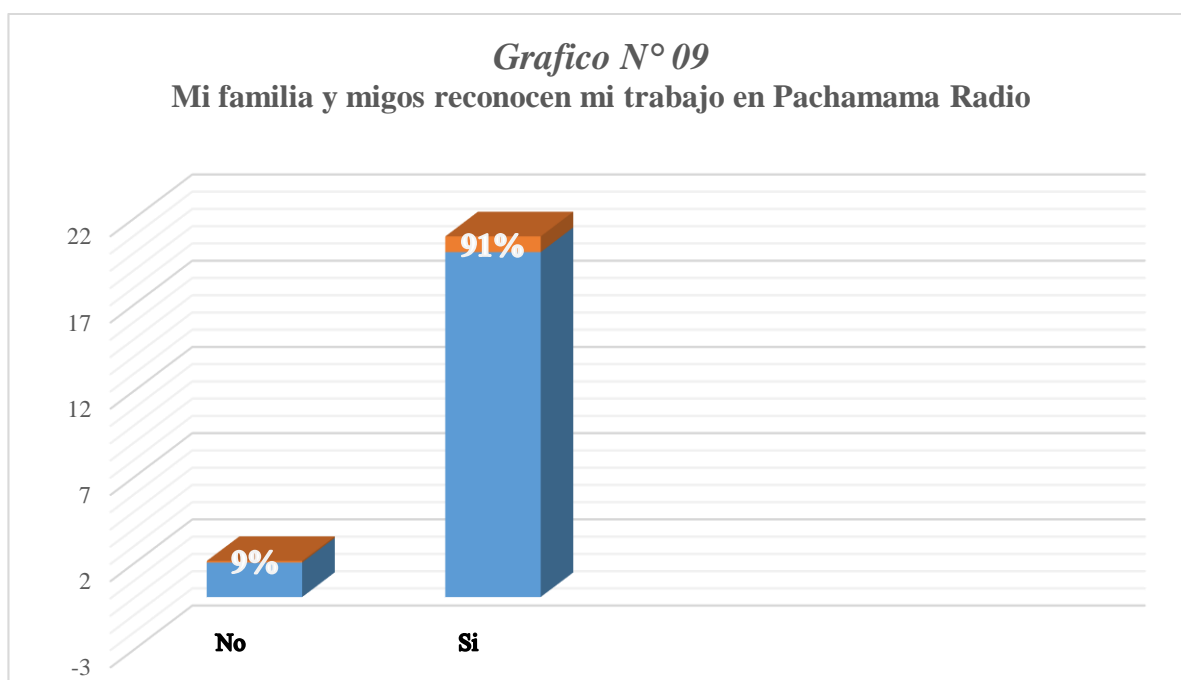


### Mi familia y amigos reconocen mi trabajo en Pachamama Radio

*Tabla N° 11*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	91%
No	2	9%
	Total 22	100%

*Elaboración: propia según la encuesta desarrollada al personal de Pachamama radio.*



*Elaboración: propia según encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.*

**Interpretación.** En la tabla N° 11, se puede observar que el 91% de los encuestados señalan que **Si** reconocen la labor que realizo mis familias y amigos y un 9% responden por la opción **No**.

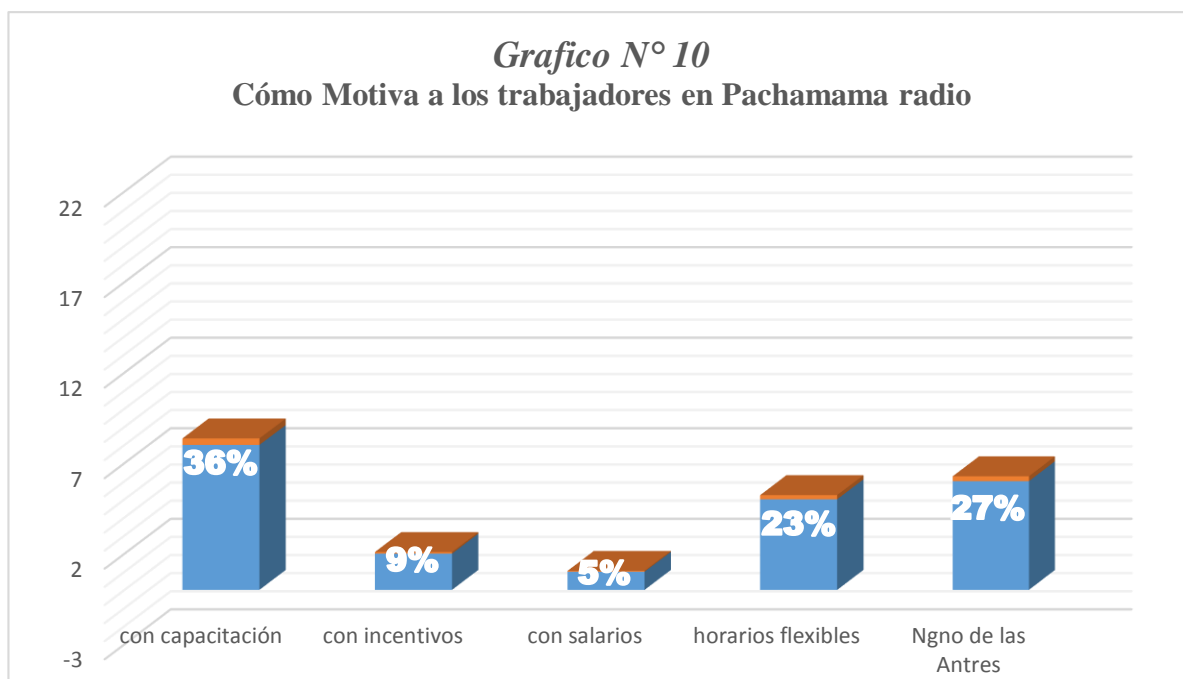
En la teoría Bifactorial de la motivación de Herzberg, señala que los factores extrínsecos satisfacen, principalmente, necesidades super-vivenciales básicas. Los factores intrínsecos satisfacen necesidades típicamente humanas de autorrealización personal. Según este concepto, en el siguiente cuadro hay un porcentaje mayor de los trabajadores encuestados, indican que, su familia y amigos reconocen la labor de su profesión que ejerce como: su esfuerzo, los halagos, el apoyo moral y se identifican con su trabajo, así mismo hace alcance críticas constructivas ello ayuda favorablemente a la motivación extrínseca e intrínseca de los empleados de esta institución. Sin embargo, hay un menor porcentaje de los trabajadores piensan que la familia y personas cercanas no reconocen la labor que cumple.

**¿Cómo Motiva a los Trabajadores en Pachamama radio?**

**Tabla N° 12**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Con capacitaciones	8	36%
Con incentivos	2	9%
Con salarios	1	5%
Con horarios flexibles	5	23%
Ninguno de las anteriores	6	27%
	Total 22	100%

*Elaboración: propia en base a la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.*



*Elaboración: propia según la encuesta realizada a los trabajadores de pachamama radio.*

***Interpretación.*** De acuerdo a los datos obtenidos en la siguiente tabla N° 12, se puede observar que un 36% de los encuestados señalan que la institución les motiva con capacitaciones para cumplir eficientemente con su labor, mientras que el 27% indican ninguna de las anteriores, asimismo el 23% menciona que les motiva con horarios flexibles, en tanto otros 9% responden por incentivos y por último un 5% indican que les motiva con salario.

Herzberg, sostiene que los factores extrínsecos a la tarea realizada: salarios, aumentos de sueldo, promociones, alabanzas y felicitaciones, etc. Es así que los trabajadores de Pachamama Radio manifiestan, la motivación que percibe de la institución es de diferente manera, al observar este cuadro, notamos que hay un porcentaje considerable de 27% de los empleados señala que la institución no les brinda ningún tipo de motivación laboral, lo cual es un punto desfavorable para poder cumplir satisfactoriamente con sus labores.

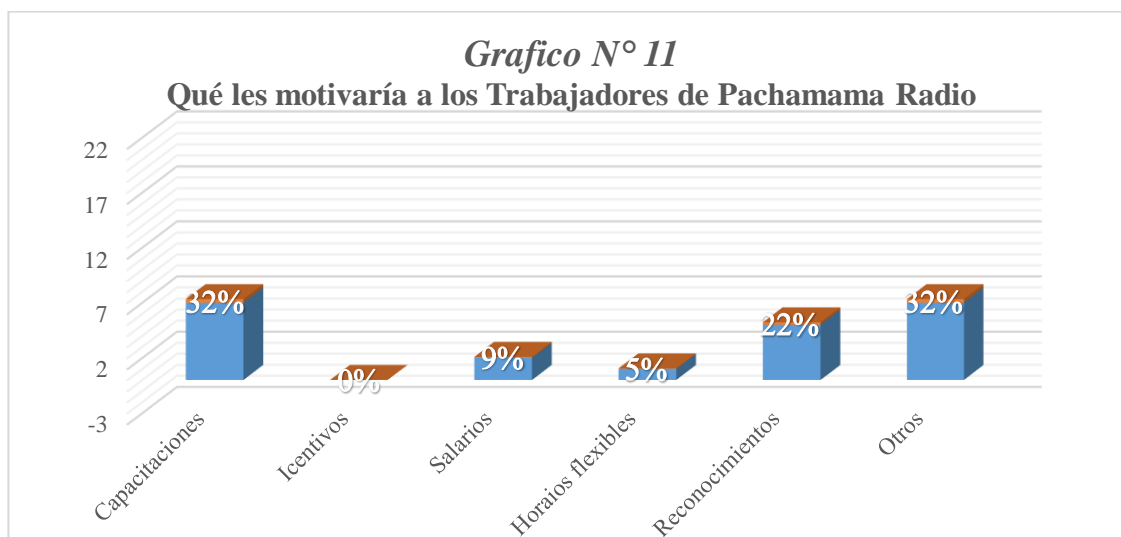
Dalton (2007), afirma que, “si las empresas saben motivar al personal incrementará la productividad además habrá mayor probabilidad de alcanzar nuestras metas personales o profesionales, es la motivación extrínseca a la vez intrínsecas”.

### Qué les motivaría a los Trabajadores de Pachamama Radio

**Tabla N° 13**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Capacitaciones	7	32%
Incentivos	0	0%
Salario	2	9%
Horario flexibles	1	5%
Reconocimientos	5	22%
Otros	7	32%
	Total 22	100%

Elaboración: propia en base a la encuesta realizada a los trabajadores de Pachamama radio.



Elaboración: propia según encuesta aplicada a los trabajadores de Pachamama radio.

***Interpretación.*** De acuerdo a los datos expresados en la tabla N° 13, el 32% de los encuestados señala, que les motivaría las capacitaciones, en tanto un 22% responde por la categoría de reconocimientos, así mismo el 9% optan por mejora de salarios, un tanto de 5% prefieren horarios flexibles y un 32% de los encuestado indican la categoría de otras opciones.

Tal como señala Dalton que “los gerentes deben analizar el tipo de cosas razonables capaces de motivar a sus subordinados, es más indica que bastara capacitar en una habilidad laboral o patrocinar un equipo de futbol”. Cabe señalar que en el siguiente cuadro hay un considerable porcentaje que responden por la categoría de **otras opciones** como las actividades sociales, culturales, ascender en algún cargo, entre otros, todo ello amerita que es muy necesario tanto en la motivación intrínseca y extrínseca para mejorar de las relaciones humanas.

## CONCLUSIONES

**Primero:** En la siguiente investigación, los análisis y datos nos permitieron deducir y justificar que las relaciones humanas en Pachamama Radio es recíproca, en donde se ha podido detectar que el mayor porcentaje de los trabajadores se muestra cómodo con una comunicación liberal dentro del mencionado medio de comunicación social, expresando favorablemente para una buena relación humana.

**Segunda:** El nivel de comunicación de los trabajadores de Pachamama Radio es positiva, los indicadores que fueron considerados por los trabajadores sobre el uso de niveles de comunicación son: “buena y regular”, esto nos da a entender que hay una acertada relación interpersonal e impersonal en este medio de comunicación la cual es una fortaleza objetiva para las buenas relaciones humanas.

**Tercera:** Debemos resaltar, que la motivación intrínseca de los trabajadores de Pachamama radio es positiva, ya que la mayoría de los periodistas que cumplen con su labor en este medio de comunicación son profesionales jóvenes y con vocación a su profesión, eso demuestra una posición objetiva para el mencionado medio de comunicación social, así mismo genera mayores resultados en la productividad de la empresa y a la vez influye en las relaciones humanas. Según (Dalton, 2007). “Motivar al personal incrementará la productividad además habrá mayor probabilidad de alcanzar nuestras metas personales o profesionales”.

## RECOMENDACIONES

**Primera:** Se recomienda a la dirección de Pachamama Radio de la ciudad de Puno, utilice la información del presente estudio para implementar el proceso de gestión de recursos humanos, considerando estrategias orientadas a superar las dimensiones que se encuentran y que son consideradas por los trabajadores como desfavorables o aquellas que tienen respuestas intermedias en las relaciones humanas como: niveles de comunicación y motivación.

**Segunda:** Se recomienda la revisión y el estudio del tema dentro de algún tiempo, con el objetivo de comprobar si los resultados obtenidos en la investigación han sufrido modificaciones o cambios por diferentes causas como el factor tiempo, etc.

**Tercera:** Es recomendable aplicar el estudio en otras instituciones públicas y privadas con la finalidad de comparar los resultados arrojados respecto a las relaciones humanas en el personal de trabajadores.

**Cuarta:** Es preciso recomendar que las consideraciones y los reconocimientos al personal, sea mejorada desde los niveles altos, para mejorar algunas debilidades de cada personal, para que, si sientan motivados en su realización y rendimiento laboral, es necesario la actualización permanente como: capacitaciones, talleres o pasantías que garanticen la calidad del profesional y la satisfacción del mismo.



## BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- ABARCA, Ramón R. (2009), Los Medios de Comunicación: Constructores de Educación Universidad de México (UDEM) San Cristóbal de las Casas – Diciembre.  
<https://www.google.com.pe/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=los+medios+de+cumunicacion+de+abarca+ramon>.
- ALVARES, Shirley. (2001). La Cultura y la Clima Organizacional como Factores Relevantes en la Eficacia del Instituto de Oftalmología. Lima.
- BARRERA, Raul (2013). Revista de calases historia, conceptos de cultura, definiciones, debates y usos sociales. Edición febrero. Barcelona.  
[file:///C:/Users/WIN7/Downloads/Dialnet-ElConceptoDeLaCultura-5173324%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/WIN7/Downloads/Dialnet-ElConceptoDeLaCultura-5173324%20(1).pdf)
- BRECHT, Berttold. (2003), Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Teorías de la radio Vol.V, n.2, Mayo/Ago.  
[Http://www.vivalaradio.org/medios comunicacion /PDFs/MEDIOS\\_reflex2\\_brecht](Http://www.vivalaradio.org/medios%20comunicacion/PDFs/MEDIOS_reflex2_brecht).
- CONDORI, Leonardo. (2009). Las relaciones humanas de los docentes y su relación con el clima institucional de la I.E.S. N° 32. Puno.
- CHIAVENATO, Idalberto. (2004), Introducción a la Teoría General de la Administración. Quinta Edición, Editorial McGraw-Hill Latinoamericana, S.A., Bogota D.E. Creatividad (monografía) Universidad de León de España 2008
- DALTON DAWN G, MARIE. HOYLE Y MARIEW. MATTS (2007), Relaciones Humanas Tercera Edición Impreso México.
- FLORES, Julia. (2010), La Comunicación Humana. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Monografía.  
<http://www.ingenieria.uaslp.mx/Documents/Apuntes/HUMANIDADES%20B.pdf>
- GUTIEREZ MORENO, María C. PIEDRAHITA, CARLOS A. (2005), El Cambio Organizacional y las Experiencias Emocionales de las Personas Universidad Antioquia De Colombia.
- HERNANDEZ, Marvin A. (2008). Las Comunicaciones interpersonales como herramienta para sinergia en la cultura organizacional.  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_0676.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0676.pdf)

- HUMPIRI, Beatriz. (2002). Las Relaciones Humanas entre el Personal Docente, Administrativo y Director de CES. San Andrés. Distrito Atuncolla –Puno.
- LUGO, Elienny. SANTIL, Juan. (2004-05). Lineamiento para mejorar las Relaciones Humanas en el Departamento de la Administración. Maturin - Munagas Venezuela.
- MENDOZA, Alejandro. Martínez, Ana Lilia. Pérez, Zara. (2009) Las Relaciones Humanas y la Inteligencia Emocional, Mexico.  
<http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/4584/1/RELACIONESHUMANAS.pdf>
- NORIEGA G, María G. (2008), La importancia del liderazgo en las organizaciones edición volumen 12 diciembre 2008.
- OLIVA, Sor Edith. (2001), Relaciones Humanas entre el personal docente y directores que laboran en Colegios Católicos del Área Metropolitana Universidad Francisco Marroquin de Guatemala 2001.
- PEÑARRIETA, Licely. (2001). La Comunicación de Chat y las Nuevas Relaciones Humanas de los Jóvenes de la Ciudad de Puno.
- PUGA, Lucia. (2008). Relaciones Interpersonales en un grupo de Niños que reciben Castigo Físico y Emocional. Lima.
- RAMOS, Gloria Edhit. TRIANA, Martha. (2007), Escuela de Relaciones Humanas y su Aplicación en una Empresa de Telecomunicaciones Universidad Tecnológica de Pereira mayo 2007.
- RIZO GARCÍA, Marta. (2006), La Interacción y la Comunicación desde los Enfoques de la Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Universidad Autónoma Edición en México.
- ROBBINS, Stephen. (2003), Comportamiento Organizacional Editorial Prenteci Hall Mexico Octava Edición.
- CABRERA, K. (2010). Trabajo de Motivación.  
[http://www.academia.edu/6055957/MARCO\\_TEORICO\\_DE\\_TRABAJO\\_DE\\_MOTIVACION](http://www.academia.edu/6055957/MARCO_TEORICO_DE_TRABAJO_DE_MOTIVACION) <http://es.calameo.com/read/001471552d2c477897d8f>
- <http://hmontielc.wikispaces.com/file/view/TALLER+DE+COMUNICACION+ORAL.pdf>

# ANEXO

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	INDICADORES	SUBINDICADORES	INSTRUMENTOS
<p><b>General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo son la relación humana del personal de Pachamama radio de la ciudad de Puno 2012?</li> </ul> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué niveles de comunicación se practican entre los trabajadores de Pachamama radio?</li> <li>¿Qué tipo de motivación laboral se da a los trabajadores de Pachamama</li> </ul>	<p><b>General:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar las relaciones humanas personal Pachamama radio de la ciudad de Puno 2012.</li> </ul> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificarlos niveles de comunicación entre los trabajadores de Pachamama radio.</li> <li>Determinar los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama <b>radio</b></li> </ul>	<p><b>General:</b> Las relaciones humanas del personal de pachamama radio de la ciudad de Puno es reciproca según los factores que se presenta para mantener el clima laboral favorable.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel de comunicación de los trabajadores de Pachamama radio es de acuerdo a las necesidades laborales que se cumplen indistintamente.</li> <li>Los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio que se da es relativamente intrínseca y extrínseca según las aspiraciones individuales.</li> </ul>	<p>Las relaciones humanas del personal de Pachamama radio de la ciudad de Puno 2012.</p>	<p>Niveles de comunicación.</p> <p>Tipos de motivación laboral.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intrapersonal</li> <li>Impersonal</li> <li>Interpersonal</li> </ul>	<p><b>Encuesta:</b> Cuestionario</p> <p><b>Observación:</b> Guía de observación</p>

Ficha de observación de las relaciones humanas de Pachamama radio

Criterios de observación	Valoración			
	1	2	3	4
<b>I ¿Cómo son las relaciones humanas en Pachamama radio?</b>				
<b>II ¿Conoce los niveles de comunicación los trabajadores?</b>				
<b>III ¿Cómo es la motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio?</b>				
<b>Sumatoria parcial</b>				
<b>Sumatoria total</b>				

### Escala de valoración

- a) Buena (puntos 1)
- b) Muy buena (puntos 2)
- c) Regular (puntos 3)
- d) Mala (puntos 4)
- e) Muy mala (puntos 5)

**EL SIGUIENTE CUESTIONARIO ES PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN SOBRE RELACIONES HUMANAS EN PACHAMAMA RADIO, DICHO RESULTADO AYUDARA AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DEL INTERESADO, SUPlico SU SINCERIDAD EN LA RESPUESTA. GRACIAS**

**SEXO:** (F) (M)

**EDAD:** de (20-25), (25-30), (30-40) y de (40 a mas)

**1.- ¿Cómo es la Comunicación Impersonal en Pachamama Radio?**

- a) Mala
- b) Muy mala
- c) Regular
- d) Buena
- e) Muy buena

**2.- ¿Qué entiendes de la comunicación intrapersonal?**

- a) Reflexión
- b) Cambio de actitud
- c) Toma de decisión
- d) No utiliza
- e) Porque: .....

**3.- ¿Cómo es la Comunicación Interpersonal en Pachamama Radio?**

- a) Mala
- b) Muy mala
- c) Regular
- d) Buena
- e) Muy buena

**4.- ¿Qué nivel de comunicación de usa con mayor frecuencia en Pachamama Radio?**

- a) Impersonal
- b) Intrapersonal
- c) Interpersonal
- d) Todas las anteriores
- e) No se
- f) Porque: .....

**5.- ¿Existen barreras comunicativas entre los trabajadores de Pachamama Radio?**

- a) SI
- b) NO
- c) Porque: .....

**6.- ¿Están motivados los trabajadores de Pachamama Radio?**

- a) SI
- b) NO
- c) porque: .....

**7.- ¿Qué le motiva más de su trabajo?**

- a) El clima laboral
- b) Los incentivos
- c) El salario
- d) Otros.....

**8.- ¿Mi familia y amigos reconoce la labor que realizo en Pachamama Radio?**

- a) No
- b) Si
- c) Porque: .....

**9.- ¿Cómo les motiva a los trabajadores en Pachamama Radio?**

- a) Con Capacitaciones
- b) Con Incentivos
- c) Con Salarios
- d) Con horarios flexibles
- e) Ninguna de las anteriores

**10.- ¿Qué le motivaría a usted para seguir trabajando en Pachamama Radio?**

- a) Mas Capacitaciones
- b) Incentivos
- c) Aumento de Salarios
- d) Horarios flexibles
- e) Reconocimientos
- f) Otros,
- g) como: .....