

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**RELACIONES INTERPERSONALES DE LOS EMPLEADOS DE  
PACHAMAMA RADIO-2018**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. RIGOBERTO CCAMA CCAHUANIHANCCO.**

**Bach. RAUL SABINO HUARSAYA HUARSAYA.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**PUNO – PERÚ**

**2019**

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

**RELACIONES INTERPERSONALES DE LOS EMPLEADOS DE  
PACHAMAMA RADIO-2018**

TESIS PRESENTADA POR:

**Bach. RIGOBERTO CCAMA CCAHUANIHANCCO**

**Bach. RAUL SABINO HUARSAYA HUARSAYA**

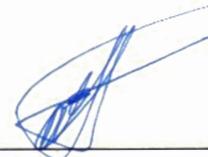


**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

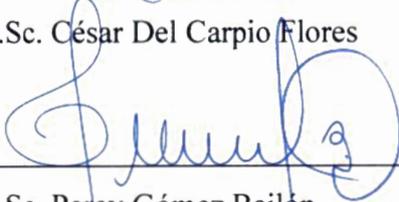
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**APROBADA POR JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**

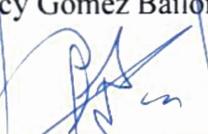
**PRESIDENTE:**

  
\_\_\_\_\_  
M.Sc. César Del Carpio Flores

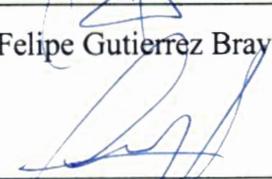
**PRIMER MIEMBRO:**

  
\_\_\_\_\_  
M.Sc. Percy Gómez Bailón

**SEGUNDO MIEMBRO:**

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Felipe Gutierrez Brayo

**DIRECTOR / ASESOR:**

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Romel Alfredo Montesinos Condo

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Relaciones Públicas**

**SUB LÍNEA: Relaciones interpersonales entre trabajadores**

**FECHA DE SUSTENTACIÓN: 13 DE JUNIO DEL 2019**

**DEDICATORIA**

*El presente trabajo está dedicado a mi familia por haber sido mi soporte a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.*

**RIGOBERTO**

*Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia. Mi madre y hermanos, por ser los principales promotores de mí sueño, por confiar y creer en mi expectativa, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.*

**RAUL**

## **AGRADECIMIENTO**

*El reconocimiento especial a mis padres que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando se presentaron percances en mi vida.*

*Asimismo, agradezco infinitamente a mis Hermanos que en todo momento estuvieron junto a mí.*

*De igual forma, agradezco a mi Director de Tesis, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo. A los Profesores que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichoso y contento.*

### **RIGOBERTO**

*A mi madre por su paciencia a mis hermanos por su apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento y a toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona de una y otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas, con mucho esfuerzo me han permitido llegar a cumplir un sueño más gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, valentía de no temer las adversidades.*

### **RAUL**

**ÍNDICE GENERAL**

RESUMEN .....	9
ABSTRACT.....	10

**CAPITULO I****INTRODUCCIÓN**

1.1. Planteamiento del Problema. ....	12
1.2. Justificación. ....	13
1.3. Objetivo de la Investigación .....	14
1.3.1. Objetivo General	14
1.3.2. Objetivos Específicos	14

**CAPÍTULO II****REVISIÓN DE LITERATURA**

2.1. Breve historia sobre la importancia de las relaciones humanas en las organizaciones o empresas. ....	15
2.2. La Comunicación.....	18
2.3. Niveles de la Comunicación .....	27
2.3.1. Intrapersonal.	27
2.3.2. Interpersonal	28
2.3.3. La comunicación grupal	28
2.3.4. Importancia De La Comunicación	29
2.3.5. Las Relaciones Humanas	31
2.3.6. Las Relaciones Interpersonales	33
2.3.7. Características de las Relaciones Interpersonales	39
2.4. Factores que Interfieren en las Relaciones Interpersonales .....	41
2.5. El Ámbito de las Relaciones Interpersonales.....	43
2.6. El Clima Laboral y las Relaciones Interpersonales .....	44
2.7. La Motivación en el Desempeño Laboral .....	46
2.8. Formas de Motivación Laboral.....	48
2.9. Conflictos.....	53
2.10. Tipos De Conflictos .....	53
2.11. Resolución de Conflictos .....	54
2.12. Hipótesis de la Investigación. ....	55
2.12.1. Hipótesis General	55

2.12.2. Hipótesis Específicos	55
-------------------------------	----

### **CAPÍTULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1. Ubicación Geográfica del Estudio .....	57
3.2. Periodo de Duración del Estudio. ....	57
3.3. Metodología de la Investigación.....	57
3.3.1. Tipo de Investigación	57
3.3.2. Dimensiones	57
3.3.3. Unidad de análisis.	58
3.3.4. Unidad de observación	58
3.4. Población y Muestra .....	58
3.4.1. Población.	58
3.4.2. Muestra.	60
3.5. Técnicas e Instrumentos.....	60
3.5.1. Técnicas:	60
3.5.2. Instrumentos	60

### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. Análisis de Interpretación de Resultados de Investigación.....	61
CONCLUSIONES .....	92
RECOMENDACIONES.....	93
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	95
ANEXO .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Personal de Pachamama. ....	58
Tabla 2. Características de la muestra según sexo.....	61
Tabla 3. Características de la muestra según edad.....	62
Tabla 4. Características de la muestra según condición laboral .....	64
Tabla 5. Características de la muestra según tiempo de labor en Pachamama Radio. ...	65
Tabla 6. Valoración de la comunicación interpersonal entre los trabajadores de Pachamama Radio. ....	67
Tabla 7. Tipo de comunicación que se da entre los trabajadores de Pachamama Radio	69
Tabla 8. Comunicación entre trabajadores de Pachamama Radio.....	71
Tabla 9. Barreras Comunicacionales Entre Trabajadores De Pachamama Radio .....	73
Tabla 10. Medios de información que se emplea entre trabajadores de Pachamama Radio.....	74
Tabla 11. Valoración del clima laboral entre trabajadores de Pachamama Radio .....	76
Tabla 12. Ocurrencias de situaciones de labor entre trabajadores de Pachamama Radio. .....	77
Tabla 13. Existencia de sistemas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama Radio. ....	79
Tabla 14. Formas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama radio.....	81
Tabla 15. Políticas de mejora y estimulación a los trabajadores de Pachamama Radio. 83	
Tabla 16. Problemas interpersonales entre trabajadores de Pachamama Radio .....	85
Tabla 17. Tratamiento para la solución de problemas entre trabajadores de Pachamama Radio.....	87
Tabla 18. Acciones que se deberían implementar para mejorar el trabajo individual en Pachamama Radio .....	89

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formas de motivación (Mayra <i>et al.</i> , 2014) .....	48
Figura 2. Características de la muestra según sexo. ....	61
Figura 3. Características de la muestra según edad. ....	63
Figura 4. Características de la muestra según condición laboral .....	64
Figura 5. Características de la muestra según tiempo de labor en Pachamama Radio ...	66
Figura 6. Valoración de la comunicación interpersonal entre los trabajadores de Pachamama Radio .....	68
Figura 7. Tipo de comunicación que se da entre los trabajadores de Pachamama Radio .....	70
Figura 8. Comunicación entre trabajadores de Pachamama Radio.....	71
Figura 9. Barreras Comunicacionales Entre Trabajadores De Pachamama Radio.....	73
Figura 10. Medios de información que se emplea entre trabajadores de Pachamama Radio.....	75
Figura 11. Valoración de clima laboral entre trabajadores de Pachamama Radio .....	76
Figura 12. Ocurrencias de situaciones de labor entre trabajadores de Pachamama Radio .....	78
Figura 13. Existencia de sistemas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama Radio .....	80
Figura 14. Formas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama radio. ....	82
Figura 15. Políticas de mejora y estimulación a los trabajadores de Pachamama Radio	84
Figura 16. Problemas interpersonales entre trabajadores de Pachamama Radio.....	86
Figura 17. Tratamiento par a la solución de problemas entre trabajadores de Pachamama Radio.....	88
Figura 18. Acciones que se deberían implementar para mejorar el trabajo individual en Pachamama Radio .....	90

## RESUMEN

En una sociedad como la nuestra diversa culturalmente, etc, los medios de comunicación desempeñan un rol importante, más aún si es una radioemisora, frente a ello consideramos que su función es influyente en la comprensión de nuestra realidad social, cultural que posteriormente permiten tomar decisiones a los componentes de nuestra sociedad. En nuestro medio la radio, como medio desarrolla procesos de información hacia la diversidad de oyentes que existe en nuestra Región de Puno, concretamente Pachamama Radio, es un medio de comunicación orientado a desarrollar procesos de integración, socialización, educación e información a través de la sistematización de programas diversos que requieren la participación de un personal consciente de tales funciones. Pero en la acción laboral se aprecian aciertos y desaciertos los cuales no son superados a plenitud por parte del cuerpo directivo o a través de las predisposiciones de las personas involucradas para solucionar los conflictos o desavenencias laborales. Es por ello que, en el presente estudio, desarrollado en el presente año 2019 tenemos como objetivo analizar las relaciones interpersonales identificando los niveles de comunicación que se establecen entre los empleados, del mismo modo determinar los tipos de estímulo o motivación laboral que se implementan en esta radio emisora. De otro lado, en el desarrollo de la investigación se empleó el método descriptivo, que permitió identificar las variables de cada componente de estudio y luego efectuar una descripción explicativa de las unidades de investigación. La sistematización de la información posibilitó constatar que las relaciones interpersonales entre los empleados de la radio no son las más adecuadas y que estas influyen en las funciones individuales y grupales; del mismo modo los niveles de comunicación que se configuran entre los trabajadores de Pachamama Radio no son concordantes con las necesidades laborales y las funciones que desempeñan los trabajadores de radio. En cuanto a las motivaciones intrínsecas y extrínsecas que poseen influencia directa en las aspiraciones laborales de los empleados de Pachamama Radio, estas no son las más adecuadas, es importante motivar y estimular permanentemente a los empleados para el logro de metas y objetivos que tiene la radio.

**Palabras Clave:** Motivación laboral, Relaciones interpersonales, Radioemisora, tipos de comunicación.

## ABSTRACT

In a society such as ours culturally diverse, etc., the media play an important role, even more so if it is a radio station, in the face of this we consider that its function is influential in the understanding of our social, cultural reality that later allow us to make decisions to the components of our society. In our medium, radio, as a medium, develops information processes towards the diversity of listeners that exists in our Region of Puno, specifically Pachamama Radio, is a means of communication aimed at developing processes of integration, socialization, education and information through the systematization of diverse programs that require the participation of a staff aware of such functions. But in the labor action we can see successes and failures which are not fully overcome by the management body or through the predispositions of the people involved to resolve conflicts or labor disagreements. That is why in this study, developed in the current year 2019 we aim to analyze interpersonal relationships by identifying the levels of communication that are established among employees, in the same way determine the types of stimulus or work motivation that are implemented in this radio station. On the other hand, in the development of the research the descriptive method was used, which allowed identifying the variables of each study component and then making an explanatory description of the research units. The systematization of the information made it possible to verify that the interpersonal relations between the employees of the radio are not the most adequate and that these influence the individual and group functions; In the same way, the levels of communication that are configured among Pachamama Radio workers are not consistent with the work needs and the functions performed by radio workers. Regarding the intrinsic and extrinsic motivations that have a direct influence on the work aspirations of the employees of Pachamama Radio, these are not the most appropriate, it is important to constantly motivate and encourage employees to achieve the goals and objectives of the radio.

**Key Words:** Interpersonal relationships, motivation labored, radio, types of communication.

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

La sociedad actual se dinamiza a través de la fluidez de mensajes de los grandes medios de comunicación social, en ella la radio desarrolla, cumple funciones muy importantes de tal forma que los oyentes tengan una lectura de la realidad que le circunda, en el Perú concretamente en nuestra región Puno, las empresas de radiodifusión deben de tener una base de recursos humanos eficiente, la organización en ese nivel adquiere singular trascendencia, puesto que depende de los sistemas comunicación.

Por ello es importante el presente estudio donde se determina las características de las relaciones interpersonales que se dan entre los empleados de Pachamama radio, en razón que consideramos de trascendencia que una organización radial, debe contar con un equipo de trabajo consciente del logro de los fines, metas y objetivos como medio de comunicación, puesto que si obedecemos a las funciones que tiene una radioemisora las cuales se traducen en informar, educar y socializar, es indispensable que los empleados reflejen tales perfiles institucionales.

Desde luego que para el logro de esas finalidades. El proceso de capacitación y actualización en materia radial es indispensable, los cuales se pueden implementar a modo de estímulo laboral, asignaciones de nuevas responsabilidades a modo de promoción laboral. En el fondo lo que se persigue es la mejora del personal en cuanto a remuneraciones que le posibilitan satisfacer sus necesidades como persona o familia, y estar en mejores condiciones de laborar en la radioemisora, dentro de un clima adecuado, motivante y afectivo.

### 1.1. Planteamiento del Problema.

Para algunos autores 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 las grandes empresas muchas veces este tipo de inconvenientes pasa por alto, ya que las grandes organizaciones tienen una cultura organizacional tan fuerte que pueden disminuir el impacto de aquellos recursos que presentan este tipo de comportamiento. 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.

Algunos empleados no logran fortalecer esta área tan importante provocada en muchas ocasiones por: la posición que desempeña donde se requiere cierta habilidad, conocimiento que puede ser difícil de reemplazar o por el gran curriculum que tiene sobre sus hombros. Algunas empresas han logrado minimizar el impacto negativo que les puede presentar este personal aislandolo en un área donde no afecte la interacción del equipo de trabajo y manteniéndolo como un empleado sumamente técnico con altos beneficios que lo mantengan motivado. Para lo cual planteamos los siguientes objetivos; identificar los niveles de comunicación entre los trabajadores de Pachamamaradio de la ciudad de Puno-2018. Después, determinar los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio –2018. Es por ello que se planearon las siguientes interrogantes que fueron absueltas en el presente trabajo de investigación.

1.- ¿Cuáles son las relaciones interpersonales entre los empleados de Pachamama Radio – 2018?

2.- ¿Cuáles son los niveles de comunicación entre los trabajadores de radio Pachamama

de la ciudad de Puno-2018?

3.- ¿Qué tipos de tipos de motivación laboral se implementan para los trabajadores de radio Pachamama – 2018?

## **1.2. Justificación.**

En los medios de comunicación las relaciones interpersonales son fundamentales, ya que estas también son empresas privadas o públicas; el clima laboral se refleja en la producción, difusión de sus programas, además en el desenvolvimiento del personal con la sociedad y los compañeros de trabajo de su entorno laboral y social.

La mala relación interpersonal entre empleados, produce una inestabilidad emocional en los trabajadores, jefes y ello conlleva a que se rompa la confianza entre ellos, que se refleja al momento de la atención a los visitantes, lo cual hace que el medio donde laboran pierda credibilidad y prestigio, ello se refleja en la medición del nivel de audiencia que se realiza a nivel nacional.

En Pachamama Radio, se evidencia que las relaciones interpersonales son deficientes, desde las jefaturas, hasta los empleados, ello se refleja en el comportamiento que muestran al momento del saludo, y la atención a la población que visita a diario; además recientemente se ha publicado notas periodísticas donde se señalan que hay despidos arbitrarios, y hostigamiento laboral de parte del director de esta empresa radial hacia sus empleados y ello ocasiona una inseguridad en la totalidad de sus trabajadores, que en gran parte son comunicadores sociales y periodistas con formación profesional.

Es necesario destacar que cada individuo es una mezcla compleja de pensamientos, sentimientos, actitudes, percepción e interrelaciones. Aunado a esto se debe tomar en cuenta, que dentro de los procesos sociales se da con mucha frecuencia la competencia, conflictos y obstrucciones. Estos elementos, entre otros, permiten concluir que no es fácil que el recurso humano mantenga relaciones armoniosas entre sí.

Conocer las relaciones humanas es fundamental para que las organizaciones logren sus objetivos a través de la combinación de las capacidades y los recursos individuales de las personas que la integran; por lo tanto, es necesario promover y conservar excelentes relaciones humanas que permitan incrementar la productividad y crear un clima laboral favorable para el funcionamiento efectivo de la institución.

En la presente se considera importante la siguiente investigación a un medio de comunicación de alcance regional (Radio Pachamama), se pretende dar un aporte a la mejora de las relaciones humanas en dicha institución, disminuir algunos conflictos de la institución, lograría crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basadas en reglas aceptadas por todos, y fundamentalmente respeto de la personalidad humana; además permitiría mejorar la comunicación verbal, escrita, gestual y las relaciones humanas.

### **1.3. Objetivo de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

- Analizar las relaciones interpersonales de los empleados de Pachamama Radio – 2018.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los niveles de comunicación entre los trabajadores de Pachamama radio de la ciudad de Puno-2018.
- Determinar los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio – 2018.

## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### **2.1. Breve historia sobre la importancia de las relaciones humanas en las organizaciones o empresas.**

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 máquina a vapor que revolucionó el trabajo al ofrecer una fuente barata de energía para el funcionamiento de las fábricas. En la década de 1800, Estados Unidos entró 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 et al. (2007), los directores de las plantas comprendieron que necesitaban manejar la conducta de los trabajadores para incrementar la productividad. Así nacieron los estudios de la administración y de las relaciones con el personal. Dada la amplitud de las empresas y las mayores expectativas de los trabajadores, las relaciones humanas han tomado una importancia nunca antes visto. Así mismo, afirma que, la búsqueda de nuevas técnicas administrativas se basó inicialmente en las ciencias sociales: la psicología, sociología y la antropología, disciplinas que estudian las instituciones y el funcionamiento 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, mientras tanto Bolaños, (2015) la incidencia que existe entre relaciones interpersonales de los educadores y el tratamiento de conflictos administrativos educativos no es notoria, ya que el nivel de interacciones entre los docentes y la calidad de estos es óptima en consecuencia incide en el manejo de conflictos con un nivel muy bajo pero aceptable, en tanto Oliva, (2001) sostiene que las relaciones humanas entre la plana de docentes es positiva, dando un 50% igual para las relaciones positivas y muy buenas, sin embargo los encuestados indican que hay un grupo cerrado, significa que entre los docentes hay un grupo de camarillas, lo que obstaculiza una comunicación óptima.

Gómez (2007), en la comparación entre empresas privadas e instituciones públicas, resulta que los trabajadores más satisfactorios se encuentran en las empresas privadas, porque el ritmo de trabajo no deja tiempo a los empleados a buscar la información para mantenerse enterados y ‘al día’ por sí mismos.

Garza (2009), desde las ciencias sociales, han impactado en mayor medida al estudio del nivel comunicativo, así como las teorías y los modelos actuales de mayor difusión, estos definen y analizan algunas dimensiones pertinentes al espectro de acción que las teorías consideran sobre la comunicación interpersonal, donde se establece una sistematización para el estudio de la comunicación interpersonal, como recurso teórico metodológico para el investigador esta área; por otro lado. Herrera, (2010) menciona que la comunicación no se reduce a los medios de información y comunicación, que también engloba la percepción del individuo en su correspondencia con el otro dentro de un contexto social y cultural, así mismo. Garcia (2012), sostiene que cuando se habla de deshumanización se hace referencia a que las relaciones sociales que se desarrollan en diferentes espacios que se caracterizan por la homogeneidad del contenido de las

interrelaciones que se reproducen y por su escasa implicación intersubjetiva, entre los sujetos, lo que implica en este ámbito predomine la indiferencia social.

García, (2003) La semántica "comunicación" sirve de punto de partida para entablar las vivenciales en las que se desenvuelve el hombre en su proceso de humanización, Se exponen algunas formas de comunicación, señalando el lenguaje en el espacio de la educación y la proyección de las circunstancias, en otro momento. García, (1996) refiere que la comunicación sirve de punto de partida para establecer las situaciones vivenciales en las que se desenvuelve el hombre en su proceso de humanización.

Altamirano et al (2006), todas las relaciones sociales obstaculizan de igual forma en las actividades de una persona al relacionarse el conocer a nuevas personas trae consigo cambios en la forma de actuar, de conducirse, relaciones se producen en un centro de empleo, al relacionarse con la otra persona el sujeto empieza a integrarse a un nuevo mundo, un mundo donde existen normas establecidas por la institución y todo esto conlleva a un cambio en el clima organizacional de una oficina en donde la mayoría de las personas están acostumbradas a un trabajo y una vida llena de monotonía el tener a una o más personas nuevas(os); además Daza et al, (2007) señala que todas las personas tienen numerosas relaciones a lo largo de su vida, como las que se dan con sus padres, hijos e hijas, con amistades o con colegas de trabajo, de estudio, etc. a través de ellas intercambian formas de sentir y de ver la vida, también comparten necesidades, intereses y afectos; por lo tanto Delgado & Rodríguez, (2010) menciona que la adolescencia es una etapa en el que las relaciones con los compañeros van ganando importancia, intensidad y estabilidad, de tal forma que el grupo de iguales pasa a establecer el contexto de socialización preferente, que se convierte en un apoyo importante por ende Sala, (2013)

el maltrato psicológico se presenta como un problema asociado a las dificultades interpersonales, estos se describen en diversas situaciones de la vulneración de los derechos.

Yañez et al, (2010) las relaciones interpersonales en el centro laboral tienen un impacto enorme en la satisfacción laboral principalmente, las relaciones con jefaturas por ello Méndez & Ryszard, (2005) cualquier relación interpersonal promueve la aparición de una amplia gama de emociones que pueden ser positivas como negativas, lo importante no es una evidencia sino la conciencia de que éstas son muestras propias de emociones, principalmente en la etapa de crisis o del choque cultural donde es fácil proyectar los sentimientos hacia los demás.

Yañez et al.(2010) las relaciones interpersonales en el trabajo tienen una repercusión enorme en la satisfacción laboral general, especialmente, las relaciones con jefaturas; por lo tanto Ibarguen, (2014) las relaciones interpersonales y calidad de vida influyen en el desarrollo tecnológico; así mismo Billikopf, (2003) indica que las relaciones interpersonales en el centro laboral constituyen un factor crítico en una empresa, aunque el índice de las relaciones interpersonales en sí no bastan para incrementar la productividad, en consecuencia. Clemente, (2015) señala que en el marco de las relaciones interpersonales se obtiene la capacidad mental de pensar sobre lo que piensan los demás, ello se denomina teoría de la Mente (TM) a esta capacidad, haciendo antecedentes a que se trata realmente de un sistema de inferencias teóricas que formulamos mentalmente para hacer predicciones del comportamiento de otros.

## **2.2. La Comunicación**

Existe una amplia discusión en el mundo académico sobre la necesidad de entender las ciencias de manera transdisciplinaria. Sin embargo, la mayoría de los

científicos (de las ciencias naturales y sociales) no cuentan con bases teóricas y metodológicas necesarias, ni han hecho suficientes esfuerzos para establecer, en sus estudios, puentes transdisciplinarios. En parte, esto ha limitado a un gran sector de científicos para explicar los grandes problemas contemporáneos de la sociedad y la cultura desde una perspectiva compleja de las interacciones sociales. Ésta es también una de las razones por las que muchos trabajos teóricos de la ciencia de la comunicación no logran hacer aportaciones a la teoría social. Investigadores como el británico David Hesmondhalgh son partidarios de esta postura.

La Teoría de la evolución es determinante para comprender a la comunicación, pues la evolución se da por la relación establecida entre organismos, basada en procesos de comunicación. Las células y los organismos multicelulares pueden ser solamente entendidos a partir de sus mecanismos de interacción. La comunicación animal es el pilar de la biología, pero es raramente reconocida como tal. Nos comunicamos para sobrevivir. Los mensajes intracelulares fluyen dentro de nuestros cuerpos para incrementar nuestra salud biológica; al intercambiar estos mensajes y tener acceso a mayor información por múltiples canales, se mejora la vida. Los genes se reproducen y comunican información con extraordinaria precisión. (Martell, 2014).

El inicio de la comunicación humana se puede situar en la antigüedad cuando los primeros nómadas hicieron uso de lenguajes arcaicos para hablar oralmente; también idearon la manera de hacerlo gráficamente por medio de las famosas pinturas rupestres. Ubicándonos en los tiempos modernos y para avanzar hacia un concepto actual de comunicación.

En este abordaje Duarte (2003) explica que algo del yo pasa a ser compuesto por el otro, y así forma un tercer plano cognitivo, como una de las características de la

comunicación. Esto son las conciencias envueltas dejan partes de sí mismas, sin fundirse en una sola, y conservan las experiencias de cada ser, pero traen algo común a los que están en la relación y redefinen sus percepciones por el compartir y la comunicación. Duarte también se refiere a los planteamientos de Marcondes Filho: “una epistemología de la comunicación pasa por tratar de captar lo que se da en el proceso del encuentro de planos cognitivos”. Observa que “el movimiento es lo más importante y que los elementos emocionales volátiles del mismo momento tienen su propia razón, participan de la comunicación, pero sólo pueden ser percibidos en cuanto transitan.” (Lopes, 2003).

La comunicación se puede explicar mejor, si partimos de la consideración del proceso biosocial del ser humano. Este dato pasará a formar parte de una infinidad de experiencias cognitivas y afectivas que constituirán los mensajes. En su momento indicado, esta representación aparecerá transformada en sonidos o grafías o gestos que recorrerán una distancia hacia una persona que por su misma categoría cultural los reconocerá, percibirá, interpretará y devolverá, según la formación neuropsicológico de su memoria, dentro de su sistema nervioso central. Influyen en este acto básico de la comunicación, las actividades mentales y emocionales, las convenciones culturales, el mundo físico, los hábitos de percepción. (Guardia, et al 2009).

Sabemos que la comunicación incluye elementos múltiples y factores que hacen imposible predecir una respuesta segura en consecución de los objetivos políticos, sociales y económicos de una nación. (Valentina & Garcia, 2013).

Existen diversas teorías, enfoques y modelos de comunicación; de cada uno de ellos pueden rescatarse aspectos de gran valor para el logro de un eficaz proceso de comunicación. A partir de la comunicación pragmática, se analizan los axiomas comunicacionales, demás se revisan las principales características que distinguen la

asertividad en la comunicación y las distintas formas de manipulación que la entorpecen. Además, se hace referencia a la necesidad de emplear procesos educativos más holísticos y constructivistas y una comunicación interrelación horizontal y con equidad (Pereira, 2005).

Al entender que la construcción de la realidad se basa en una compleja articulación de formas simbólicas, sobre las cuales se sustenta la vida social, propone entender a la comunicación desde una perspectiva que vaya más allá de las aproximaciones puramente instrumentales al lenguaje y del mero análisis de las relaciones estructurales de los sistemas de signos. Parte de la idea que la comunicación humana pone en juego a todo el conjunto de la cultura, de ahí que aborde los problemas implicados en la intersubjetividad de la comunicación viva, del habla y la especificidad de la comunicación oral, de la comunicación no verbal, asimismo, propone que la cultura material y la relación humana con el paisaje constituyen sistemas fundamentales de comunicación. (Bech & Bech, 2008).

La comunicación es una esfera constitutiva del desarrollo humano, que determina el proceso de humanización y se consolida como eje fundamental del bienestar y la calidad de vida de las personas. Le permite al individuo establecer relaciones interpersonales y expandir su función heurística para indagar, descubrir e interpretar el mundo. Desde un marco filosófico, la teoría habermasiana otorga a la comunicación un papel relevante en el denominado mundo de la vida, que equivale al espacio donde se integran cultura, sociedad, lenguaje y ser humano, a partir de la interacción interpersonal. El estudio de la comunicación ha evolucionado, de forma que su conceptualización se suscribe a los paradigmas sociales, culturales y políticos de cada momento histórico. Las teorías tradicionales del funcionalismo y el estructuralismo concebían la comunicación

como un sistema lineal y unidireccional, donde emisor y receptor actuaban pasivamente frente a un fenómeno netamente informativo. Otras teorías más desarrolladas, a partir de una perspectiva crítica y dialógica, introdujeron en la comunicación tanto el carácter bidireccional como la concepción del interlocutor como sujeto interactivo que permite la coconstrucción del mundo desde elementos interpersonales y socioculturales propios de cada situación comunicativa. Bajo el modelo tradicional, el lenguaje era una representación de la realidad; con el crítico y dialógico, el lenguaje construye la realidad y, por tanto, la unidad de análisis de la comunicación es la interacción comunicativa. De la misma manera, el concepto de “desorden de la comunicación” se ha modificado con cada momento histórico. A mediados del siglo pasado, los problemas del habla y del lenguaje eran estudiados de manera exclusiva como un producto motor y como un conjunto de signos netamente lingüísticos, lo cual necesariamente se debía abordar y explicar desde modelos clínicos. Aquí, la patología justificaba el abordaje del desorden desde características meramente etiológicas y semiológicas; los signos y síntomas eran interpretados desde la dimensión intrapersonal de estructura y función corporal (Watzlawick, 2015).

“Todo es comunicación” se pregona a los cuatro vientos y a partir de esa forzada premisa se pretende que la comunicación sea el mayor recurso frente a las disfunciones de la sociedad. (Villalobos, 2011).

La comunicación tiene sentido cuando logra transmitir ideas, sentimientos o necesidades que sean claramente descifradas y analizadas por otros, como base de la interacción humana. En los grupos humanos organizados para el trabajo es de vital importancia generar lineamientos básicos para la comunicación de los miembros de un colectivo. Los componentes que actúan en los procesos de comunicación para el trabajo

de una escuela de arte universitaria podrían ser construidos desde procesos participativos en los que se desarrollen sistemas laborales permeables y adaptables a las necesidades de una comunidad educativa universitaria que está calada por la sensibilidad de la creación artística y de conocimiento Zúñiga, (2010) para desarrollar una teoría de la comunicación, desde una perspectiva antropológica amplia. Al entender que la construcción de la realidad se basa en una compleja articulación de formas simbólicas, sobre las cuales se sustenta la vida social, propone entender a la comunicación desde una perspectiva que vaya más allá de las aproximaciones puramente instrumentales al lenguaje y del mero análisis de las relaciones estructurales de los sistemas de signos. Parte de la idea que la comunicación humana pone en juego a todo el conjunto de la cultura, de ahí que aborde los problemas implicados en la intersubjetividad de la comunicación viva, del habla y la especificidad de la comunicación oral, de la comunicación no verbal, asimismo, propone que la cultura material y la relación humana con el paisaje constituyen sistemas fundamentales de Comunicación (Bech & Bech, 2008).

Se privilegian estas narrativas sociales de sujetos que hablan en primera persona de sus vivencias históricas comunes, las cuales son la materia prima del campo que denominamos Comunicación-Cultura. Desde estos saberes se dibujan tres grandes escenarios que redefinen y superan el modelo informacional dominante, a saber: el cuerpo, entendido como el espacio de las afectaciones recíprocas que se producen en el ámbito de la estética; las interacciones colectivas, que proponen una ética del ‘nosotros’; y la construcción de ciudad (mejor sería decir ciudadanías) al habitar territorios, como prácticas políticas de carácter público. (Muñoz, 2008).

La comunicación entre los individuos es esencial por un conjunto de razones que incluyen el acceso y el intercambio de información, la discusión abierta de ideas y la

negociación de desacuerdos y conflictos. En los grupos humanos, la comunicación se ha convertido en un factor esencial de supervivencia no solo para la especie humana, sino para todo lo que gira a su alrededor: las costumbres, los ritos, las tradiciones sociales y culturales, y la historia, entre otras. Todos los miembros de una comunidad tenemos acceso a la comunicación verbal y a un gran repertorio de estrategias lingüísticas que se concretan en las diferentes circunstancias en que hacemos uso de la lengua al entrar en contacto con los demás. Cada vez que hacemos uso de la lengua, en forma oral o escrita, llevamos a cabo acciones de índole social cuya finalidad es dar a conocer algo. Por esta razón, una de las funciones que se le atribuye a la lengua, quizás la más importante, es servir de vehículo para comunicar algo a alguien, para compartir con ese alguien nuestros pensamientos acerca de algo, es decir, comunicar algo del mundo que nos rodea a un interlocutor determinado, a través de actos de habla producidos en una lengua particular y referidos a una porción de la realidad, sobre la cual construimos la comunicación. Ese algo es no solo el mundo exterior, sino también nuestro mundo interior, el mundo de nuestros sentimientos, creencias, actitudes, deseos, etc. Muchos trabajos acerca de la comunicación verbal se refieren a esta como un proceso sencillo en que intervienen un hablante y un oyente, quienes se comunican a través de un mensaje. Este mensaje debe construirse a partir de un contexto, estar cifrado en un código, referirse a algo y transmitirse a través de un canal. Sin embargo, dichas investigaciones no han considerado dos interrogantes planteados por la pragmática y la lingüística cognitiva: para qué se comunica un hablante con un oyente, y qué logra el hablante en ese oyente una vez se ha llevado a cabo el proceso de comunicación. A lo largo de la historia de la lingüística han surgido posturas teóricas que buscan enriquecer y precisar la manera en que se da el proceso de comunicación. Esas teorías han contribuido a aclarar el asunto en la medida en que demuestran que, en efecto, la comunicación implica no solo procesos que van más

allá de la codificación y la descodificación, sino además el hecho de que cada uno de sus elementos incide de manera definitiva en el objetivo primordial de la comunicación, que es: transmitir algo a otro. Asimismo, no podemos desconocer que la comunicación transforma los entornos físico y cognoscitivo del interlocutor, en tanto que el oyente construye representaciones similares a las de quien emite. (Uribe, 2007).

Es mucho lo que se ha escrito sobre la comunicación desde su nacimiento como campo de conocimiento especializado a finales de los años cincuenta, pero particularmente, sobre dos de sus grandes temas de investigación: los medios de comunicación y, recientemente, las nuevas tecnologías de información y comunicación. Sin embargo, hay un enorme desbalance con aquello que se ha escrito sobre los orígenes históricos, culturales y científicos que se encuentran en la base de su emergencia como campo de estudio y, especialmente, existe una enorme carencia de reflexión sobre su dimensión epistemológica, sobre su definición conceptual y sobre todo aquello que permita pensar a la comunicación como una mirada científica o un marco transdisciplinar en la actualidad. ¿Qué es hoy en día la comunicación y qué sentido tiene pensar en ella?, ¿cuál es el punto de vista que formaliza a la comunicación y le da nacimiento a todo un campo de estudio a su alrededor?, ¿qué significa investigar la comunicación en la actualidad?, ¿qué es lo que se investiga? (Vidales, 2015).

La comunicación como modo específico en las relaciones humanas, puede consistir en relaciones de participación recíproca o de comprensión, de interacción humana con los otros o el conjunto de formas que puede adoptar la convivencia. Los hombres para formar una comunidad tienen que comunicarse, porque participan unos con otros sus modos de ser y de esa manera adquieren nuevos significados; pero es preciso tener en cuenta elementos adversos que atentan contra la comunicación: el rumor y el ruido, y factores que intervienen en una satisfactoria comunicación: la empatía y la

retroalimentación .A pesar de las limitaciones participativas, los medios de difusión masiva han favorecido un innegable enriquecimiento cultural a nuestros pueblos ampliando la acción formadora de las escuelas y otras instituciones, y ofreciendo un esparcimiento accesible para las grandes mayorías. En las situaciones más opresivas en que la historia latinoamericana se ha visto comprometida en esta última década, pueden encontrarse rasgos de una comunicación liberadora: Apoyo mutuo de los sectores marginados económica y socialmente, defensa ante medidas arbitrarias de represión, ayuda internacional de emergencia, etc, aunque los dones creados para el progreso y la comunicación no los eximimos de un discernimiento crítico de abismales murallas de incomunicación que aún existen en Latinoamérica. La formación de un comunicador está situada en su forma de elevarse digno e interviniendo con rasgos profundos de convivencia fraterna abierta y sin límites. Sería bueno señalar cómo el hombre moderno, tan sofisticado en su tecnología y tan abierto al progreso ha descuidado su capacidad comunicativa para sostener relaciones más profundas y fraternas. (Vera & Villegas, 1997).

Comunicar no es transmitir un mensaje a otra persona, grupo u organización. Comunicar es algo más que asegurarse de que los receptores han recibido y comprendido el mensaje, se trata, de llevar a cada sector de la misma (organización), la idea de lo que se pretende lograr, sin que esto signifique, apartarse de los objetivos y desarrollo trazado. La importancia, de este proceso, apunta a coordinar y reconocer las etapas virtuosas de construcción de decisiones, que, amparados en un proceso de comunicación eficaz y oportuno, sirvan para responder a las funciones iniciales de la organización, además, para responder y conectarse con el entorno o mercado. La comunicación como sistema de operación y relación dentro de una sociedad, se puede entender como la base de desarrollo

y eficiencia que ésta (organización), podrá reproducción a nivel de sistema de conexiones que operan dentro de un sistema mayor. (Rojas, 2009).

La comunicación en salud ha sido definida como el arte y las técnicas para informar, influir y motivar al público sobre temas de salud relevantes desde la perspectiva individual, comunitaria e institucional. Se ocupa de la prevención de enfermedades, las políticas de salud y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y los individuos. Como su propio nombre lo indica, es un campo totalmente multidisciplinario: además de ciencias de la salud y de la comunicación, se enriquece con la antropología, la sociología, la psicología, la neurociencia y la ingeniería, entre otras disciplinas. Ninguna de estas especialidades puede abordar por sí sola los problemas y desafíos que emergen de este territorio mixto. Naturalmente, nos ocupamos de asuntos relacionados con la creación y la reproducción de sentidos entre diferentes actores, a través de diferentes medios de comunicación. (Pediatria, 2009).

### **2.3. Niveles de la Comunicación**

#### **2.3.1. Intrapersonal.**

La comunicación intrapersonal es, quizá, una de las ramas comunicativas más vinculadas al conocimiento y uso del lenguaje, pero desde una perspectiva interior. Es decir, se refiere al modo en que los individuos seleccionan y articulan cada uno de los signos del lenguaje, pero no necesariamente para comunicar una idea a otro, sino, también para reflexionar. Los diálogos con uno mismo, en los que uno apela a una voz interior que en algunas ocasiones pregunta y en otras responde acerca del sentido de la vida, o los hechos cotidianos, son ejemplos de la manera en la que hacemos un uso íntimo, intrapersonal, de la comunicación. (Valentina & Garcia, 2013).

### 2.3.2. Interpersonal

Como en los casos anteriores, la descripción de la comunicación interpersonal parece un ejercicio fácil cuando, en realidad, presenta sus propias trampas. Aunque nadie puede negar que este proceso se da entre dos o más individuos que intercambian mensajes a través de un canal, el principal problema ha sido delimitar el resultado de tales encuentros a partir de las características de los emisores/receptores, su número y el canal utilizado. El debate se ha enriquecido a últimas fechas, gracias a la inclusión de factores como el rol social, la cultura y el modo en que los participantes construyen sus mensajes a partir del conocimiento que tienen del otro. (Valentina & Garcia, 2013). Según, miller la comunicación puede subdividirse en cinco categorías fundamentales:

1. Comunicación masiva.
2. Comunicación pública.
3. Comunicación en grupos pequeños.
4. Comunicación interpersonal.
5. Comunicación intrapersonal.

### 2.3.3. La comunicación grupal

Es la comunicación que se da preferentemente en las relaciones laborales y sociales a través de instituciones como sindicatos, los clubes, las asociaciones deportivas, las iglesias, las organizaciones y empresas y otras. En ella pueden presentarse ciertas mediaciones técnicas como el altoparlante, el micrófono, el afiche y en general los llamados medios “pequeños” y “medianos” cuyo fin es extender el alcance del mensaje en grupo. (Garcia, 2010)

El objetivo de este trabajo fue identificar de forma técnica el problema latente, sus causas y efectos, así como el diseño de una propuesta que sirva como guía para que la

organización pueda tomar las medidas pertinentes. Entre las conclusiones más relevantes de esta investigación podemos destacar que las falencias que presenta la comunicación organizacional interna están repercutiendo sobre la coordinación de las actividades dentro de la organización. La comunicación organizacional influye directamente sobre la baja productividad y el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive, así como también en las actitudes de los trabajadores. Muchos de los trabajadores de la empresa conocen muy poco los tipos de comunicación que existen dentro de la institución, y califica como regulares los medios de comunicación internos con los que cuenta esta. (Balarezo, 2014).

Para lograr una adecuada comunicación con el empleo de las técnicas grupales se requiere conocer que el alumno como miembro del grupo tiene un papel que asumir. El estudiante debe tener en cuenta: en lugar de escuchar, debe hablar, participar, en lugar de recibir órdenes, tiene libertad y autonomía para moverse. En lugar de solo competir, debe permanentemente colaborar con los demás miembros del grupo. En lugar de obediencia hay comprensión de sus necesidades y las del grupo. En lugar de sanciones y penitencias hay responsabilidades. En lugar de una atención centralizada en el profesor, hay un inmenso interés centrado en la actividad grupal. En lugar de decisiones siempre tomadas por el docente, hay decisiones propias del grupo. En lugar de calificaciones y notas inapelables del profesor, hay evaluaciones realizadas por todo el grupo. (García, 2010).

#### **2.3.4. Importancia De La Comunicación**

Se pretende analizar la comunicación en primer lugar a nivel general, y de este modo ver los aspectos fundamentales de este ingenioso artificio humano, llegando a una segunda parte donde se profundiza sobre una comunicación, en particular al día de hoy, que pueda ser un instrumento para soportar o conseguir la derrota del enemigo y la resolución de los conflictos. En la conclusión se expresa una opinión referida al papel que

tiene la comunicación estratégica. El objeto de este trabajo es abordar de manera sencilla, una primera visión de la comunicación estratégica acercándola a toda persona que, no perteneciendo a este particular mundo, se aproxime por primera vez a él. (Cambria, 2016).

Para configurar y estructurar la realidad, para conocerla y comprenderla, hay que tener en cuenta que ésta es multidisciplinaria, que se rige por la convergencia de diversos elementos de muy diferente naturaleza. Según este criterio, existen fenómenos que están siempre presentes e interactúan alrededor de los actos concretos de los individuos. Estos elementos, que constituyen los actos cotidianos de cada día enmarcados en la generalidad del devenir histórico y universal, se plasman para su conocimiento como disciplinas, materias o áreas del saber, se combinan bajo la forma de un proceder en el conocimiento humano que da lugar a diferentes materias de estudio: la educación, la sociedad, la cultura y los distintos tipos de lenguajes, verbal lingüístico y no verbal -todos los demás-. Actúan como sistemas de comunicación que tienen en común su función como vehículos de expresión humana. (Casal, 2009).

Estos elementos ponen de manifiesto actitudes, sentimientos, predisposiciones y motivaciones que permiten una comunicación interpersonal trascendente. Es imprescindible y necesario que en nuestro día a día utilicemos cualquier medio o recurso que tengamos a nuestro alcance para comunicarnos. De hecho, todo lo que nos rodea desde que nos levantamos hasta que nos acostamos implica un proceso comunicativo. Por ejemplo, el sonido de un despertador nos está anunciando que es hora de levantarse; el llanto de un bebé nos indica que puede tener hambre, sueño, dolor, etc. La comunicación está indiscutiblemente unida a la vida del ser humano, ya que somos seres sociales que vivimos para comunicarnos con los demás constantemente. Podríamos decir que es

imposible la no- comunicación, ya que incluso el mismo silencio estará voluntariamente o involuntariamente comunicando algo. (Rosales et al., 2013).

### **2.3.5. Las Relaciones Humanas**

Las relaciones que se conocen y que existen son dirigidas por un factor indispensable e importante entre ellas, ese factor es el ser humano, esté a su vez genera otro tipo de relaciones conocida como las relaciones humanas, las cuales comprenden todas las formas de comportamiento y conexiones de los hombres dentro o fuera del trabajo. Al hacer esta afirmación estamos destacando el hecho de que tanto dentro del trabajo como el hogar y la comunidad son decisivamente importantes para crear una actitud y una motivación de una sociedad amable, progresista y sin odios, según sean los ambientes señalados, tal y como lo define Cárcamo (1968). El ser humano es entonces la base de todos los tipos de relaciones existentes. Es así como, las relaciones de trabajo, públicas y las humanas están entrelazadas entre sí por ese factor esencial que es el ser humano, estas relaciones no se generan solo dentro de un ámbito formal o empresarial, se generan también en la vida cotidiana y de manera informal, constituyen un elemento fundamental de la naturaleza humana, este tipo de relaciones se denominan relaciones humanas. Es indispensable para nuestra supervivencia y para nuestro bienestar emocional. Las personas que viven aisladas o presentan una baja competencia social son más propensa a experimentar sentimientos negativos: tristeza o depresión que pueden acarrear consecuencias físicas o deterioros mentales, tal como lo plantea. Teixidó (2009) en su libro la acogida al profesorado de nueva incorporación. (Beiza, 2012).

De acuerdo con varios investigadores y páginas de consulta, las relaciones humanas son el conjunto de interacciones que se dan entre los individuos de una comunidad, ciudad grande o pequeña, aldea o pueblo y que permite a las personas relacionarse de una manera cordial y amistosa, ya que se basan en reglas aceptadas por

las mismas personas. Están basadas principalmente en los vínculos sociales que entablan las personas y son básicas en el desarrollo individual e intelectual de los seres humanos. (Tapia & López, 2018).

Se define con el arte de llevarse bien con los demás. Siempre que tengamos relaciones con personas, ante cualquier situación, estaremos en el campo de las Relaciones Humanas. Modernamente se define como la ciencia y arte de vivir, desarrollando la capacidad de convivir con los demás seres humanos en forma cordial y fraterna. Responde a principios extraídos de la psicología social y psicología clínica, porque el éxito o fracaso de una persona, en cualquier nivel social, cultural, laboral y profesional depende en gran parte del desarrollo integral de la personalidad, de su capacidad emocional y buena salud mental, ya que los deficientes ajustes de la personalidad obligan a una mejor adaptación, comprensión del problema y sincero deseo de adaptación. Así también el autor.

Portel, (1995) dice: “Relaciones humanas son las normas y hábitos que nos convierten en personas útiles y agradables a nuestros semejantes, representando todo acto de comprensión y servicio, en un motivo de satisfacción para quien lo practica”. O sea, fondo y forma, lo útil es el fondo, Lo agradable es la forma: Si hacemos un favor de mala manera, no tenemos forma, que es lo mismo que no tener buenas relaciones humanas. Si somos muy agradables, pero sin el menor espíritu de cooperación, no tenemos fondo, tampoco buenas relaciones humanas. Las buenas relaciones humanas benefician especialmente a la misma persona que la práctica, a sus familiares a sus compañeros de trabajo, a sus amigos, al público y por supuesto a la institución en donde trabaja. (Gálvez, 2002).

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. (Mamani, 2012).

### **2.3.6. Las Relaciones Interpersonales**

Las relaciones interpersonales influyen significativamente en el desarrollo del liderazgo de las socias del Programa de Complementación Alimentaria. (Apaza & Chambi, 2017).

La conclusión que se generó en cuanto a los indicadores y dimensiones correspondientes a las variables relaciones interpersonales y clima organizacional, es que los docentes no manejan las relaciones interpersonales como una herramienta que mejore y optimice el clima organizacional, es por ello que en el plantel se dificulta el trabajo en equipo y los docentes carecen de aspectos que estimulen un clima organizacional afable, tales como la

Hoy en día las instituciones necesitan conservar buenas relaciones interpersonales y óptimas condiciones del clima laboral, los individuos que no presentan estas características no podrán ser productivos, todo directivo pretende tener un equipo de trabajo con personas de primera que rinda y logren los objetivos planteados de corto, mediano y largo plazo. Estos valores obtenidos son fundamentales en las personas que forman parte de una organización, protegiendo la comunicación y estableciendo solución a los problemas, contribuyendo eficientemente en la competitividad y desempeño de la institución. (Vásquez, 2015).

Las relaciones interpersonales son una necesidad para los individuos. Hay una serie de factores que influyen en las relaciones interpersonales los más importantes son la personalidad. las funciones cognitivas el deseo y el estado afectivo la personalidad se crea en las relaciones y solo puede ser modificada en el seno de las mismas. (Zupira, 1996).

En el contexto mundial, nacional y local existe una marcada preocupación por mejorar el clima organizacional de las instituciones educativas a través de una mejora de las relaciones interpersonales con la finalidad de lograr los objetivos institucionales. Si en las organizaciones educativas existe un clima favorable y buenas relaciones interpersonales entre los trabajadores, mayores serán las posibilidades de que esta ofrezca un servicio de calidad a la población. Pero se observó que en las instituciones educativas de Huari tanto el clima como las relaciones interpersonales son deficientes. (Arce & Malvas, 2014).

La gente tiene más probabilidades de desarrollar nuevas habilidades cuando siente la necesidad de cambiar. Una necesidad de desarrollo es el área específica en la que una persona necesita cambiar. Para identificar sus necesidades de desarrollo en lo que se refiere a las relaciones interpersonales, puede recurrir al análisis personal y a la retroalimentación que le ofrezcan los demás. También puede solicitar retroalimentación y utilizar la que ha recibido en las valoraciones del rendimiento. Las necesidades universales de capacitación son las áreas de mejoramiento que comparte la mayoría de la gente. Los principales temas en este texto reflejan esas necesidades porque son necesarias para tener éxito en casi todos los puestos en los que se requiere interactuar con la gente. El lugar de trabajo brinda oportunidades de desarrollar habilidades interpersonales. Un método general de desarrollar dichas habilidades es el aprendizaje informal, mediante el

cual usted adquiere habilidades de manera natural fuera de un entorno estructurado de trabajo. El aprendizaje informal de las habilidades interpersonales a menudo ocurre por medios como el de observar a un compañero de trabajo, gerente o líder de equipo hacer frente a una situación. Ciertas experiencias en el lugar de trabajo sirven particularmente bien para desarrollar habilidades interpersonales. Entre ellas están las responsabilidades nuevas, la necesidad de probarse a sí mismo, tener problemas con los empleados, influir sin tener autoridad y padecer a un gerente difícil. (V. & Bal, 2006).

Las relaciones interpersonales juegan un papel fundamental en el desarrollo integral de la persona. A través de ellas, el individuo obtiene importantes refuerzos sociales del entorno más inmediato que favorecen su adaptación al mismo. En contrapartida, la carencia de estas habilidades puede provocar rechazo, aislamiento y, en definitiva, limitar la calidad de vida. Un tema que difícilmente se agota, es el relacionado con el rol de las relaciones interpersonales, y su calidad, en nuestro equilibrio personal y salud mental. El tipo de convivencia que mantenemos con los demás, puede tener un resultado reconfortante o por el contrario puede constituirse en una situación conflictiva; desenlace que se decidirá en un sentido u otro en función del nivel de desarrollo de nuestras competencias comunicativas. (Prócel, 2012).

Un tema que difícilmente se agota, es el relacionado con el rol de las relaciones interpersonales, y su calidad, en nuestro equilibrio personal y salud mental. El tipo de convivencia que mantenemos con los demás, puede tener un resultado reconfortante o por el contrario puede constituirse en una situación conflictiva; desenlace que se decidirá en un sentido u otro en función del nivel de desarrollo de nuestras competencias comunicativas. (Billikopf, 2003).

La incidencia que existe entre relaciones interpersonales de los docentes y el manejo de conflictos administrativos educativos no es evidente, pues el nivel de interacciones entre los maestros y la calidad de estos es buena por lo tanto incide en el manejo de conflictos con un nivel muy bajo pero aceptable, ya que están abiertos al diálogo, están conscientes que el acuerdo mutuo es una buena opción de solución de problemas, aunque la confrontación y la negociación la consideran un tanto débil, y como principal recomendación se tiene que se implementen actividades para la conservación de los buenos niveles de interacción docente. (Bolaños, 2015).

Este tema trata sobre la comunicación humana en sus dos vertientes: verbal y no verbal. La comunicación interpersonal es una excelente herramienta de trabajo que es necesario cultivar en toda profesión que requiere del trato con personas, como la de Óptico-Optometrista. Además, se explicarán los principales sesgos cognitivos que cometemos los humanos en nuestra vida diaria, así como otros aspectos relacionados con la Psicología Social. (Lupón et al., 2012).

Un conflicto surge cuando entran en contraposición los objetivos, metas o métodos de dos o más personas. El conflicto básicamente es un problema de percepción porque las partes involucradas deben percibir que entre ellas existe un conflicto, si nadie está consciente del conflicto entonces no existe; pero en el momento que una parte percibe que la otra la ha afectado negativamente, o está a punto de afectarla, en ese momento se inicia el proceso de conflicto. Los conflictos pueden ir desde un acto sutil de desacuerdo hasta la oposición violenta. Un conflicto puede surgir en cualquier área, a nivel grupal o incluso como conflicto organizacional. Normalmente, hay un acontecimiento en particular que lo origina. Podemos referirnos a este momento como “la chispa” un punto culminante en que se reconoce que el conflicto ha estallado, se ha llegado a pleito. Como

dice el refrán: “es la gota que derrama el vaso”. Es un acontecimiento específico del que surge una contienda abierta. Los involucrados reconocen que están en oposición. (López et al., 2015).

Las relaciones positivas suponen habilidades de empatía, cooperación y compromiso por el bienestar de los demás. En el caso de los adolescentes, estas relaciones favorecen el desarrollo de fortalezas personales, proporcionan apoyo emocional e instrumental ante situaciones estresantes y contribuyen a la competencia social. Los objetivos del presente trabajo fueron: a) analizar la relación entre relaciones positivas auto percibidas y habilidades sociales de adolescentes de San Miguel de Tucumán, pertenecientes a distintos niveles socioeconómicos, y b) establecer diferencias individuales en el tipo de habilidades sociales según el nivel socioeconómico (NSE). Se trató de un estudio correlacional, transversal, con muestreo no probabilístico accidental. A 275 adolescentes, entre 12 y 14 años, asistentes a escuelas públicas y privadas, se les administró la Batería de Socialización (BAS-3), el Cuestionario de estrategias cognitivas de resolución de situaciones sociales (EIS), el Cuestionario de Relaciones Positivas y una encuesta sociodemográfica (ambas diseñadas para el presente estudio). Los resultados mostraron que los adolescentes que más frecuentemente percibían relaciones positivas se describieron con habilidades de consideración y espíritu de servicio a los demás. Los adolescentes de menor NSE referían más habilidades de liderazgo que sus pares de contextos más favorecidos. Sin embargo, este grupo también se percibía con retraimiento, ansiedad social y utilizaban estrategias pasivas de resolución de situaciones sociales. Las estrategias asertivas como las habilidades facilitadoras de la socialización fueron más recurrentes entre los adolescentes de NES medio y alto. Los datos encontrados resultan de utilidad en el diseño de intervenciones sobre recursos sociales positivos, los que

redundarán en un mayor bienestar y calidad de vida de la población adolescente. (Naranjo, 2008).

Se establecen las relaciones interpersonales de diferentes tipos, según el nivel de vinculación. Pueden situarse en un nivel básico con las personas con quienes compartimos, la cola de supermercado, con el dependiente de la zapatería que nos atiende, o en un nivel muy profundo, los hijos, la pareja, los familiares, los amigos íntimos. En un nivel intermedio se encontrarían las relaciones con colegas, los profesores de nuestros hijos, con el director de la coral d la cual formamos parte, entre otros, tal como lo expresa. Teixidó (2009) en su libro “la acogida al profesorado de nueva incorporación”. El estudio de los tipos de relaciones existentes, destacan siempre la conexión e interacción constante de personas con características comunes, es decir, de la misma especie, a nivel laboral, social, cultural, entre otros, resaltando que esta interacción va vinculada de persona a persona. Sin importar que tipo de relación sea, el ser humano es una pieza fundamental para que dichas relaciones se generen, las mismas se manejan a través de ciertas herramientas que facilitan su uso, tales herramientas son la comunicación, la confianza, la pertenencia, rendimiento, colaboración, entre otros, dependiendo de estos factores para que las relaciones interpersonales y todos los tipos 3 de relaciones existentes den como resultado ambientes afables para los distintos tipos de organizaciones. Las relaciones interpersonales en el campo educativo no escapan del manejo de estas relaciones y las más empleadas son las humanas, laborales y las interpersonales, facilitando las funciones de los trabajadores que se desenvuelven dentro de este campo. Las relaciones interpersonales se convierten entonces en la herramienta que la organización emplea para que la comunidad circundante, docentes, personal administrativo, de ambiente, estudiantes, padres y representantes interactúen de mejor forma. Las relaciones interpersonales que en las instituciones se emplean van dirigidas directamente con la

comunicación, como elemento que permite el intercambio de ideas o de información, tal es el caso de la Escuela Básica Nacional “Creación Chaguaramos II” donde prevalece este tipo de relaciones como medio comunicativo de intercambio de ideas para llegar a la unificación de criterios para luego concretar en la toma de decisiones. (Beiza, 2012).

Relaciones interpersonales no son exitosas y armoniosas, evidenciándose falta de liderazgo y capacidad para generar un clima organizacional favorable. Por lo que en esta investigación descriptiva correlacional se estudió el grado de relación entre liderazgo, las relaciones interpersonales y el clima organizacional percibido por los docentes de los Institutos Superiores Pedagógicos Públicos de la Región Puno, 2006. Se buscó demostrar que el liderazgo, las relaciones interpersonales y el clima organizacional tienen una relación significativa, trabajándose con una población de 124 docentes. (Arroyo, 2008).

### **2.3.7. Características de las Relaciones Interpersonales**

Según Oliveros, (2004), al establecer las características de las relaciones interpersonales se debe tomar en cuenta diversos aspectos como lo son: Honestidad y sinceridad, Respeto y afirmación, Compasión, Comprensión y sabiduría, Habilidades interpersonales y Destrezas. Según Cruz, (2003), el éxito que se experimenta en la vida depende en gran parte de la manera como nos relacionemos con las demás personas, y la base de estas relaciones interpersonales es la comunicación. Hablo particularmente de la manera en que solemos hablarles a aquellos con quienes usualmente entramos en contacto a diario, nuestros hijos, esposos, amigos o compañeros de trabajo. Muchas veces, ya sea en forma pública o privada, se hacen referencia a otras personas en términos poco constructivos, especialmente cuando ellas se encuentran ausentes. Siempre se ha creído que es una buena regla el referirse a otras personas en los términos en que se quisieran que ellos se refiriesen a otros. Clima organizacional de todos los enfoques sobre el concepto de clima organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad es el que utiliza

como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral. Goncalves, (1997). La importancia de este enfoque reside en el hecho de que el comportamiento de un trabajador no es una resultante de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones que tenga el trabajador de estos factores. Sin embargo, estas percepciones dependen de buena medida de las actividades, interacciones y otra serie de experiencias que cada miembro tenga con la empresa. De ahí que el clima organizacional, refleje la interacción entre características personales y organizacionales. Los factores y estructuras del sistema organizacional dan lugar a un determinado clima, en función a las percepciones de los miembros. Este clima resultante induce determinados comportamientos en los individuos. Según Goncalves, (1997), es necesario resaltar que el clima organizacional se refiere a las características del medio ambiente de trabajo. Estas características son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio ambiente. Tiene repercusiones en el comportamiento laboral, puesto que es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual. Las percepciones y respuestas que abarcan el clima organizacional se originan en una gran variedad de factores: Factores de liderazgo y prácticas de dirección (tipos de supervisión: autoritaria, participativa, etc.) y factores relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones, entre otros) Brunet & Likert, (2001).

Marchant (2006), expresa que el clima organizacional “es una variable que media entre la estructura, procesos, metas y objetivos de la empresa, por un lado, y las personas, sus actitudes, comportamiento y desempeño en el trabajo, por otro” Importancia del clima organizacional Para Goncalves (1997), la importancia de este enfoque reside en el hecho de que “el comportamiento de un miembro de la organización no es el resultado de los

factores organizacionales existentes (externos y principalmente internos), sino que depende de las percepciones que tenga el trabajador de cada uno de estos factores.” Sin embargo, estas percepciones dependen en buena medida de las actividades, interacciones y otra serie de experiencias que cada miembro tenga con la organización. De ahí que el clima organizacional refleja la interacción entre características personales y organizacionales. De igual manera, tiene una serie de aspectos, entre las que podemos resaltar: se refiere a las características del medio ambiente de la Organización en que se desempeñan los miembros de ésta, estas características pueden ser externas o internas. Las mismas son percibidas directa o indirectamente por los miembros que se desempeñan en ese medio ambiente, esto último determina el clima organizacional, ya que cada miembro tiene una percepción distinta del medio en que se desenvuelve. Sistema de variables variable: relaciones interpersonales definición conceptual Bisquerra (2003), la define como la interacción recíproca entre dos o más personas. Definición Operacional: Interacción que un individuo sostiene con colegas y subordinados o superiores, en este sentido, se refiere a las relaciones positivas entre el personal de una organización, sin tomar en consideración la jerarquía, función y autoridad. Se muestra la Operacionalización de la variable la misma detalla la relación entre dimensión e indicadores, los cuales son los siguientes: Valores: comunicación, cortesía, respeto, ética; empatía: comprensión, colaboración, amistad; congruencia: convivencia, reproches, injusticia; cordialidad: familiaridad, compartimiento de recursos, sinceridad; conflictos: trabajo en equipo, competencias y polémicas. (Bisquerra, 2003)

#### **2.4. Factores que Interfieren en las Relaciones Interpersonales**

Aadmot, (2010), determina 4 factores principales que toman relevancia dentro de las interacciones personales, estos son: La personalidad: Se define como la suma total de las formas en que un individuo reacciona e interactúa con otros, este concepto hace

referencia a un estilo dinámico que detalle el crecimiento y desarrollo de todo el sistema psicológico de una persona. Refiere entonces que en lugar de observar al ser humano por partes y estructuras, la personalidad es el todo o el integrado del sujeto. Determinantes de la personalidad: A. Herencia: son aquellos factores que son determinados mediante la concepción genética del ser humano, la estatura, físico, atractivo del rostro, el sexo, el temperamento, la composición, y los reflejos musculares, entre otros. Todos estos componentes que afectan las relaciones sociales directa o indirectamente son determinados por los padres de cada uno, por lo que influyen de una manera directa en la construcción de la personalidad. B. El ambiente: Es el medio o la cultura en la que cada persona crece y se desenvuelve, los diversos condicionamientos a los que está expuesto el ser humano, como la familia, los amigos o los grupos sociales, determinan gran parte de la personalidad. 14 C. La situación: Son los diversos momentos de la vida que van a moldear el carácter de las personas.

Características de la personalidad: A. Extroversión: Sociable y platicador. B. Afabilidad: Buen carácter y muy participativo C. Rectitud: Responsabilidad, confianza, persistente y encaminado hacia los objetivos D. Estabilidad emocional: Tranquilo, entusiasta, positivo, deprimido en ocasiones. E. Apertura a la experiencia: Imaginación, dado al arte y al intelecto. Los valores: Constituyen convicciones generales de un modo específico del comportamiento o estado final de la existencia, es decir conlleva a un individuo a tener concepciones de lo que es bueno o de lo que es malo. Tienen un contenido importante que es el de intensidad, este atributo especifica qué tan importante es la clasificación del valor. Las actitudes: Son afirmaciones para expresar sentimientos, que pueden ser positivas o negativas en la interacción con objetos o personas.

## 2.5. El Ámbito de las Relaciones Interpersonales

Definición operacional: Las relaciones interpersonales se definirán operacionalmente a través de la aplicación de un instrumento que se aplicará a ambas poblaciones para medir la dimensión aspectos y sus indicadores asertividad, negociación, comunicación efectiva, así como la dimensión factores por sus indicadores valores, cohesión grupal. (Vásquez, 2015).

Las relaciones interpersonales juegan un papel fundamental en el desarrollo integral de la persona. A través de ellas, el individuo obtiene importantes refuerzos sociales del entorno más inmediato que favorecen su adaptación al mismo. En contrapartida, la carencia de estas habilidades puede provocar rechazo, aislamiento y, en definitiva, limitar la calidad de vida. Uno de los aspectos más importantes de las relaciones entre las personas es la comunicación, ya que a través de ella logramos intercambiar ideas, experiencias y valores; transmitir sentimientos y actitudes, y conocernos mejor. La comunicación nos permite expresarnos y saber más de nosotros mismos, de los demás y del medio en que vivimos. Antes de que naciéramos, ya nos comunicábamos con nuestros padres al escuchar sus voces, sus movimientos y responder a ellos con movimientos dentro del vientre de nuestra madre y una vez que nacimos, nos comunicamos con nuestros balbuceos y primeras palabras, con nuestro llanto o con nuestras sonrisas. (Prócel, 2012).

Hemos señalado superficialmente algunas notas sobre comunicación, Radicalmente la naturaleza del hombre exige la referencia "a otro" porque: El hombre es un ser en relación merced a su participación en el ser universal. La razón clave reside en el ser espiritual del hombre, que hace posible la donación sin pérdida o daño por parte del donante ya que el espíritu no es divisible y permite la entrega, la participación, y demás cualidades del acto comunicativo. Las potencialidades del espíritu humano no se acaban

en sí mismo, sino que necesita de otros, ya que, por su plasticidad, adaptabilidad, y capacidad receptiva, ha de realizarse como persona y en facilitación con su entorno. Ser espiritual, embellecido de poder pensante, capaz de autorreflexión, comunicación consigo mismo, trasciende su propio ser y comunica con el mundo que proyecta intencionalmente mediante representaciones universales. Espíritu libre el del hombre que respeta conscientemente aquello que es exigencia humana: la libertad. La libertad de ambos extremos relacionados (emisor, receptor), indispensable para la comunicación. El hombre es un ser-con y en medio de los otros: aprender a respetarlos, admirarlos y mutuamente crecer en su humanidad. · Específicamente humanos son la libertad y el pensamiento que hacen del hombre un ser de apertura. · El hombre es un ser sociable. No podemos olvidar circunstancias que constriñen, limitan y atentan contra la autorreflexión y libertad humanas; son los distintos fenómenos de incomunicación. Por citar algunas manifestaciones frecuentes en nuestro tiempo: movimientos protesta, llenos de agresividad y rebeldía, desprecian el diálogo y usan la violencia en lugar de razonar y entenderse; los "mass media", instrumentalizados por poderosas agencias de información, encubren la realidad deformándola, alterando el deseo de saber y el derecho inalienable de conocer la verdad de los sucesos; el alcohol y drogas que esclavizando al hombre en su psique, le evaden de su calidad como tal, dificultando o anulando la comunicación. (Castillo, 2014).

## **2.6. El Clima Laboral y las Relaciones Interpersonales**

Según Reynaga, (2015), El clima laboral es el conjunto de circunstancias o condiciones que rodean a una persona en su entorno laboral. El clima laboral va influir directamente en el grado de satisfacción y motivación de los trabajadores y, por ello, en la productividad de la empresa y en la consecución de sus objetivos; el clima laboral depende de una diversidad de factores:

Los procedimientos de los Directivos o Gerentes.

- El comportamiento de los trabajadores, desde el desarrollo de su trabajo como en las relaciones con sus compañeros y con la empresa.
- Las características del lugar en el que se desarrolla el trabajo: temperatura, iluminación, mobiliario, ergonomía, etc. Cada vez se invierte más capital en conocer y mejorar el clima donde se desarrolla el trabajo, debido a que tiene una relación estrecha con la satisfacción, motivación y el rendimiento de los trabajadores.

La historia del comportamiento organizacional tiene sus raíces en el enfoque conductista de la administración, en donde se cree que la atención específica a las necesidades de los trabajadores crea una mayor satisfacción y productividad. Esto se creyó dado a los estudios que efectuó Hawthorne, en dónde cada vez que aumentaba la luz en una subsidiaria aumentaba la productividad de los trabajadores; bajaron la intensidad de la luz y la productividad siguió subiendo, en conclusión, los trabajadores se sentían importantes ya que estaban siendo observados. Pero esta creencia ha sido criticada por carecer rigor científico. (Mayra et al., 2014).

El clima laboral es la suma de las percepciones que los trabajadores tienen sobre el medio humano y físico donde se desarrolla la actividad cotidiana de la organización. El clima laboral es un factor coyuntural en la vida de una organización. En este sentido el clima se asienta sobre la cultura organizacional, un factor más permanente derivado de la historia, los valores y la tradición de la organización. El clima laboral evoluciona según dinámicas internas propias que dependen de procesos de percepción básicos como

la credibilidad de la fuente, los procesos selectivos de llegada de la información, los liderazgos de opinión o las normas grupales. (Poole, 2006).

El clima laboral consiste en un conjunto de características que rodea a los empleados en el medio ambiente organizacional y que marca una diferencia significativa de una empresa a otra para convertirse en un reflejo del comportamiento de la misma organización, dentro de este se integran diversos factores entre los que destacan: Que es externo al individuo, lo rodea y existe en la realidad organizacional Ansionet al, (2004). Este clima está relacionado con la motivación en el empleo debido a que afecta directamente a la satisfacción de los trabajadores pues al verse envueltos dentro de un clima laboral agradable responden de una mejor manera a los estímulos y colaboran con sus superiores para lograr el cumplimiento de objetivos de la organización y de esta manera puedan alcanzar con una mayor facilidad la realización de metas comunes. (Mayra et al., 2014)

## **2.7. La Motivación en el Desempeño Laboral**

La motivación siempre ha sido un tema de gran interés dado que permite conocer el por qué los individuos se sienten atraídos para efectuar lo que desean. Así mismo, nos ayuda a revelar aquello que no se quiere realizar, ya sea porque no nos interesa o porque estamos desmotivados. (Zavala, 2014).

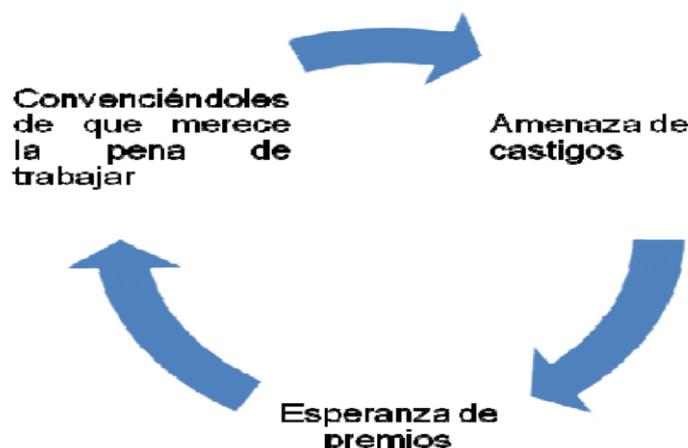
Existe una relación entre la productividad-rendimiento del trabajador y el clima laboral. Parece estar claro que la motivación precisa que la persona tenga una disposición interna a querer o desear hacer algo. Las empresas deben buscar de qué manera se puede lograr que sus empleados deseen trabajar más y mejor. Hay 56 dos factores que influyen en la conducta de los trabajadores y que a su vez están relacionados. (López, 2015).

González (2008) afirma que es un proceso interno y propio de cada persona, refleja la interacción que se establece entre el individuo y el mundo ya que también sirve para regular la actividad del sujeto que consiste en la ejecución de conductas hacia un propósito u objetivo y meta que él considera necesario y deseable. La motivación es una mediación, un punto o lugar intermedio entre la personalidad del individuo y la forma de la realización de sus actividades, es por ello que requiere también esclarecer el de su eficiencia lo que dirige hacia el logro de dichas actividades de manera que tenga éxitos en su empeño.

La motivación es la búsqueda de la satisfacción de la necesidad, búsqueda que generalmente se centra en la realización de actividades específicas tendientes a disminuir la tensión producida por la necesidad. (Reynaga, 2015)

Son las fuerzas internas de una persona que afectan su dirección, intensidad y persistencia de conducta voluntaria, es decir, estar motivados para alcanzar un objetivo concreto (dirección), con un nivel de esfuerzo determinado (intensidad), durante un cierto período (persistencia). (Navarro, 2010).

Según Mayra et al., (2014) La palabra motivación es muy utilizada en la actualidad por lo tanto es difícil dar una definición clara y precisa de esta. Mas sin embargo de él se derivan tres formas para que las personas hagan un esfuerzo tanto físico como mentalmente sin que se sientan con la obligación de hacerlo estas formas son:

Figura 1. Formas de motivación (Mayra *et al.*, 2014)

Esta relación que existe entre el clima laboral y la motivación afecta directamente a la competitividad de una empresa puesto que al mejorar el ambiente interno se fortalece el rendimiento de los empleados que puede observarse de una forma más clara en los procesos de calidad y elaboración de los productos y servicios, esto es de suma importancia en un mundo como el nuestro ya que se encuentra en constante movimiento debido a la globalización. (Bohlander *et al.*, 2001).

La motivación en las últimas décadas fue un objeto de estudio que ha dado origen a diferentes teorías, de las cuales las más importantes han dado lugar a un sin número de investigaciones. La motivación se centra básicamente en descubrir las interrelaciones de los individuos; las conductas humanas. Antes de que la psicología apareciera como ciencia, los filósofos y teólogos ya elaboraban teorías acerca de los motivos que llevaban a una persona a comportarse en una situación determinada de una manera y no de otra. (School, 2015).

## 2.8. Formas de Motivación Laboral.

Relacionar las recompensas con el rendimiento, individualizarlas, que sean justas y valoradas: En este punto nos referimos al sistema de salarios y políticas de ascensos que

se tiene en la organización. Este sistema debe ser percibido como justo por parte de los empleados para que se sientan satisfechos con el mismo, no debe permitir ambigüedades y debe estar acorde con sus expectativas. En casi todas las teorías contemporáneas de la motivación se reconoce que los empleos no son homogéneos, todos tienen diferentes necesidades, también difieren en términos de actitudes, personalidad y otras importantes variables individuales. (Escalante & Gonzalez, 2009).

Una de las situaciones de mayor incidencia en el logro de los objetivos y metas empresariales es el desempeño de los empleados, siendo la motivación, el motor que impulsa en gran medida dicho desempeño. En este sentido, se reconoce en la actualidad que una de las razones más habituales para que un empleado quiera abandonar una organización es la falta de retos y oportunidades de desarrollo profesional, entre otros aspectos, que determinan el entusiasmo y fidelidad hacia una empresa 19, lo que conduce a la pérdida de capital humano. El ser humano desarrolla su existencia en función de un grupo de características motivacionales, que de alguna u otra forma potencian su actuar dentro de una organización. Por lo tanto es de gran relevancia describir la motivación y las distintas teorías existentes con respecto a esta materia, poniendo especial atención en las teorías motivacionales empresariales, esto porque todo gerente o jefe antes de establecer un plan de estrategia para abordar nuevos mercados, confrontar a la competencia, desarrollar nuevos productos o implementar cambios estructurales, siempre debe contemplar la teoría de motivación involucrada, de manera que comprenda que es en función de ésta que el capital humano de la compañía trabaja, y sólo satisfaciendo sus necesidades particulares dicha fuerza laboral genera el logro de los objetivos de toda organización. - Delegación de responsabilidad. - Libertad para decidir cómo realizar un trabajo. - Posibilidades de promoción. - Utilización plena de las habilidades personales. - Formulación de objetivos y evaluación relacionada con estos. - Simplificación del puesto

(por quien lo desempeña). - Ampliación o enriquecimiento del puesto horizontal o verticalmente. (Maldonado & Perucca, 2008).

La motivación en una organización es una táctica imprescindible para las organizaciones, basadas en satisfacer a sus colaboradores con estímulos que modifiquen su comportamiento mejorando su desempeño laboral, el que una organización tenga colaboradores con un nivel alto de motivación permite que éstos puedan desarrollar adecuadamente sus funciones y actividades beneficiando a la empresa, la cual podrá obtener resultados positivos respecto a sus objetivos, además de ello no solo beneficiará a la empresa, sino también tendrá repercusiones positivas en los colaboradores, debido a que lograrán sus metas, sintiéndose productivos y pueden incrementar sus remuneraciones. Para que el colaborador se sienta motivado, la organización debe implementar diferentes estrategias que permitan mejorar la productividad de los colaboradores, como por ejemplo el brindar reconocimiento a sus logros, capacitarlos en los procesos donde existen problemáticas, o beneficios monetarios. Así como también otro factor de satisfacción es el cómodo lugar de trabajo, es decir que sea ergonómica y tenga una adecuada higiene, teniendo en cuenta los recursos, el mobiliario, entre otros. (Medina, 2016).

Según Reynaga, (2015): Podemos puntualizar que, para los trabajadores, las principales fuentes de motivación externa son las siguientes:

- La retribución económica: Aunque en ocasiones a medida que un trabajador va elevando su estatus económico comienza a disminuir la importancia que le da al dinero, por lo que podemos afirmar que el dinero no va a motivar de igual manera a un trabajador que tenga sus necesidades básicas o primarias cubiertas que a un trabajador que las necesita cubrir.

- El reconocimiento dentro de la empresa: Un reconocimiento continuo al trabajador podrá dejar de ser motivador, el reconocimiento deberá ser proporcional al trabajo que se desarrolle.
- La responsabilidad sobre el trabajo: Deberá corresponder con la formación y las capacidades que el trabajador posea.
- El reconocimiento social: Es una gran fuente de motivación, y en ocasiones una fuente de motivación superior al dinero, que el desarrollo de un trabajo sea valorado y reconocido por la sociedad.

Estrategias para motivar al personal. Otra postura se refiere a la creación de condiciones en donde los colaboradores pueden sentirse retados y así ellos puedan desarrollarse profesionalmente, esto quiere decir que se crea un ambiente en donde se promueve la confianza, el trabajador sienta que el trabajo que se ha realizado y elaborado tiene un sentido y un propósito. Una de la debilidad en este enfoque es que el personal de las empresas se sientan desarrolladas únicamente si ven los resultados puntuales en su actividad, la motivación en los empleados se relacionan con el proceso de trabajo y con la participación y la dedicación que tengan en el mismo, sin dejar atrás una constante comunicación con la empresa, por lo que el directivo requiere una clara visualización de la situación de la empresa, el establecimiento de expectativas estrategias y objetivos apropiados y razonables. Es importante saber que la motivación de los colaboradores. (Sum, 2015).

En todos los ámbitos de la existencia humana interviene la motivación como mecanismo para lograr determinados objetivos y alcanzar determinadas metas ya que representa un fenómeno humano universal de gran trascendencia para los individuos y la sociedad. La motivación es un elemento importante del comportamiento organizacional,

que permite canalizar el esfuerzo, la energía y la conducta en general del trabajador, permitiéndole sentirse mejor respecto a lo que hace y estimulándolo a que trabaje más para el logro de los objetivos que interesan a toda organización. La motivación laboral es una herramienta muy útil a la hora de aumentar y mejorar el desempeño de los empleados, ya que proporciona la posibilidad de incentivarlos a que lleven a cabo sus actividades y que además las hagan con gusto, lo cual proporciona un alto rendimiento de parte de la empresa. (Lagos, 2015).

En las organizaciones actualmente es importante la motivación, es un elemento fundamental, los colaboradores de todas las empresas tengan un buen desempeño laboral un factor primordial en el rendimiento de sus actividades para poder llegar a lograr los objetivos de sus metas y así poder tener al personal para que realicen sus actividades con mayor productividad, la motivación se puede realizar de diferentes formas en una organización, esto con el fin de que ellos rindan y den al máximo su desempeño en el área de trabajo. En algunas empresas los colaboradores tienen poca motivación, en relación con su trabajo y con el desempeño de sus actividades, por lo cual se les puede presentar dificultades tanto personales como laborales y esto puede perjudicar tanto al empleado como para la institución, el resultado de esto sería que el colaborador pueda perder su empleo y pueda crear una mala relación tanto con su jefe como con el resto de sus compañeros. Se han generado diferentes programas para motivar al personal, esto con el fin de que ellos sientan que los encargados de las organizaciones se preocupan por sus actividades para alcanzar los objetivos establecidos de su puesto de trabajo, considerando el desempeño que ellos realizan con motivación y esfuerzo para alcanzar resultados positivos. Un buen trabajador animado con ganas de realizar sus actividades genera un beneficio bueno para él, como para la organización y esto ayuda a que se desenvuelva con sus compañeros. (Sum, 2015).

## 2.9. Conflictos

Un concepto clave que es importante precisar desde el comienzo es que conflicto y violencia no son lo mismo. De esta forma, la violencia generalmente va acompañada de nuevos conflictos, pero el conflicto no necesariamente entraña situaciones de violencia. Aunque este tema pueda parecer en cierto modo trivial, no se desprende así de la literatura sobre el tema en la que se vislumbra una carencia de consenso que lleva a definiciones dispares y al manejo de un gran número de vocablos asociados a conflicto o, cuanto menos, de similares características. Así, por ejemplo, en educación se manejan otros términos similares como indisciplina o mal comportamiento. (Pantoja 2005).

Raymond Aron señala que: “El conflicto es una oposición entre grupos e individuos por el logro de bienes escasos o la realización de intereses incompatibles. (Raymond, 1964).

Kenneth Boulding indica que: El conflicto es una manera de conducta competitiva entre personas o grupos. Se da cuando las personas compiten por recursos limitados o percibidos como tales.

Casamayor (2002) señala que un conflicto se genera cuando hay una disputa de intereses o de las necesidades de una persona con los de otra, o con los del grupo o con los de quien detenta la autoridad legítima.

## 2.10. Tipos De Conflictos

Conflictos intrapersonales, Esta forma de conflictos remite al conflicto interior con uno mismo. En diversas ocasiones, nos debatimos entre lo que queremos y aquello que debemos, conviven en nosotros alternativas que se presentan como dilemáticas. Conflictos interpersonales Se ciñe a los conflictos que existen entre dos o más personas

porque existen intereses, necesidades, opiniones, y valores opuestos; o bien aspectos socios emocionales que les generan conflictos.

Prevención del conflicto. Evitar que un conflicto sea destructivo y emprender acciones antes de que se presente como proceso negativo. Este enfoque de prevención del conflicto, significa realmente «promover la prevención de la violencia en los conflictos» y puede ser fácilmente malentendido. Es claro que no se pueden prevenir los conflictos, pero sí se pueden encontrar formas de prevención de la violencia en los conflictos y gestionarlos constructivamente. Gestión del conflicto Regular un conflicto y reducir sus efectos negativos.

Es decir, administrarlo. Este enfoque busca lograr que los conflictos no se intensifiquen con violencia y encontrar mejores formas de afrontarlos manejando las dinámicas que fomentan mayor tensión o son destructivas. Sin embargo, puede entenderse como que no resuelve los problemas de fondo. Resolución del conflicto tocar los problemas de fondo del conflicto y centrarse en la relación y la comunicación entre las partes (también resolución de disputas o solución de problemas).

Este enfoque busca resolver los problemas que encaminan los conflictos, más allá de transformarlos. El enfoque puede verse como más holístico ya que intenta ver los hechos subyacentes como intereses y necesidades en la comunicación de las partes. Transformación de conflictos Superar las causas (de raíz o estructurales) del conflicto y fortalecer las capacidades de solución de conflictos. Johan Galtung, uno de los iniciadores de este enfoque, dice que sólo puede haber paz si se produce una transformación creativa.

### **2.11. Resolución de Conflictos**

Esto sugiere que el enfoque de la transformación de conflictos supera de alguna manera el enfoque de la resolución de conflictos. Hay opiniones opuestas en relación a si

resolución o transformación sea el término más apropiado para un proceso holístico y sostenible que lleve a la paz. La transformación de conflictos asume implícitamente que un conflicto no puede resolverse nunca, y que sólo puede ser transformado. Análisis del conflicto Proceso racional para entender el conflicto, identificar el o los problemas, sus causas y expresiones, sus efectos, sus actores o partes, su desarrollo, historia o proceso, su contexto en todas sus expresiones y niveles. Se recurre a herramientas o instrumentos de análisis como medios para analizar o reflexionar. Manejo de conflictos Capacidades necesarias para analizar, prevenir, gestionar, resolver y/o transformar el conflicto por caminos pacíficos que excluyen la violencia y privilegian el diálogo por Acuerdo (en inglés Conflictsettlement) La implantación de un acuerdo por una tercera parte (también dispute settlement/ arbitraje). Este concepto se utiliza en general en el contexto de un conflicto que se encuentra en una etapa de crisis. Esto se da mucho en el nivel de intervención político-diplomática. En un momento de alta tensión durante un conflicto, se puede dar una explosión de violencia, la guerra o el quiebre de la relación entre las partes en controversia. El uso de la fuerza en una intervención, como la de las Fuerzas de la Paz de las Naciones Unidas, ocurre generalmente en esta etapa de guerra o conflicto violento. En América muchas crisis en los conflictos sociales. (López, 2008).

## **2.12. Hipótesis de la Investigación.**

### **2.12.1. Hipótesis General**

- Las relaciones interpersonales de los empleados de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2018, no son óptimas para mantener el clima laboral favorable.

### **2.12.2. Hipótesis Específicos**

- Los niveles de comunicación de los trabajadores de Pachamama Radio de la ciudad de Puno 2018 no están de acuerdo a las necesidades laborales que se cumplen indistintamente.

- Los tipos de motivación laboral de los trabajadores de Pachamama radio de la ciudad de Puno 2018 que se da no es relativamente intrínseca y extrínseca según las aspiraciones individuales de los trabajadores.

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Ubicación Geográfica del Estudio

La investigación realizada se desarrolló en la Región, Provincia y Distrito de Puno, concretamente en el segmento de medios de comunicación radial, tomando como segmento de estudio y análisis la Radioemisora Pachamama.

#### 3.2. Periodo de Duración del Estudio.

Según el diseño del proyecto elaborado y la ejecución en el acopio de la información su procesamiento e interpretación se inició en el mes de octubre del año 2018, teniendo una duración de 08 meses hasta el presente mes de mayo del año 2019.

#### 3.3. Metodología de la Investigación

El método científico adoptado para la realización del presente trabajo de investigación fue el descriptivo, ello en la medida que se analizó las características de las relaciones interpersonales de los trabajadores de Pachamama Radio.

##### 3.3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación se centró esencialmente en el descriptivo, puesto que se identificó y analizó las características de las relaciones interpersonales entre los trabajadores de Pachamama Radio.

##### 3.3.2. Dimensiones

Las dimensiones de estudio se circunscriben en los siguientes segmentos:

- Relaciones Interpersonales.
- Relaciones entre trabajadores.
- Radio emisora Pachamama.

### 3.3.3. Unidad de análisis.

Las Unidades de estudio fueron las siguientes:

- Relaciones interpersonales.
- Características de estímulo laboral.
- Comunicación interpersonal.

### 3.3.4. Unidad de observación

Las unidades de observación se circunscriben en los siguientes aspectos

Empleados de Radio Pachamama

Relaciones interpersonales.

Relaciones laborales - Estímulos laborales.

## 3.4. Población y Muestra

### 3.4.1. Población.

Para los efectos de la presente investigación, se considera como población de investigación a todos los trabajadores de la institución, siendo un total de 24 trabajadores entre periodistas y personal administrativos en diferentes áreas de trabajo (periodístico) de los cuales 9 son mujeres y 15 varones.

Tabla 1. Personal de Pachamama.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO
01	Dr.CASAZOLA CCAMA JUAN	DIRECCIÓN
02	CUTIPA HUARCAYA GROBER	PRODUCCIÓN

---

03	FLORES LLANO MAURICIO	GUARDIANÍA
04	CONDORI QUEA ROMAN	TÉCNICO
05	ITUSACA ZAMATA FREDY	PERIODISTA
06	CHOQUE HUAMAN MARLENE YSABEL	PERIODISTA
07	VELASQUEZ PARI FELICITAS	LOCUCIÓN
08	MAMANI LOZA WILDER FRANZ	PERIODISTA
09	MAMANI RAMOS HERMINIO	CUIDANTE DE PLANTA EN KM 5
10	CCAMA CCAHUANIHANCCO RIGOBERTO	JEFE DE PRENSA DE IDEAL
11	PALOMINO SARDON BRUNO URIEL	VIGILANCIA PLANTA TRANSMISIÓN
12	PALOMINO CHAHUARES MODESTO	CONDUCCIÓN PROG. AYMARA
13	CHIRE CASTILLO ESMERALDA	CONDUCCIÓN NOTC. Y OPERACIÓN
14	PEREZ QUISPE LEONCIO	LIMPIEZA DE IDEAL
15	CALSIN CONDORI GIOVANA	CONTADORA
16	CHOQUE CONDORI DIANA ABIGAIL	OPERACIÓN

---

---

17	LIPA CERDAN ROLANDO	PRENSA – JULIACA
18	PEREZ ZEA WILLIAM ARTURO	OPERACIÓN SÁBADOS Y DOMINGOS
19	SUPO TIPULA EDGAR HUGO	LOCUTOR PROGRAMA
20	FERNANDEZ MAMANI ORFA YANETH	PROGRAMACIÓN
21	CHACON CHINO KARIN NELLY	PERIODISTA
22	ALANOCA MAMANI NIDIA	CONDUCCIÓN Y REDACCIÓN DE PAGINA WEB
23	CONDORI JALLO AMELIA ADELAIDA	SECRETARIA
24	HUGO MAMANI MAMANI	CONDUCCIÓN AYMARA

---

**Fuente: producto de la investigación**

**3.4.2. Muestra.**

N = n (censal) 24 trabajadores.

**3.5. Técnicas e Instrumentos**

**3.5.1. Técnicas:**

- Entrevista.

**3.5.2. Instrumentos**

- Cuestionario.
- Programa Excel.
- Spss.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Análisis de Interpretación de Resultados de Investigación

Con la finalidad de tener una visión amplia de las características de Las unidades de investigación, es muy necesario detallar los indicadores de la muestra censal, ello en base a sexo, edad, condición laboral, tiempo de labor en la emisora Pachamama Radio, con esas referencias que constituyen los valores de las variables es que explicamos interpretamos las interrogantes planteadas en el trabajo de investigación.

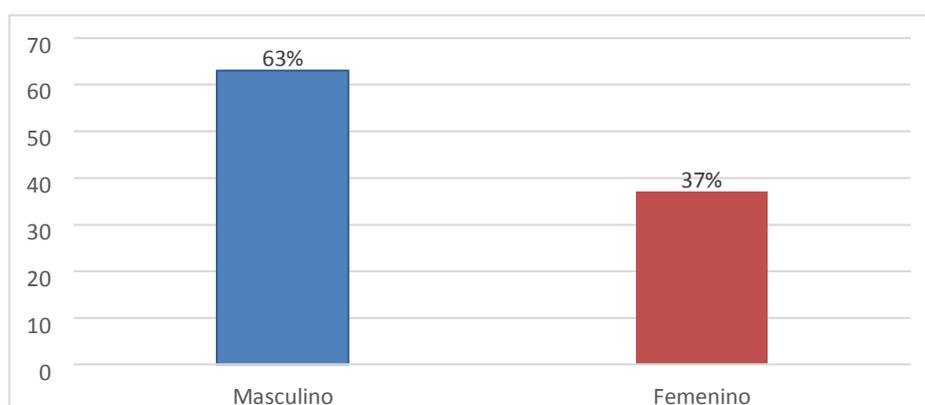
En ese sentido a continuación exponemos la información recabada.

Tabla 2. Características de la muestra según sexo

	<b>Fr</b>	<b>Fr %</b>
<b>SEXO</b>		
<b>Masculino</b>	<b>15</b>	<b>63</b>
<b>Femenino</b>	<b>9</b>	<b>37</b>
	<b>24</b>	<b>100</b>

**Fuente: Producto de la Investigación**

Figura 2. Características de la muestra según sexo.



**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 2 se aprecia la naturaleza de la muestra de estudio, es decir, las unidades de análisis la cual está conformada por un total de 24 unidades que significan el 100 de la muestra. De ello se observa que la población masculina representa el 63% y la femenina 37%.

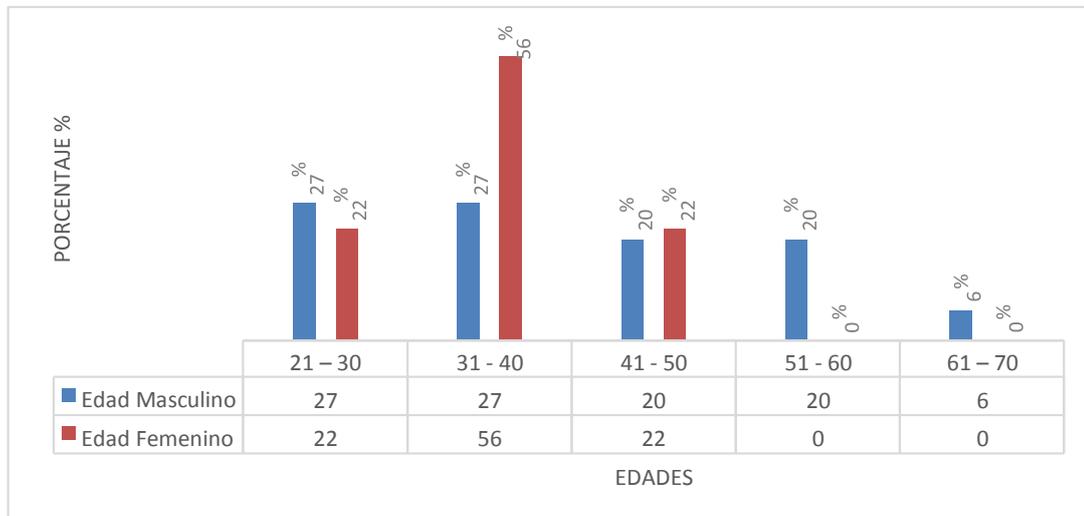
Interpretando estas cifras porcentuales podemos señalar que existe una mayoría significativa de la población femenina deduciendo una diferencia de 26 puntos porcentuales entre ambos indicadores.

Tabla 3. Características de la muestra según edad.

Edad	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr %
21 – 30	4	27	2	22
31 - 40	4	27	5	56
41 - 50	3	20	2	22
51 - 60	3	20	-	-
60 – 61	1	6	-	-
Total	15	100	9	100

**Fuente: Producto de la Investigación**

Figura 3. Características de la muestra según edad.



Fuente: Producto de la Investigación.

En la Figura 3, se aprecia las características de la muestra en función a edad, debemos indicar que se tiene cinco intervalos de clase cuyo indicador menor es de 21 años y el máximo 70 años, la distribución de la población en cuanto al segmento masculino es la siguiente: en los intervalos de 21 a 30 años y de 31 a 40 años, tienen un indicador del 27% respectivamente, seguido de los espacios de 41 a 50 años y de 51 a 60 años de edad en ambos casos poseen el 20% de la población masculina. Finalmente, se percibe que el 6% se ubica entre 61 y 70 años de edad.

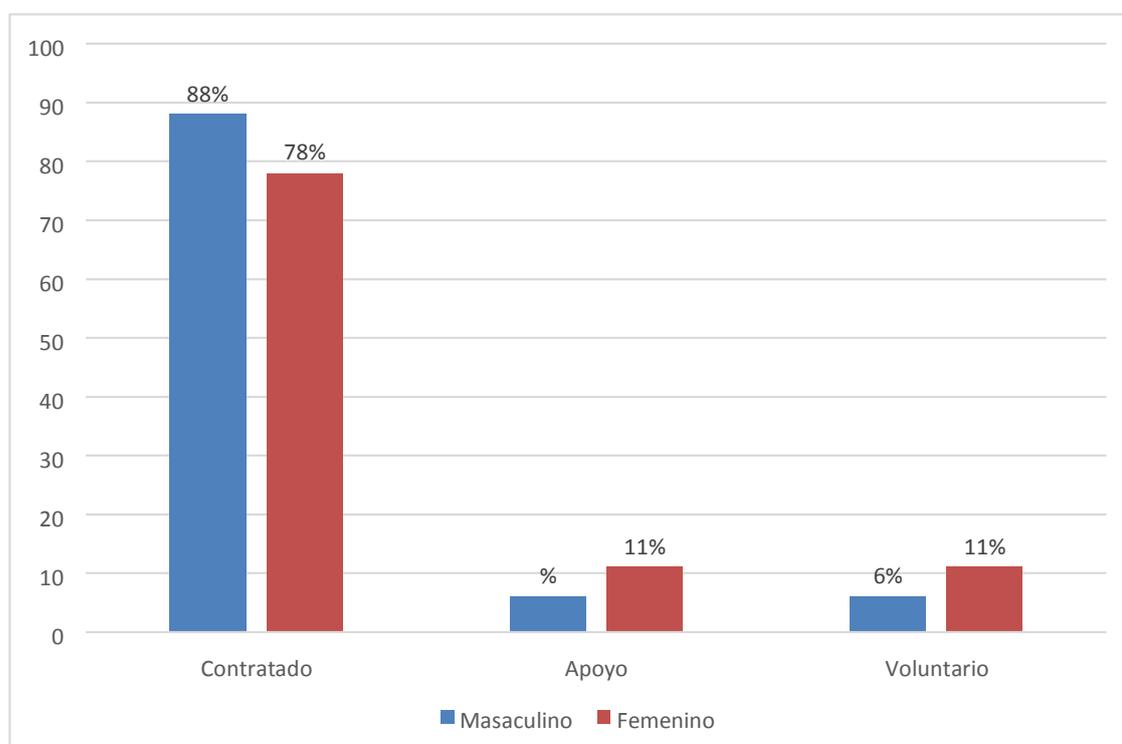
En lo concerniente a los indicadores de la variable femenina, los datos se configuran del siguiente modo. El 56% de ubica entre 31 y 40 años edad, seguido simultáneamente de los intervalos de 21 a 30 años y de 41 a 50 años, en ambos casos se ubican el 22% de la población. Debemos señalar que los otros espacios o intervalos no poseen indicador porcentual alguno. Se debe enfatizar que mayoritariamente los trabajadores de Pachamama Radio se ubican entre el intervalo de 31 a 40 años de edad.

Tabla 4. Características de la muestra según condición laboral

Condición laboral	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
<b>Contratado</b>	<b>13</b>	<b>88</b>	<b>7</b>	<b>78</b>
<b>Apoyo</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>Voluntario</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 4. Características de la muestra según condición laboral



Fuente: Producto de la Investigación.

A efectos de desempeñar eficientemente las funciones que asumen los trabajadores o empleados, es fundamental la condición laboral y los niveles de remuneración, de ello dependen las posibilidades de la satisfacción de necesidades básicas del empleado. En ese sentido en la Figura 4 observamos que, en el caso del segmento masculino, el 88% de los encuestados laboran en calidad de contratados, del mismo modo, tanto el personal que laboran en calidad de apoyo y voluntariado y ostentan el 6% respectivamente,

En el caso del segmento femenino, se aprecia que 78% trabajan en calidad de contratadas, seguido de 11% que representa a las trabajadoras en calidad de apoyo y voluntarias.

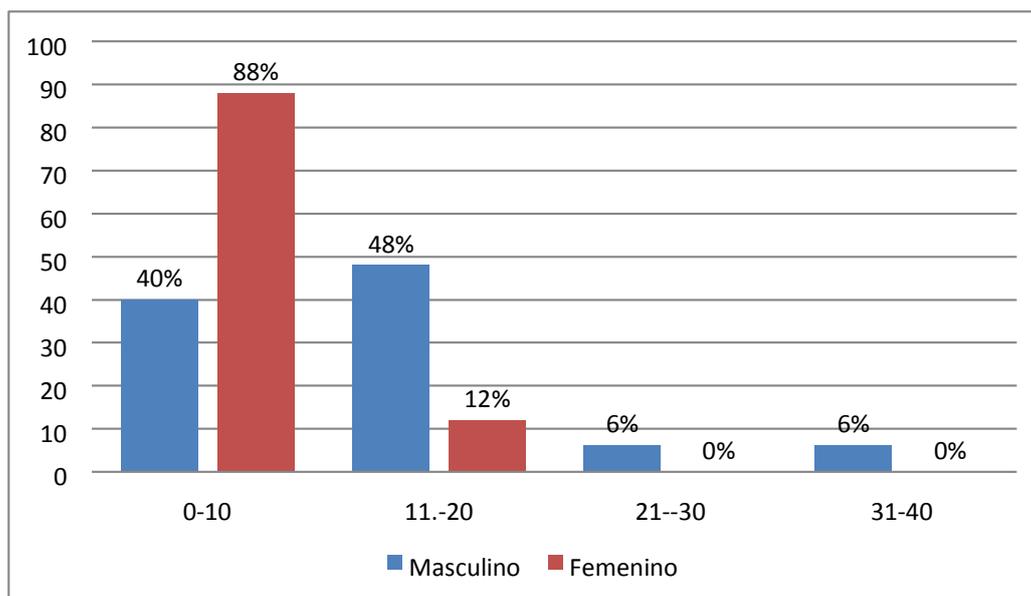
Interpretando estos datos, se puede deducir que la condición de la Empresa de Radiodifusión Pachamama, el cual es una empresa sin fines de lucro, no está en condiciones de tener personal nombrado, es por ello que los trabajadores laboran en condición de contratados.

Tabla 5. Características de la muestra según tiempo de labor en Pachamama Radio.

Tiempo de labor	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
0 - 10	6		8	88
11 - 20	7		1	12
21 - 30	1		-	-
31 - 40	1		-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

**Fuente: Producto de la Investigación**

Figura 5. Características de la muestra según tiempo de labor en Pachamama Radio



**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 5 en referencia se aprecia los datos relacionados al tiempo de labor que tienen los trabajadores de Pachamama Radio, en el caso de la población masculina se aprecia un 40% laboran teniendo como tiempo máximo de 10 años, del mismo modo 46% refiere que trabaja entre 11 y 20 años, es el segmento más significativo en este análisis, luego se percibe 7 % labora en esta radioemisora por un lapso máximo de 21 a 30 años y de 31 a 40 años respectivamente.

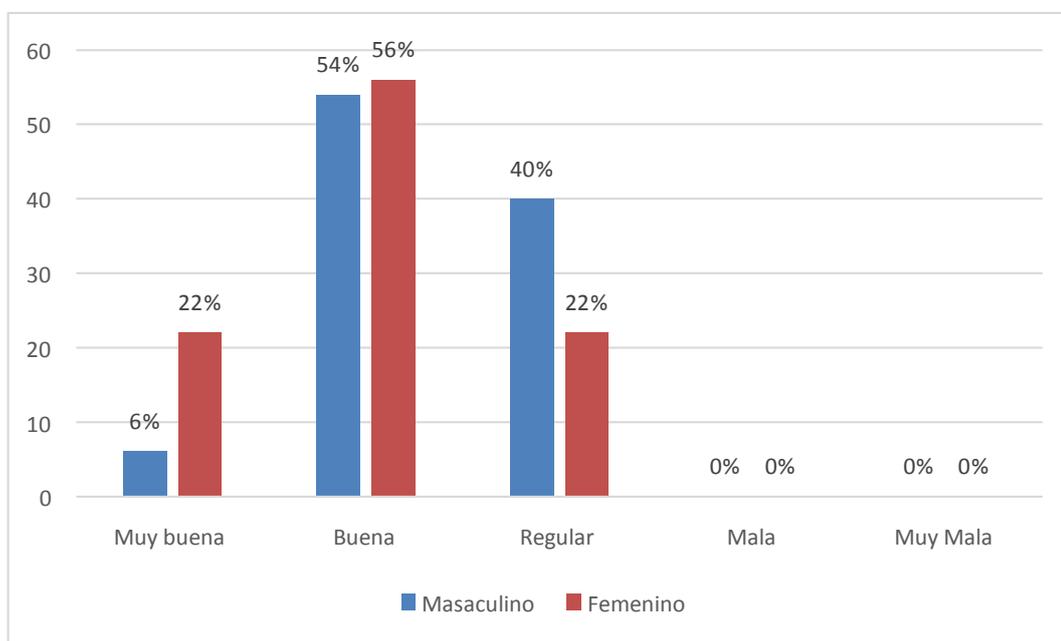
En relación al segmento femenino, se aprecia que el 88% de los encuestados refieren que laboran entre los 10 años, y un 12 % entre 11 a 20 años de trabajo en la radioemisora Pachamama. Obsérvese que los otros intervalos carecen de valor porcentual. De estas cifras se desprende que la mayoría de los trabajadores entre los segmentos masculino y femenino, se ubican en los intervalos de 0 a 20 años de labor, el cual significa que existe niveles de identidad y compromiso institucional aceptables en esta importante radioemisora de la Región de Puno.

Tabla 6. Valoración de la comunicación interpersonal entre los trabajadores de Pachamama Radio.

Calificación	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Muy buena	1	6	2	22
Buena	8	54	5	56
Regular	6	40	2	22
Mala	-	-	-	-
Muy Mala	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 6. Valoración de la comunicación interpersonal entre los trabajadores de Pachamama Radio



**Fuente: Producto de la Investigación**

Los adecuados niveles de comunicación interpersonal en cualquier organización son de vital importancia, para el logro de sus funciones y objetivos. La praxis de sistemas de comunicación permite un trabajo más coordinado y eficaz. Bajo estas premisas, se aprecia en la Figura 6 los indicadores de la valoración de la comunicación interpersonal por parte de los trabajadores de Radio Pachamama, en ese sentido tenemos los siguientes promedios.

En el segmento masculino se percibe que el 54% de los encuestados aluden que la comunicación interpersonal que se configura entre los trabajadores de Pachamama Radio es buena, del mismo modo 40% refieren que la comunicación es regular, luego se observa que 6% manifiestan que la comunicación es muy buena. Obsérvese que los apartados malos y muy malos no tienen significado alguno.

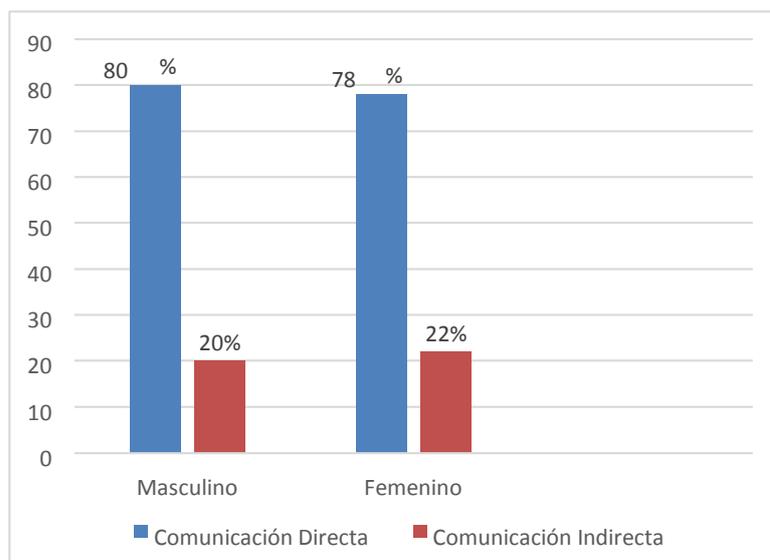
En referencia al acápite femenino se percibe que 56% indican que la comunicación es buena, seguido indistintamente de un 22% que manifiestan que es muy buena y regular respectivamente. Igual caso del segmento masculino, los apartados mala o muy mala no tienen dato porcentual alguno.

Tabla 7. Tipo de comunicación que se da entre los trabajadores de Pachamama Radio

Tipo de Comunicación	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
<b>Comunicación Directa</b>	<b>12</b>	<b>80</b>	<b>7</b>	<b>78</b>
<b>Comunicación Indirecta</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>22</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

**Fuente: Producto de la Investigación**

Figura 7. Tipo de comunicación que se da entre los trabajadores de Pachamama Radio



**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 7, se consignan la información estadística referida a los tipos de comunicación que se practica en Pachamama Radio, es decir, si la comunicación es directa o indirecta. Los datos en este rubro tienen el siguiente detalle: En cuanto al segmento masculino el 80 % de los encuestados manifiestan que la comunicación que se da entre los trabajadores de esta radioemisora es la comunicación directa. Y el 20% refieren que es indirecta. En relación a la población femenina los datos son casi similares, así el 78% indican que la comunicación es directa y 22% mencionan que la comunicación que se configura o practica en Pachamama Radio es indirecta.

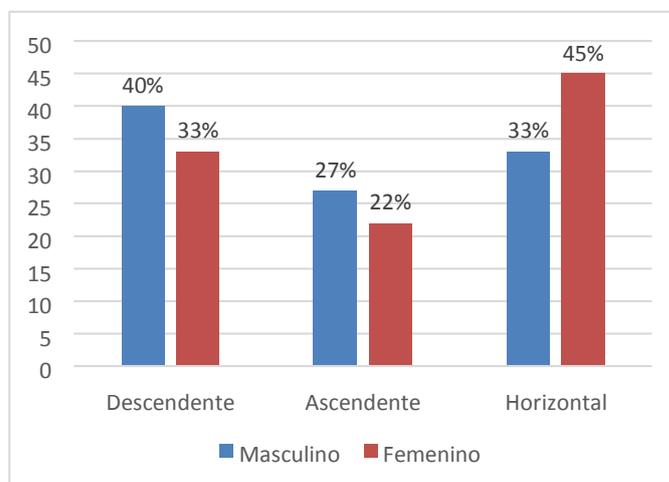
Los datos referidos significan que, en efecto, la comunicación es directa puesto que la acción cotidiana de los trabajadores es a través de la comunicación oral, la cual se da de modo objetivo y real, ello a través de la asignación de tareas o responsabilidades, los informes luego de una labor efectuada, etc.

Tabla 8. Comunicación entre trabajadores de Pachamama Radio

Comunicación	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Descendente	6	40	3	33
Ascendente	4	27	2	22
Horizontal	6	33	4	45
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 8. Comunicación entre trabajadores de Pachamama Radio.



Fuente: Producto de la Investigación

En la Figura 8, se perciben la información estadística sobre la configuración de la comunicación en base a su emisión, es decir, si es descendente cuando lo dan los directivos o ascendente cuando existen peticiones o puntos de vista sobre algún tema de

labor o si es horizontal, cuando se dan en las reuniones o sesiones de trabajo. En ese sentido, en la variable masculina se aprecia que 40% de la población indican que la comunicación es descendente, el cual es mayoría en este análisis, luego el 33% refieren que la comunicación es horizontal y el 27% manifiestan que la comunicación es ascendente, es decir, de trabajador a directivo. De otro lado, teniendo como referencia la variable femenina, las cifras porcentuales se configuran del siguiente modo, el 45% manifiestan que la comunicación es horizontal, la cual se da generalmente en las sesiones o talleres de trabajo que se realizan en la radioemisora, luego se tiene el 33% quienes indican que la comunicación es descendente y el 22% refieren que la comunicación es ascendente.

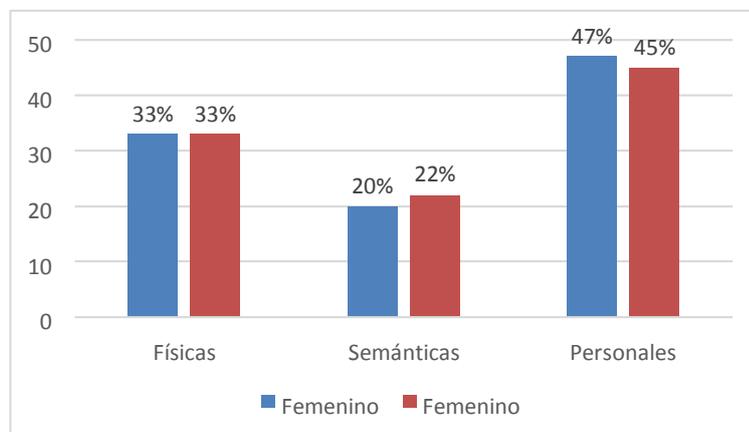
Frente a estos datos estadísticos podemos señalar que, en las organizaciones sociales, a efectos de impulsar su desarrollo y dinámica institucional, las comunicaciones son esenciales en la medida que integra a los trabajadores de la dependencia, las hacen más directas y orientan el logro de objetivos y metas, en la labor administrativa permite lograr los objetivos estratégicos y consiguientemente brindar un buen servicio a los receptores o en este caso a los radioescuchas.

Tabla 9. Barreras Comunicacionales Entre Trabajadores De Pachamama Radio

Barreras Comunicacionales	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Físicas	5	33	3	33
Semánticas	3	20	2	22
Personales	7	47	4	45
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 9. Barreras Comunicacionales Entre Trabajadores De Pachamama Radio.



Fuente: Producto de la Investigación

En los procesos de comunicación interpersonal, intervienen una serie de elementos que la dinamizan, pero se debe enfatizar que ese proceso no es uniforme, al contrario, se configuran barreras semánticas, físicas o personales, las que influyen en la toma de decisiones o en las labores y responsabilidades que se puedan cumplir. En la

Figura 9, se aprecian las cifras porcentuales en cuanto a las barreras comunicacionales que se configuran en la dinámica diaria entre los trabajadores de Pachamama Radio. En ese sentido en la variable masculina se aprecia que el 47 % de los encuestados indican que existen barreras personales, aquellas que se circunscriben entre el emisor y receptor de los mensajes, luego se aprecia que el 33 % indican que existen barreras físicas y un 20 % manifiestan que en los procesos de comunicación interpersonal, se dan barreras semánticas, es decir, los receptores no le dan el significado o malinterpretan los mensajes que fluyen entre los componentes de los proceso comunicacionales entre trabajadores de Pachamama radio.

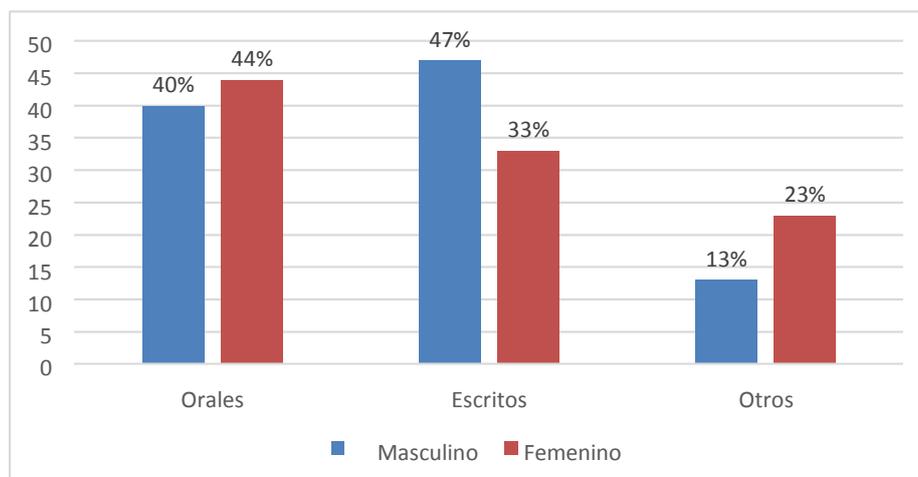
En cuanto a la población femenina, los datos difieren en pocos puntos porcentuales, el 45% mencionan que existen barreras personales en la comunicación interpersonal entre trabajadores, seguido de un 33% que indican que se dan barreras físicas y un 22% refieren que hay problemas de interpretación o comprensión de los mensajes que fluyen entre emisores y receptores.

Tabla 10. Medios de información que se emplea entre trabajadores de Pachamama Radio.

Medios de Información	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Orales	6	40	4	44
Escritos	7	47	3	33
Otros	2	13	2	23
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 10. Medios de información que se emplea entre trabajadores de Pachamama Radio.



**Fuente: Producto de la Investigación.**

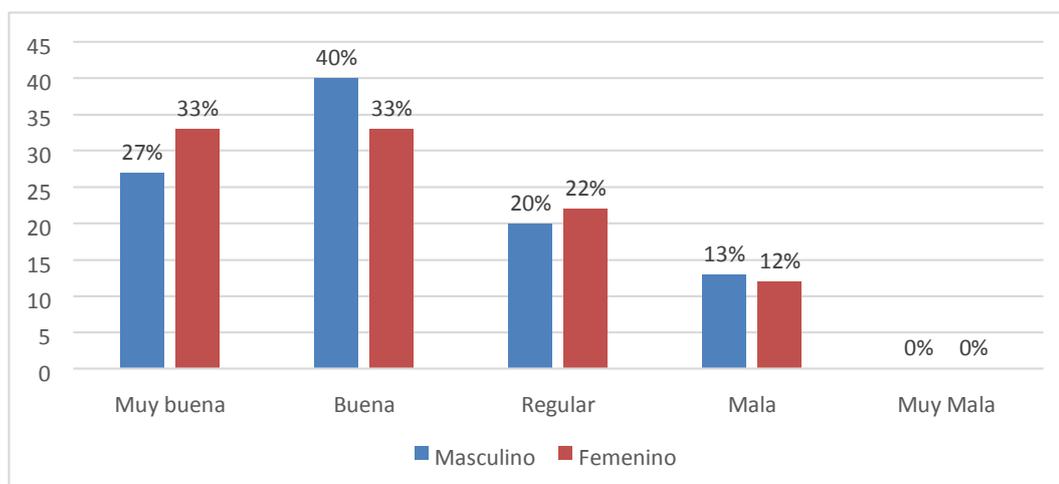
Al interior de las organizaciones se emiten comunicaciones de diversa índole, estos pueden ser orales mediante la comunicación cara a cara o directa, del mismo modo, se emplean documentos diversos es decir la comunicación escrita, y también se utilizan otros medios que están sujetas al empleo de las tecnologías de la información y la comunicación, En Pachamama Radio Figura 10, en cuanto a los medios de información que con mayor énfasis se emplean son los siguientes. En cuanto a la población masculina, el 47% aluden que las informaciones se dan en forma escrita, es decir, mediante el empleo de diversos documentos de manejo administrativo, seguido de los medios orales referidas a la palabra hablada, la oralidad, y finalmente se tiene que el 13% refieren que se emplean otros medios, tales como el whatsapp, las redes o grupos virtuales. En torno a la población femenina, el 44% indican que las informaciones se ubican dentro de la dimensión de la comunicación oral, hablada, del mismo modo el 33% aluden que las informaciones son escritas, mediante la emisión de diversos documentos administrativos y finalmente se aprecia que el 23% de las encuestadas manifiestan que las informaciones se dan a través de otros medios que generalmente se circunscriben en el empleo de las tecnologías de las informaciones.

Tabla 11. Valoración del clima laboral entre trabajadores de Pachamama Radio

Valoración	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Muy buena	4	27	3	33
Buena	6	40	3	33
Regular	3	20	2	22
Mala	2	13	1	12
Muy Mala	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 11. Valoración de clima laboral entre trabajadores de Pachamama Radio



Fuente: Producto de la Investigación.

En la Figura 11, se aprecian los indicadores porcentuales sobre el ambiente o clima laboral donde trabajan los empleados de Pachamama Radio, en cuanto al segmento masculino los resultados adquieren las siguientes características.

El 40% de los encuestados indican que el ambiente donde laboran es buena y posibilitan el cumplimiento de las responsabilidades asignadas, puesto que un buen

ambiente o clima laboral es motivante para la consecución de las funciones asignadas. En ese orden el 27% califican al ambiente de muy bueno, luego 20% indican que el ambiente laboral es regular y un 13% aluden que el ambiente es malo, debemos que indicar que el apartado o la opción muy mala no tiene ningún dato porcentual.

En cuanto a la dimensión femenina, los datos tienen las siguientes características las alternativas muy buena y buena, cada una de ellas poseen 33% respectivamente, posteriormente se aprecia que 22% refieren que el ambiente o clima laboral es regular y un 12% manifiestan que es mala.

Puntualizamos que la opción muy mala no tiene valor alguno, es similar a lo configurado en la población masculina.

Tabla 12. Ocurrencias de situaciones de labor entre trabajadores de Pachamama Radio.

Situaciones	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
<b>A</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>33</b>
<b>B</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>22</b>
<b>C</b>	<b>5</b>	<b>33</b>	<b>3</b>	<b>33</b>
<b>D</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

a) Acaparar la conversación sin permitir que el otro se exprese.

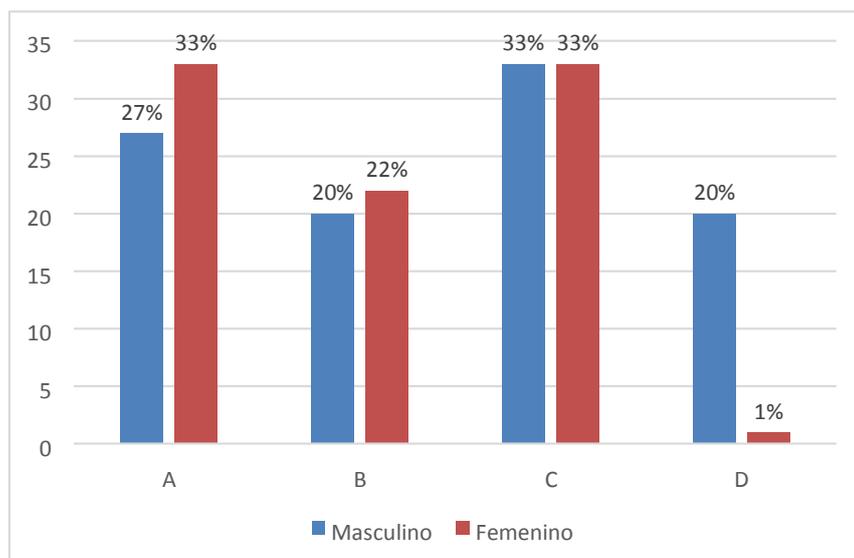
b) Actitud negativa de mantenerse al margen, estar callado.

c) Comunicación democrática centrada en la participación de todos.

d) Otorgar credibilidad a rumores que perjudican la comunicación interpersonal.

e)

Figura 12. Ocurrencias de situaciones de labor entre trabajadores de Pachamama Radio



**Fuente: Producto de la Investigación**

- f) Acaparar la conversación sin permitir que el otro se exprese.
- g) Actitud negativa de mantenerse al margen, estar callado.
- h) Comunicación democrática centrada en la participación de todos.
- i) Otorgar credibilidad a rumores que perjudican la comunicación interpersonal.

**Fuente: Producto de la Investigación.**

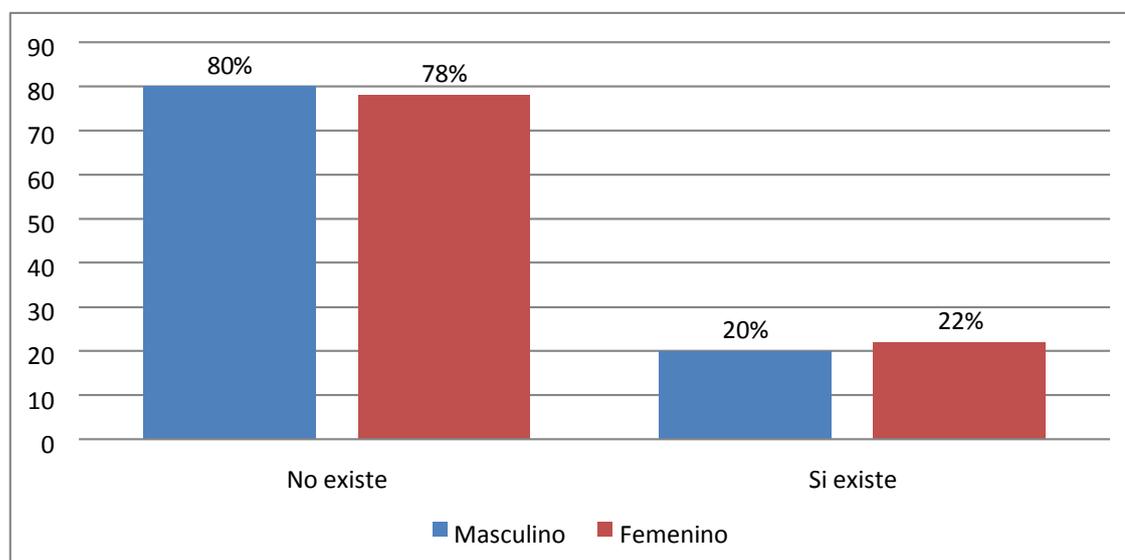
En la Figura 12, se sistematizan la información porcentual sobre las ocurrencias o situaciones diversas que se dan en Pachamama Radio. En el segmento masculino, se percibe que el 33% manifiestan que existe comunicación democrática centrada en la participación de todos los trabajadores de la radio emisora. Posteriormente el 27% indican que hay personas que acaparan la conversación impidiendo la participación de los demás. Luego se aprecia que las alternativas: actitud negativa de mantenerse al margen, estar callado y otorgar credibilidad a rumores que perjudican la comunicación interpersonal, cada una de ellas ostentan 20% respectivamente.

En referencia a la población femenina, los datos tienen los siguientes detalles: la opción A, Acaparar la conversación sin permitir que el otro se exprese y la opción C, Comunicación democrática centrada en la participación de todos, cada una de ellas poseen 33 % respectivamente, seguido de la opción B, Actitud negativa de mantenerse al margen, estar callado, cuyo dato porcentual es de 22 % y finalmente se percibe 12% de la opción D, Otorgar credibilidad a rumores que perjudican la comunicación interpersonal.

Tabla 13. Existencia de sistemas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama Radio.

Existe Motivación Laboral	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
No existe	12	80	7	78
Si existe	3	20	2	22
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Figura 13. Existencia de sistemas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama Radio



**Fuente: Producto de la Investigación.**

Los sistemas de motivación laboral en las organizaciones desempeñan un rol muy importante, permiten el mejor desempeño de los trabajadores y desde la dirección o administración se deben implementar procesos de motivación, bajo estas concepciones, en la Figura 13, se aprecian los indicadores porcentuales que inherentes a los procesos de motivación laboral entre los trabajadores de Pachamama Radio, en ese sentido tenemos los siguientes resultados:

En el segmento masculino, se aprecia que el 80 % manifiestan que no existe motivación hacia los trabajadores de Pachamama radio, solo el 20% de los encuestados indican que si existe formas de estímulo laboral hacía los trabajadores de esta importante radioemisora de la región de Puno.

En cuanto a las respuestas del rubro o población femenina, las cifras son cuasi similares de las respuestas otorgadas por la población masculina, el 78% de las

encuestadas refieren que no hay sistemas de motivación laboral, del mismo modo, 22% responden que sí existe motivación hacia el desempeño de las funciones o responsabilidades que se asumen en la organización.

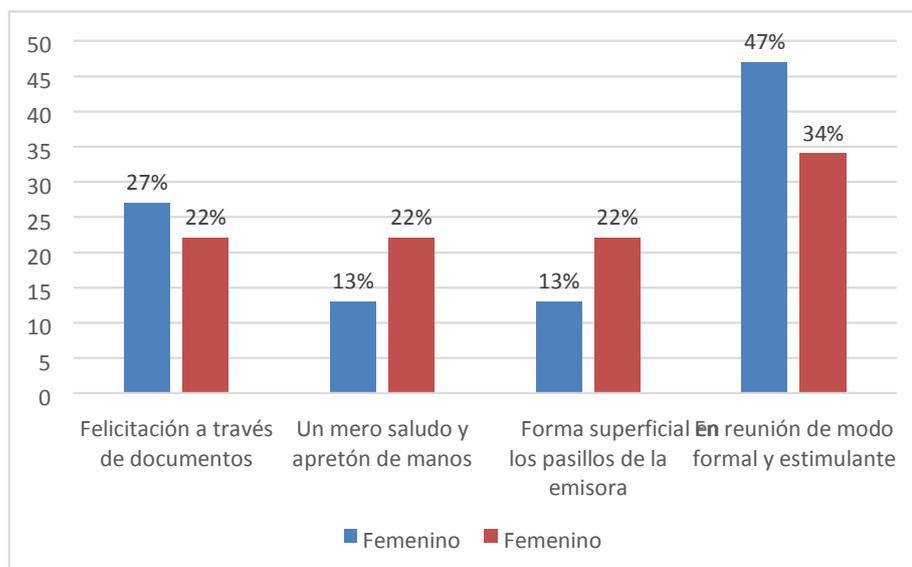
Las políticas de motivación laboral en los empelados permiten el desempeño de mejor forma de las responsabilidades o funciones asignadas, más aún si se trata de una organización ligada a la actividad informativa, consideramos que las cifras configuradas en Pachamama Radio, reflejan problemas que con buen tino y criterio es subsanable en esta emisora.

Tabla 14. Formas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama radio

Formas de motivación Laboral	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Felicitación a través de documentos	4	27	2	22
Un mero saludo y apretón de manos	2	13	2	22
Forma superficial en los pasillos de la emisora	2	13	2	22
En reunión de modo formal y estimulante	7	47	3	34
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación

Figura 14. Formas de motivación laboral entre trabajadores de Pachamama radio.



**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 14 se sistematiza las respuestas del segmento sobre las formas de motivación, en ese sentido tenemos los siguientes resultados.

Del segmento masculino el 47% responden que los estímulos laborales se realizan en una reunión de modo formal. Luego el 27% indica, que se da a través de una felicitación mediante documento, luego las opciones o alternativas Un mero saludo y apretón de manos y forma superficial en los pasillos de la emisora, cada una de ellas tiene 13% respectivamente.

En el caso del apartado femenino, 34% sostienen que los estímulos o motivaciones laborales se centran en una reunión de modo formal, es decir una felicitación delante de los trabajadores. En torno a las otras alternativas tales como, Felicitación a través de documentos, un mero saludo y apretón de manos, y en forma superficial en los pasillos de la emisora, cada una de ellas tiene 22% respectivamente.

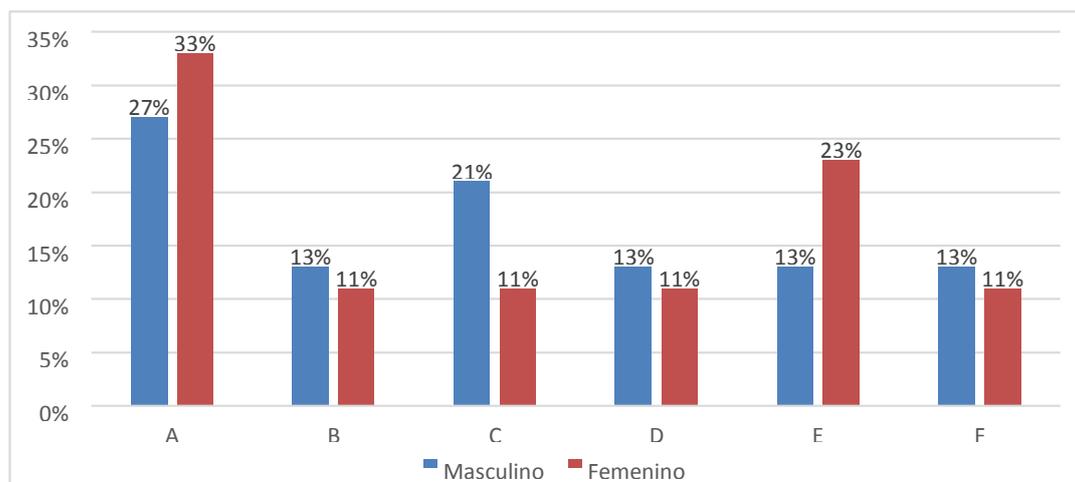
Tabla 15. Políticas de mejora y estimulación a los trabajadores de Pachamama Radio

Políticas de Motivación y Estimulación Laboral.	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
<b>A</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>33</b>
<b>B</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>C</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>D</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>E</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>23</b>
<b>F</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

**Fuente: Producto de la Investigación**

- a) Asumir responsabilidades
- b) Trabajar en un buen ambiente
- c) Tener buena relación con los compañeros.
- d) Poder conciliar vida laboral y personal
- e) Poder aportar sugerencias, propuestas, soluciones
- f) Conseguir un reconocimiento por el trabajo realizado

Figura 15. Políticas de mejora y estimulación a los trabajadores de Pachamama Radio



- g) Asumir responsabilidades
- h) Trabajar en un buen ambiente
- i) Tener buena relación con los compañeros.
- j) Poder conciliar vida laboral y personal
- k) Poder aportar sugerencias, propuestas, soluciones
- l) Conseguir un reconocimiento por el trabajo realizado

**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 15, se aprecia los resultados sobre las políticas de mejora y estimulación a los trabajadores de Pachamama Radio, ello en función a seis alternativas, codificadas como A, B, C, D, E y F, cada una de ellas con sus respectivas significaciones. Bajo esos parámetros la población masculina, aflora los siguientes indicadores porcentuales. 27% refieren que una manera de estimular a los trabajadores es mediante la asignación de nuevas responsabilidades, seguido de 21% que indican la necesidad de tener o establecer una buena y adecuada relación con los compañeros. Se debe subrayar que indistintamente las otras opciones tales como:

Trabajar en un buen ambiente, Poder conciliar vida laboral y personal, Poder aportar sugerencias, propuestas, soluciones y Conseguir un reconocimiento por el trabajo realizado, cada una de ellas ostenta 13% respectivamente.

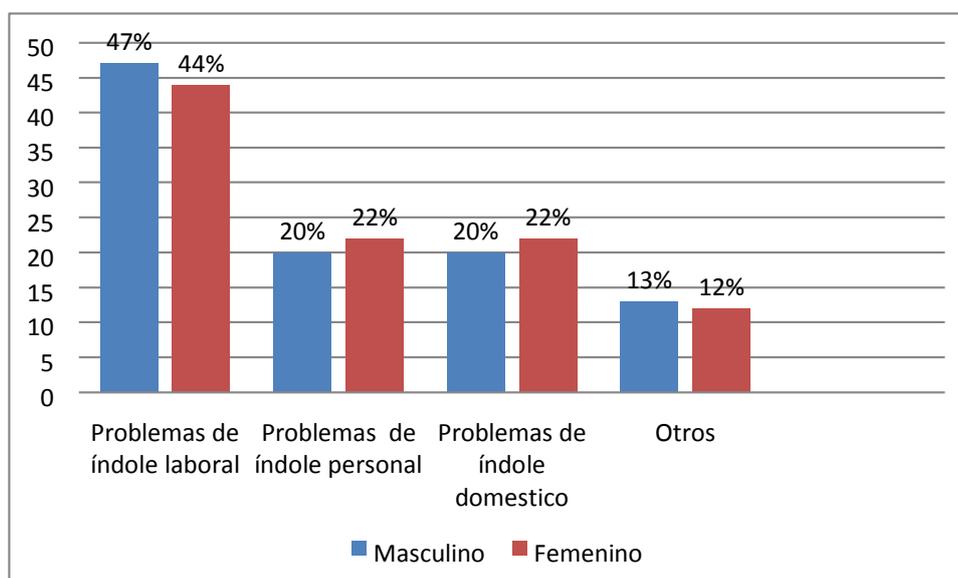
Ahora en torno a las respuestas del rubro femenino, las respuestas tienen las siguientes características: 33% sostiene que se dan las posibilidades de asumir nuevas responsabilidades o nuevas tareas que significan nuevos retos en la labor profesional, luego 23% indican que existe la posibilidad de poder aportar e implementar sugerencias, propuestas y soluciones a los problemas o dificultades que se puedan configurar en la Radio emisora. Las otras opciones tales como trabajar en un buen ambiente laboral, tener o establecer buen ambiente laboral para con los otros compañeros d trabajo, poder conciliar la vida laboral y personal, y finalmente conseguir un reconocimiento por la labor desarrollada, cada una de estas alternativas tienen 11% respectivamente.

Tabla 16. Problemas interpersonales entre trabajadores de Pachamama Radio

Problemas Interpersonales entre Trabajadores	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
Problemas de índole laboral	7	47	4	44
Problemas de índole personal	3	20	2	22
Problemas de índole domestico	3	20	2	22
Otros	2	13	1	12
Total	15	100	9	100

**Fuente: Producto de la Investigación**

Figura 16. Problemas interpersonales entre trabajadores de Pachamama Radio.



**Fuente: Producto de la Investigación.**

En las diversas organizaciones sociales y comunicativas, por naturaleza y dinámica de la interacción social de las personas, donde cada una de ellas tienen sus propias personalidades, se forman estereotipos de conductas las cuales no siempre agradan a las demás personas o compañeros de trabajo. En ese sentido en la Figura 16, se aprecian los resultados de la naturaleza de los problemas interpersonales que se dan entre los trabajadores de Pachamama radio, en el segmento masculino el 47% de los encuestados refieren que existe problemas de índole laboral, referidos a variables de preferencias, competencia entre trabajadores o niveles de favoritismo o parcialización de parte de algunos directivos de la radioemisora, luego indistintamente tanto la opción problemas de índole personal y problemas de índole doméstico, cada una de estas alternativas poseen 20 % respectivamente y finalmente se aprecia que la opción otros indica 13%. La opción otros, representa las inconveniencias e incompatibilidades relacionados a mal interpretaciones o problemas que guardan no trascendencia alguna en la labor diaria, pero que sí influye en la dinámica del trabajo cotidiano en la radioemisora.

En lo concerniente al segmento femenino, las respuestas son las siguientes: 44% indican que existen problemas de laboral, seguido indistintamente de las opciones problemas de índole personal y doméstico cada una de ellas posee 22% respectivamente, finalmente en esa línea de análisis la opción otro tiene 12% del total. Debemos resaltar que los resultados son cuasi análogos o simétricos con los resultados del segmento masculino.

Tabla 17. Tratamiento para la solución de problemas entre trabajadores de Pachamama

Radio

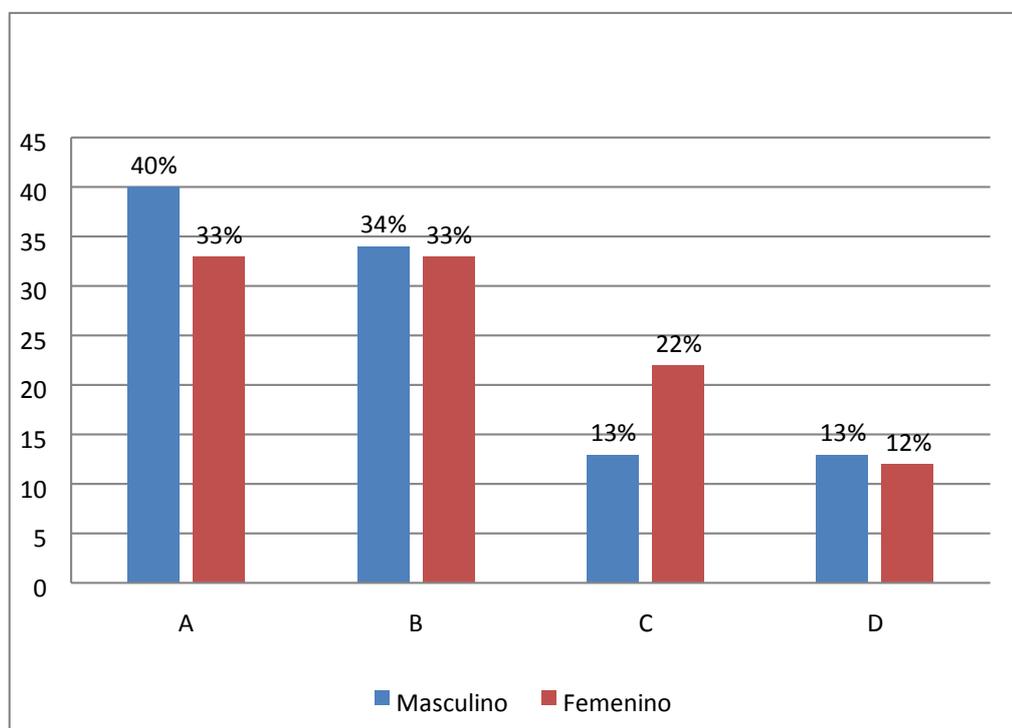
Tratamiento	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
<b>A</b>	<b>6</b>	<b>40</b>	<b>3</b>	<b>33</b>
<b>B</b>	<b>5</b>	<b>34</b>	<b>3</b>	<b>33</b>
<b>C</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>22</b>
<b>D</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>12</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

**Fuente: Producto de la Investigación**

- a.- Se llama a las partes a una reunión para tratar el problema.
- b.- Se conversa por separado con las partes.
- c.- Se emiten documentos a las partes para recabar información del problema.
- d.- Se obvia y se deja de lado.

Figura 17. Tratamiento par a la solución de problemas entre trabajadores de Pachamama

Radio



- a.- Se llama a las partes a una reunión para tratar el problema.
- b.- Se conversa por separado con las partes.
- c.- Se emiten documentos a las partes para recabar información del problema.
- d.- Se obvia y se deja de lado.

**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 17, se presentan los resultados cuantitativos en lo concerniente al tratamiento que se adopta para implementar la solución a los problemas entre los trabajadores del Pachamama radio. En ese sentido los resultados adquieren las siguientes características, en el segmento masculino un significativo 40% manifiestan que cuando surgen problemas entre trabajadores de la radio lo que hace la instancia superior es llamar a las partes a una reunión de trabajo para tratar el problemas, luego 34% indica que la superioridad opa por conversar con las partes en conflicto pero en forma separada, posteriormente se aprecia que las opciones C y D, es decir, que se emiten documentos a

las partes para recabar y ampliar información sobre el problemas suscitado, del mismo con la opción D, el cual refiere que los problemas se obvian y se dejan de lado.

En torno a los resultados que vertieron el segmento femenino, las cifras porcentuales se configuran del siguiente modo, las opciones A y B, es decir, que se llama a las partes a una reunión para tratar el problema y se conversa por separado con las partes, para tratar el problema cada una de ellas tiene 33% respectivamente, del mismo modo, la opción C, que implica, que se emiten documentos las partes para recabar información del problema, esta opción tiene 22% y finalmente la opción D, que, el problema se obvia y se deja de lado, posee 12% del total porcentual.

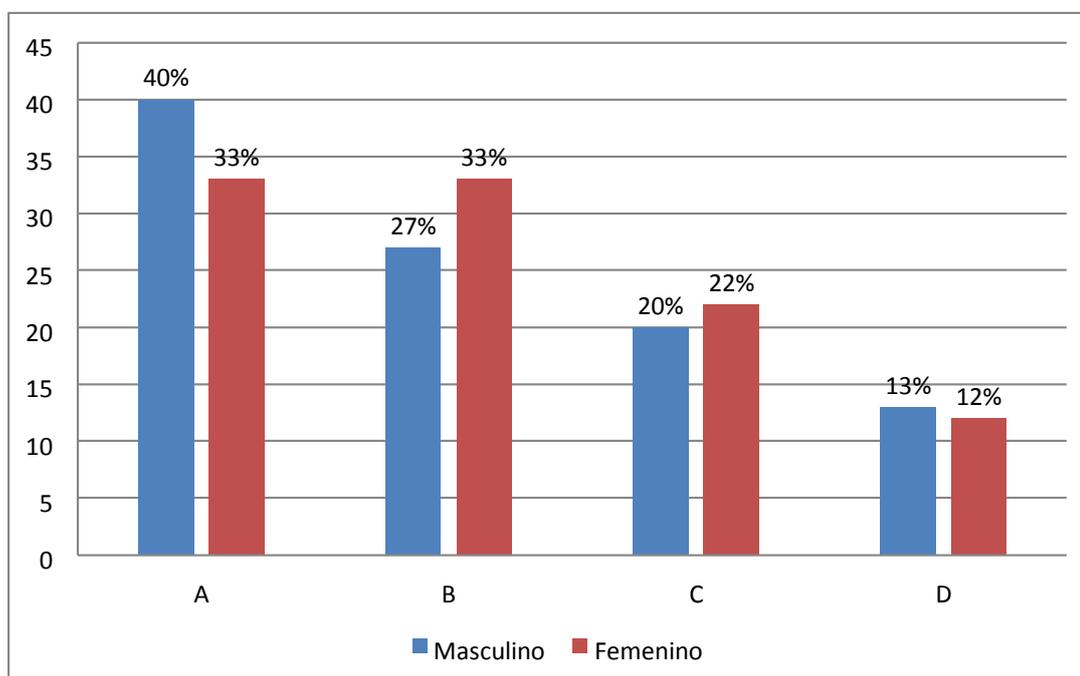
Tabla 18. Acciones que se deberían implementar para mejorar el trabajo individual en Pachamama Radio

Acciones de Mejora	SEXO			
	Masculino		Femenino	
	Fr	Fr%	Fr	Fr%
A	6	40	3	33
B	4	27	3	33
C	3	20	2	22
D	2	13	1	12
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

Fuente: Producto de la Investigación.

- a) Premiar los logros en el trabajo.
- b) Facilitar la promoción laboral, ascensos, etc.
- c) Proponer nuevos retos y nuevas funciones
- d) Facilitar y promover la formación, actualización y capacitación en el área.

Figura 18. Acciones que se deberían implementar para mejorar el trabajo individual en Pachamama Radio



- e) Premiar los logros en el trabajo.
- f) Facilitar la promoción laboral, ascensos, etc.
- g) Proponer nuevos retos y nuevas funciones
- h) Facilitar y promover la formación, actualización y capacitación en el área.

**Fuente: Producto de la Investigación.**

En la Figura 18, se tiene los resultados de la opinión de los encuestados sobre las acciones que se deberían de implementar para mejorar el trabajo individual y grupal en Pachamama Radio, en esa secuencia del análisis, tenemos que 40% del segmento masculino, indican que debería de estimular o premiar de alguna forma la labor que se realiza en el desempeño de las funciones asignadas, 27% refiere que debe facilitar la promoción laboral los que pueden ser en mejoras económicas o ascensos, del mismo modo, el 20% manifiestan que se deben asumir nuevos retos y nuevas funciones en la radioemisora. Finalmente, en esta secuencia se tiene un 13% quienes sostienen que se

debe facilitar y promover la formación, actualización y capacitación en el área o responsabilidad que se asume al interior de la radio.

Finalmente, la muestra femenina, menciona los siguientes resultados, tanto la opción A y B, es decir, premiar o estimular los logros en el trabajo y facilitar la promoción laboral, a través de ascensos, etc., cada uno de estas opciones tienen 33% respectivamente, luego el 22% enfatizan que se debe proponer nuevos retos y nuevas funciones y finalmente el 12% indican que se debe promover y facilitar la formación, actualización y capacitación en el área respectiva.

## CONCLUSIONES

### Primera

Las relaciones interpersonales que se dan entre los empleados de Pachamama Radio, no son las más adecuadas ni óptimas, puesto que existen dificultades de orden laboral, personal, políticas de trabajo, instrumentos de gestión administrativa etc., que influyen en la dinámica y cumplimiento de las funciones y objetivos que tiene Pachamama Radio, a ello se añade la carencia de adecuados niveles de comunicación interpersonal.

### Segunda

Los niveles de comunicación personal y grupal que se configuran entre los empleados de Pachamama Radio son de bajo nivel, carentes de factores asertivos y empáticos, en ese contexto laboral es notorio la falta de predisposición para el trabajo individual y grupal, factores que influyen en la labor institucional orientado hacia el logro de fines, objetivos y metas que tiene establecida Pachamama Radio, ello como medio de comunicación integrador y socializante en la Región de Puno.

### Tercera

Las motivaciones o estímulos laborales que se implementan como políticas de mejora laboral para los empleados de Pachamama Radio, no son las más acertados ni objetivos, hace falta procesos de motivación laboral permanente que posibilite el buen desempeño de los empleados de Pachamana Radio, para el cumplimiento de las funciones laborales, dentro de un clima de trabajo estimulante grato y reparador.

## RECOMENDACIONES

### **Primera**

Se deben implementar políticas y estrategias de comunicación interpersonal entre los empleados de Pachamama Radio, las mismas que deben estar orientadas a mejorar las labores asignadas y consiguientemente mejorar la calidad del trabajo como medio de comunicación radial.

### **Segunda**

Los niveles de comunicación interpersonal que se desarrollan entre los empleados de Pachamama Radio, deben mejorarse a través del empleo de estrategias comunicativas implementadas desde el cuerpo directivo, ello a través de talleres, reuniones de trabajo, generación de propuestas de mejora laboral, de tal forma que se genere un clima laboral favorable para el desempeño de las funciones y responsabilidades.

### **Tercera**

Se debe implementar una política de incentivo y estímulo laboral a los empleados de Pachamama Radio, tales acciones deben estar orientadas a sistemas de capacitación y actualización en el área respectiva, ascenso y promoción laboral, el asumir nuevas responsabilidades laborales, mejorar el clima laboral y generar instrumentos de gestión administrativa más coherentes y funcionales.

### **Cuarta:**

Las personas encargadas de dirigir el área de prensa y los espacios noticiosos sean comunicadores sociales, que fueron formados en universidades, ya que ello permitirá un mejor ambiente de trabajo y producción de notas periodísticas.

## **Quinta**

Se debe actualizar los instrumentos de gestión como el Manual de Organización y Funciones (MOF) y Reglamento de Organización y Funciones (ROF).

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Aamodt, M. (2010). *Psicología Organizacional*. (6ta Ed.). México D.F.: Wadsworth Cenage Learning.
- Altamirano, O., Antonio, M., Bertha, M., & Pimentel, M. (2006). Orduña  
Altamirano Marco Antonio.
- Ansion, J. et al (2004), *Para comprender la escuela pública desde sus crisis y posibilidades*, Perú: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arce & Malvas, (2013). *El Clima Organizacional y las Relaciones Interpersonales en la I.E. Manuel González Prada De Huari – 2013*.
- Apaza &Chambi, (2017). *Relaciones Interpersonales y su Influencia en el Desarrollo del Liderazgo de las Socias Del Programa de Complementación Alimentaria (Pca) de la Provincia de Puno-2017*.
- Arroyo, G. (2008) *Grado de Relación Entre Liderazgo, Relaciones Interpersonales y el Clima Organizacional Percibido por los Docentes de los Institutos Superiores Pedagógicos Públicos de la Región de Puno, 2006*.Universidad Nacional del Altiplano.
- Balarezo, (2014). *La Comunicación Organizacional Interna y su Incidencia en el Desarrollo Organizacional de la Empresa San Miguel Drive*”. Universidad Técnica de Ambato.
- Bech, A., &Bech, J. A. (2008). *Conceptos Básicos para una Teoría de la Comunicación una Aproximación Desde la Antropología Simbólica*. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72460108>

- Beiza, A. (2012). Las Relaciones Interpersonales como Herramienta Esencial Para Optimizar el Clima Organizacional en la Escuela Básica Nacional Creación Chaguaramos II. 107.
- Billikopf E. G. (2003). Administración Laboral Agrícola: Cultivando la Productividad del Personal Capitulo 12: Las Relaciones Interpersonales, 159–177.
- Billikopf, E. (2003). Administración Laboral Agrícola: Cultivando la Productividad del Personal Capitulo 12: Las Relaciones Interpersonales. (c), 159–177
- Bisquerra. (2003). Bases teóricas Relaciones Interpersonales. Retrieved from <http://www.enjambre.gov.co/enjambre/file/download/132692>
- Bohlander, George; Snell, Scott; Sherman, Arthur. (2001). Administración de Recursos Humanos. Decimosegunda Edición. Thomson Learning. Colombia.
- Bolaños, J. (2015). Relaciones Interpersonales Docentes y Manejo de Conflictos Administrativos Educativos. Universidad Rafael Landívar.
- Brunet, L. L. (2001). El Clima de Trabajo en las Organizaciones. Trillas.Mexico.
- Cambria, A. (2016). La Importancia de la Comunicación Estratégica. 1–13.  
Retrieved from [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2016/DIEEEE042-2016\\_Comunicacion\\_Estrategica\\_AntonioCambria.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEEE042-2016_Comunicacion_Estrategica_AntonioCambria.pdf)
- Cárcamo, M (1968). Las Relaciones Humanas y la Administración de Personal. Editorial Andrés Bello. Santiago de Chile.

- Casal, R. A. (2009). Reflexiones Sobre La Importancia De La Comunicación En La Acción Social. Contribuciones a Las Ciencias Sociales. Retrieved from [http://78.46.60.201/rev/ccss/05/rac.pdf%5Cnfiles/102/la\\_chomsky.pdf](http://78.46.60.201/rev/ccss/05/rac.pdf%5Cnfiles/102/la_chomsky.pdf) comunicacion
- Casamayor, (2002). Cómo Dar Respuesta a los Conflictos: La Disciplina en la Enseñanza Secundaria. GRAO. Barcelona.
- Castillo, S. G. (2014). Comunicación y Relaciones Interpersonales. Comunicación y Medios, 0(4), 1–17. <https://doi.org/10.5354/0716-3991.1984.14922>.
- Clemente, A. (2015). Relaciones Interpersonales y Desarrollo Humano. (S. de C. y P. U. J. I, Ed.), Relaciones Interpersonales y Desarrollo Humano. <https://doi.org/10.1006/bcon.2001.0965>
- Cruz, A (2003). La Comunicación y las Relaciones Interpersonales. Editorial: Mac Graw Hill. Colombia.
- Dalton, D., & Hoyle, M. (2007). Relaciones Humanas (Tercera Ed). México.
- Daza, G., Escudero, E., Henriquez, D., & Silva, A. (2007). Factores que Inciden en las Inadecuadas Relaciones Interpersonales Entre la Comunidad y los Prestadores del Servicio de Transporte en el Municipio de Uribia la Guajira. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.
- Delgado, R. (2010). Relaciones Interpersonales en la Adolescencia: Implementación de un Programa de Entrenamiento en Asertividad y Habilidades Sociales Para Adolescentes de 1° y 2°. Universidad De Granada.
- Retrieved from <http://digibug.ugr.es/handle/10481/5597>

- Díaz, V. (2006). Comunicar. Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, ISSN 1134-3478, No 26, 2006 (Ejemplar Dedicado a: Comunicación Para La Salud), Págs. 193-197, (26), 193–197. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1985825>
- Duarte, E. (2003), “Por una epistemología da comunicação”,
- Escalante. D.S. & Cila Gonzalez CastellaR. (2009). La Motivación Como Factor Significativo en el Desempeño Laboral de los Empleados del área Comercial y Ventas de las Fundaciones que Otorgan Microcrédito en la Ciudad de Cartagena. Retrieved from <http://www.albayan.ae>
- Gálvez, S. E. (2002). Las Relaciones Humanas en la administración Educativa. Retrieved from [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07\\_1566.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_1566.pdf)
- Garcia, L. (2012). La Influencia De La Comunicación en las Relaciones Sociales De La Sociedad De Consumo, 1–25.
- Garcia, M. (1996). Comunicación y Relaciones Interpersonales. Tendencias Pedagógicas. Departamento de Didáctica y Teoría de La Educación de La Universidad Autónoma de Madrid, 2, 1–17.
- <https://doi.org/10.5354/0716-3991.1984.14922>
- GARCIA, M. (2003). Relaciones Interpersonales.
- Garcia, T. M. (2010). Propuesta de Técnicas Comunicativas Para Lograr una Eficaz Comunicación Grupal en los Estudiantes Universitarios de la Carrera Estudios Socio Culturales de la Sum Frank País.

- Garza, G. M.R. (2009). La Comunicación Interpersonal Dentro del Campo Académico de la Comunicación: Pautas para una Sistematización. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Goncalves, A. (1997). Dimensiones del Clima Organizacional.
- Gómez, M. (2007). La Comunicación en las Organizaciones Para la Mejora de la Productividad: El uso de los Medios Como Fuente Informativa en Empresas E Instituciones Andaluzas, 463. Retrieved from  
<http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17672697.pdf>
- Gonzales, D. (2008). Psicología de la Motivación. La Habana: Ciencias Médicas.
- Guardia, N., Taco, Alban, & Rosero. (2009). Colección Pedagógica Formación Inicial de Docentes Centroamericanos de Educación Primaria  
o Básica (Vol. 25). Retrieved from  
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan040441.pdf>
- Herrera, M. (2010). La Comunicación Como Objeto de Estudio: Entre las Relaciones Humanas y los Medios. Ciencia Ergo Sum, 17-2, 197-204.
- Ibarguen, L. (2014). Relaciones Interpersonales y Calidad de Vida en la Adolescencia (12 a 16 años). un Campo de Acción para el Deporte. Universidad Del Valle Instituto.
- Lagos, (2015). La Motivación Laboral y su Incidencia en el Desempeño Organizacional en Empresas Copelec. Universidad del Bío Bío.
- Lopez, (2008). Teoría Básica del Conflicto. Perú.

- Lopes, M. I.V. (org.), (2003), *Epistemologia Dacomunicação*, São Paulo, Loyola, pp. 41-54
- López & Fachelli R. S., (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona, España. Primera edición.
- Lupón, M., Torrents, A., & Quevedo, L. (2012). *Apuntes de Psicología en Atención Visual*. *Apuntes de Psicología en Atención Visual*, 5–11.
- Maldonado & Perucca, (2008). *La Motivación de los Empleados en Organizaciones con Planes de Desarrollo de Carrera*. Santiago, Chile
- Mamani, (2012). *Relaciones Humanas Del Personal De Pachamama Radio De La Ciudad De Puno*.
- Marchant, L. 2006. *Actualizaciones para el management y el Desarrollo Organizacional*. Chile, Universidad de Viña del Mar. 216 p.
- Martell, L. (2014). *Explicar a la Comunicación Desde la Teoría de la evolución*. *Convergencia*, 21(64), 245–252. Retrieved from [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352014000100011](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352014000100011)
- Mayra, M., García, E., Magdalena, G. M., Domínguez, E., Quiroga, Y., & Agustín, S. (2014). *Clima Laboral Empresa Competitividad*. 50.
- Méndez, I.&Ryszard, M. (2005). *El Desarrollo de las Relaciones Interpersonales en las Experiencias Transculturales: una Aportación del Enfoque Centrado en la persona*. Retrieved from <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014600/014600.pdf>

Mor, J., Velazco, B., Rodr, T., Zunzunegui, T. O., Aux, P., inglesa, L., ... inglesa, L.  
(n.d.). Hmc080105. (1).

Medina, (2016). La Motivacion y su Influencia en el Rendimiento Laboral del Personal  
en la I. E.- Adeu Deportivo Sac- Chiclayo. Universidad Señor de Sipan.

Muñoz, G. (2008). La Comunicación En Los Mundos De Vida Juveniles.

Disertaciones: Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social, ISSN-  
e 1856-9536, Vol. 3, No. 1, 2010, 323 Págs., 3(1), 299–323.

Navarro, P. (2010). Curso de MBA. Liderazgo y Recursos Humanos. Análisis del  
comportamiento organizacional. España: Bresca Editorial.

Oliva, S. E. D. C. (2001). Relaciones Humanas Entre el Personal Docente y Directores  
que Laboran en los Colegios Católicos del Área Metropolitana.

Universidad Francisco Marroquín.

Pantoja, (2005). La Gestión de Conflictos en el Aula. Factores Determinantes y  
Propuestas de Intervención. Edita Secretaria General Técnica.

Retrieved from: <http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/3446.pdf>

Oliveros, F. (2004). Relaciones Interpersonales. Madrid: Palabra S.A.

Pediatría, S. P. D. E. (2009). y SALUD. 1, 10–13.

Pereira, N. (2005). Perspectivas Sobre la Comunicación. Actualidades  
Investigativas en Educación, 5(2), 1–132.

Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/447/44750218.pdf>

- Poole, M. S. (2006). En el Centro de Todos los Procesos de Estructuración se Encuentra la Comunicación Como Práctica Clave Organizacional y Como Fuerza Constitutiva de Todos los Climas. 1–8
- Portel, L. A. (1995). Relaciones Humanas. Argentina.
- Prócel, G. E. (2012). Importancia de las Relaciones Interpersonales en el Ámbito Laboral. 1–5.
- Reynaga, Y. (2015). Motivación y Desempeño Laboral del Personal en el Hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015. 1–91. Retrieved from [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/245/Yolanda\\_Reynaga\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/245/Yolanda_Reynaga_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rojas, C. L. (2009). La Comunicación y la Información como sistema de relaciones y logro al interior de las Organizaciones. *Revista de Estudios Politécnicos*, 7(11), 30. Retrieved from <http://www.scielo.mec.pt/>
- Rosales, J. J., Chaparrós, B. M. del M., Molina, I., & Alonso, S. H. (2013). La Importancia de la Comunicación en las Relaciones Sociales. *Habilidades Sociales. Ciclo Formativo. Grado Superior*, 7–30. Retrieved from <http://es.slideshare.net/karelypf/habilidades-sociales-2013-mc-grawhill%0Ahttps://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844818453X.pdf>
- Rosalía, M. & Guzmán, G. (2009). Campo Académico de la Comunicación: *Revista Científica de América Latina*, 6(12), 49–70.
- Sala, A. A. (2013). Dificultades en las Relaciones Interpersonales en Adolescentes El caso del Teléfono ANAR. Retrieved from

[http://www.anarperu.org/wp-content/uploads/2013/06/200501-200612\\_Relaciones\\_interpersonales\\_investigacion.pdf](http://www.anarperu.org/wp-content/uploads/2013/06/200501-200612_Relaciones_interpersonales_investigacion.pdf)

School, W. B. (2015). Teorías De La Motivación: Su Evolución Y Clasificación. Retrieved from <http://actualidadempresa.com/teorias-de-lamotivacion-su-evolucion-y-clasificacion-parte-1/>.

Sum, M. I. (2015). “Motivación y Desempeño Laboral (Estudio realizado con el Personal Administrativo de una Empresa de Alimentos de la Zona 1 de Quetzaltenango).” Universidad Rafael Landívar, 1, 107.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Tapia, D. I., & López Portillo, T. (2018). Las Relaciones Humanas. XIKUA Boletín Científico de La Escuela Superior de Tlahuelilpan, 3(6). <https://doi.org/10.29057/xikua.v3i6.1307>

Teixidó, J. (2009). La Acogida al Profesorado de Nueva Incorporación. Barcelona: Graó.

Uribe, L. A. F. (2007). a propóSiTo DE La Comunicación VErBaL. 22, 2007.

V, U., & Bal, M. B. De. (2006). Relaciones Humanas. In Revista Mexicana de Sociología (Vol. 28). <https://doi.org/10.2307/3538873>

Valentina, D., & Garcia, S. (2013). The cabinet of Eros: Renaissance Mythological Painting and The Studiolo of Isabella D'este. In Choice Reviews Online (Vol. 44). <https://doi.org/10.5860/choice.44-0742>

Vásquez, L. I. (2015). Relaciones Interpersonales y Desempeño Laboral en los Trabajadores del Centro de Salud Morales. Tesis Para Obtener el Grado Académico de Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud. 151, 10–17.

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/863/vasquez\\_jl.pdf](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/863/vasquez_jl.pdf)

Vera, J. E., & Villegas Martínez, V. (1997). El Fenómeno de la Comunicación Social. Revista Archivo Médico de Camagüey, 1(1), 0–0.

Retrieved from

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1025-02551997000100020](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02551997000100020)

Vidales, C. (2015). Historia, teoría e Investigación de la Comunicación History, theory and Communication Research. Parres Arias Col. Los

Belenes. C. P, 23(54100), 11–43. Retrieved from

<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n23/n23a2.pdf>

Villalobos, O. (2011). Quórum Académico. <https://doi.org/1690-7582>

Watzlawick, P. (2015). Perspectiva sistémica de la Comunicación Humana y sus Desórdenes. Rev.Cienc.Salud, 13(3), 327–329. Retrieved from <http://www.scielo.org.co/pdf/recis/v13n3/v13n3a01.pdf>

Yañez, P., Carmona, A., & Novales, R. (2010). Liberabit. Revista de

Psicología. Liberabit. Revista de Psicología, 16(2), 193–201.

Zúñiga M, E. S. (2010). La Comunicación Organizacional y su Importancia Para las Escuelas de Arte Universitarias: Propuesta Para la Construcción de Conocimiento Organizacional Colectivo Desde una Intervención Educativa Organizational Communication And its Importance for the uni. Educacion, 34(1), 73–81.

Zavala Fernández, O. (2014). Motivación y Satisfacción Laboral en el Centro de Servicios Compartidos de Una Empresa Embotelladora De Bebidas. México D.F: Instituto Politécnico Nacional.

Zupira, X. (1996). Relaciones interpersonales. Generalidades.

Sensopercepción Tazón P., 52–54.

Retrieved from <http://www.ehu.eus/xabier.zupiria/liburuak/relacion/1.pdf>

# ANEXO

**Universidad Nacional del Altiplano de Puno****Facultad de Ciencias Sociales****Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social Dirección  
Universitaria de Investigación.****CUESTIONARIO****Indicaciones.**

Señor participante, a continuación, usted hallará una serie de preguntas a las cuales le solicitamos que responda con la seriedad y responsabilidad del caso. La información a obtener será de gran utilidad en el estudio que estamos efectuando. Gracias por su colaboración

**1.- INFORMACION GENERAL**

a.- Edad..... B.- sexo

c.- Tiempo de Labor en la Radio: .....

d.- Condición laboral:

a.- Nombrado

b.- Contrato

c.- otros: (especifique) .....

**II.- INFORMACION ESPECÍFICA.**

**1.- Cómo califica usted la comunicación interpersonal que se da entre los trabajadores de Radio Pachamama.**

a.- Muy buena.

b.- Buena.

C.- Regular.

d.- Mala.

e.- Muy mala.

**2.- Qué tipo de comunicación se configura interpersonal se da entre los trabajadores de Radio Pachamama.**

a.- Comunicación Directa.

b.- Comunicación Indirecta.

**3.- La comunicación que se da entre los trabajadores de Radio Pachamama es:**

a.- Descendente.

b.- Ascendente.

c.- Horizontal.

**4.- Mencione el tipo de barreras comunicacionales que configuran entre los trabajadores de Radio Pachamama.**

a.- Física.

b.- Semánticas.

c.- Personales.

**5.- A través de qué medios se da la comunicación interpersonal en radio Pachamama.**

a.- Comunicación oral.

b.- Comunicación escrita.

C.- Otros.

**6.- El clima laboral influye en los sistemas de comunicación interpersonal que se practica dentro de una empresa. Como calificas el clima laboral dentro de Radio Pachamama.**

a.- Muy bueno.

b.- Bueno.

c.- Regular.

d.- Malo.

e.- Muy malo.

**7.- Cual de las siguientes situaciones comunicacionales se dan en las sesiones de trabajo entre trabajadores de Radio Pachamama.**

- a) Acaparar la conversación sin permitir que el otro se exprese.
- b) Actitud negativa de mantenerse al margen, estar callado.
- c) Comunicación democrática centrada en la participación de todos.
- d) Otorgar credibilidad a rumores que perjudican la comunicación interpersonal.

**8.- Los sistemas de motivación laboral es importante para el desarrollo de la organización. ¿En Radio Pachamama, existe motivación o estímulo laboral a los empleados de la emisora?**

- a). - No existe.
- b). - Si Existe.

**9.- Cuando se cumple una función o una tarea encomendada que fue de éxito, cómo es el reconocimiento o la motivación laboral para los empleados de Radio Pachamama.**

- a.- Felicitaciones a través de documentos.
- b.- Un mero saludo, abrazo y apretón de manos.
- c.- Se agradece a la ligera en los pasillos de la emisora.
- d.- El reconocimiento se hace en reunión y se hace de modo más formal y pecuniario.

**10.- En el plano laboral, desde la Dirección o Gerencia de la emisora, qué aspectos son, los que se propende a desarrollar para, mejorar y motivar al personal de la organización.**

- a) Asumir responsabilidades.
- b) Trabajar en un buen ambiente.
- c) Tener buena relación con los compañeros.
- d) Poder conciliar vida laboral y personal.
- e) Poder aportar sugerencias, propuestas, soluciones.
- f) Conseguir un reconocimiento por el trabajo realizado.

**11.- Qué tipo de problemas interpersonales se dan entre los trabajadores de Radio Pachamama.**

- a.- Problemas de índole laboral.
- b.- Problemas de índole personal.
- c.- Problemas de índoles doméstico.
- d.- otros (especifique) .....

**12.- Desde la gerencia, cuál es el tratamiento para el abordaje y solución del problema interpersonal.**

- a.- Se llama a las partes a una reunión para tratar el problema.
- b.- Se conversa por separado con las partes.

c.- Se emiten documentos a las partes para recabar información del problema.

d.- Se obvia y se deja de lado.

**13.- De modo preferente, cuál de las siguientes acciones te gustaría que se implantaran en la emisora Radio Pachamama, para motivar el trabajo individual.**

a) Premiar los logros en el trabajo.

b) Facilitar la promoción laboral, ascensos, etc.

c) Proponer nuevos retos y nuevas funciones.

d) Facilitar y promover la formación, actualización y capacitación en el área.