ISBN: 978-628-96613-1-6. ISSN: 2414-6390. Digital Object Identifier: https://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2025.1.1.2136

The Importance of Assertive Communication in Job Satisfaction: A Study in Motorcycle Spare Parts Sales Companies in Peru

Lucas Manuel Cadenillas Falla[1], Lourdes Rosario Zelada Cabanillas[1], Marilú Trinidad Flores Lezama[1], Ana Elizabeth Paredes Morales[1], Miryam Liliana Silva Fiorentini[1], Jessica Macalopu Rimachi[1]

[1]Universidad César Vallejo, Perú, lcadenillas@ucvvirtual.edu.pe, LOURDESZALADACABANILLAS@gmail.com, mfloresl@ucv.edu.pe, lcorrea@ucv.edu.pe, aparedesm@ucv.edu.pe, msilva@ucv.edu.pe, JMACALOPURI@ucvvirtual.edu.pe

***Abstract*– The general objective of this study was to determine the relationship between assertive communication and job satisfaction among employees of ONNIX E.I.R.L - Chepén, 2023. A basic research type was used, with a quantitative approach, non-experimental design, simple correlational level and cross- sectional. The population consisted of all the company's employees (28). A questionnaire was applied to the population sample to collect information on each variable, and after obtaining the data, it was tabulated and analyzed using SPSSv25 and Excel. The main findings determined a correlation coefficient (r=0.847) with a significance (p=0.000), which means that the variables are in a high positive relationship. This means that if assertive communication is fully developed in the company, it will allow workers to feel job satisfaction. The study concludes that it was possible to determine the main objective. In addition to determining the low levels in each of the variables. This means that the company must develop strategies to improve its assertive communication in order to raise the level of satisfaction.**

***Keywords*– Job satisfaction, assertive communication, collaborators, work challenges.**

La Importancia de la Comunicación Asertiva en la Satisfacción Laboral: Un Estudio en Empresas de Venta de Repuestos de Motos en Perú

Lucas Manuel Cadenillas Falla[1], Lourdes Rosario Zelada Cabanillas[1], Marilú Trinidad Flores Lezama[1], Ana Elizabeth Paredes Morales[1], Miryam Liliana Silva Fiorentini[1], Jessica Macalopu Rimachi[1]

[1]Universidad César Vallejo, Perú, lcadenillas@ucvvirtual.edu.pe, LOURDESZALADACABANILLAS@gmail.com, mfloresl@ucv.edu.pe, lcorrea@ucv.edu.pe, aparedesm@ucv.edu.pe, msilva@ucv.edu.pe, JMACALOPURI@ucvvirtual.edu.pe

Resumen*– El presente estudio tuvo como objetivo general determinar la relación entre la comunicación asertiva y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa de venta de repuestos de motos en Perú. Se empleó un tipo de investigación básica, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, nivel correlacional simple y corte transversal. La población estuvo compuesta por todos los colaboradores de la empresa (28). Se aplicó a la muestra poblacional un cuestionario para recoger información de cada variable, luego de obtener los datos se tabuló y se realizó el análisis utilizando el SPSSv25 y Excel. Los principales hallazgos determinaron un coeficiente de correlación (r=0.847) con una significancia (p=0.000), lo que significa que las variables están en una relación positiva alta. Esto quiere decir que si la comunicación asertiva está desarrolla plenamente en la empresa, permitirá que los trabajadores se sientan laboralmente satisfechos. El estudio concluye que se logró determinar el objetivo principal. Además de lograr determinar los niveles bajos en cada una de las variables. Esto significa que la empresa debe desarrollar estrategias de mejora en su comunicación asertiva para de esta manera lograr levantar el nivel de la satisfacción.

Palabras clave: Comunicación asertiva, satisfacción laboral, colaboradores, reto de trabajo.

I. Introducción

Los seres humanos son sociales por naturaleza; por tal razón, las relaciones dependen de la comunicación, que es algo más que un proceso inherente y necesario de interacción con el objetivo de transmitir un mensaje; sin embargo, este no fluye siempre de manera óptima. Aquí radica la importancia de la asertividad. La comunicación es un progreso intrínseco en el cual no solo es necesario hablar o transmitir una idea, sino que intervienen otros componentes como son la escucha y la asertividad [1].

La base de la comunicación asertiva es un fuerte sentido del respeto por uno mismo, que se demuestra por la capacidad de hablar y escuchar de forma adecuada y directa sin violar los derechos de nadie [2]. Como también es la aptitud de comunicarse verbal y no verbalmente de forma adecuada a la ocasión se conoce como comunicación asertiva [3].

En suma, la comunicación asertiva es lacapacidad y la aptitud de comunicación para resolver adecuadamente los problemas y conflictos [4]. También es la capacidad de las personas para expresar situaciones incomodas y, al mismo tiempo, defender sus derechos y los de los demás, esto se conoce como asertividad [5].

Las dimensiones tomadas en cuenta para la medición de la variable comunicación asertiva fueron: estrategias de asertividad, estilo asertivo y comunicación precisa [6]. La dimensión estrategia de asertividad es un rasgo que adquirimos al recordar nuestras experiencias pasadas. Dado que el emisor siempre puede transformarse en receptor durante un proceso de comunicación, los métodos de asertividad permiten a los demás desarrollarse y expresarse convertirse en destinatario. Respecto a la dimensión estilo asertivo Mediante una comunicación que complementa el lenguaje verbal y no verbal, el estilo asertivo permite al emisor expresar sus sentimientos sin adoptar una actitud agresiva. De este modo, tanto el emisor como el receptor mantienen el asertividad en lugar de la agresividad como reacción predominante, ganándose el respeto de sus derechos adoptando el autocontrol y un temperamento moderado; en otras palabras, un enfoque asertivo puede reducir la agresividad. La dimensión comunicación precisa puede considerarse una comunicación precisa si existe dominio y fluidez del mismo código a lo largo de todo el intercambio este proceso de comunicación, puede considerarse una comunicación precisa; de ahí que la precisión del mensaje sea crucial para el éxito en el

lugar de trabajo. El éxito profesional, o la capacidad de comunicarse eficazmente, requiere que el destinatario proporcione al emisor la información prevista. Los indicadores que se optaron para la elaboración del cuestionario, que permitieron medir la variable comunicación asertiva fueron: cooperación, disposición, dominio, fluidez, desarrollo de la asertividad, comunicación, confianza y empatía.

Respecto a la satisfacción laboral no existe un concepto unánime que defina la satisfacción laboral pues ha sido adaptada según el autor o la investigación. Sin embargo, se puede identificar aproximaciones generales [7]. Un estado feliz y bueno resultante de la percepción que un individuo tiene de su trabajo se conoce como satisfacción laboral [8]. Dicho de otro modo, un empleado se siente satisfecho con su trabajo si cree que se satisfacen sus demandas laborales [9]. En resumen, la satisfacción laboral es un estado emocional que las personas experimentan en el trabajo y en el que influyen tanto los factores ambientales como el comportamiento organizativo. Se puede argumentar que es una respuesta emocional positiva al trabajo [10].

Las dimensiones tomadas en cuenta para la medición de la variable satisfacción laboral fueron: crecimiento profesional, relaciones interpersonales y retos de trabajo [11]. La dimensión crecimiento profesional es la satisfacción de alcanzar el nivel adecuado de conocimientos en un campo se conoce como progreso profesional. Es evidente que, a pesar de sus aparentes similitudes, en esta descripción se incluyen variaciones como la vocación por una carrera, la satisfacción por el rendimiento y la necesidad de formación continua. Respecto a la dimensión relaciones interpersonales implican a dos o más individuos. Las emociones y los sentimientos, incluidos el amor y el gusto artístico, el interés por los negocios y las actividades sociales, las relaciones y los comportamientos cooperativos en el hogar, pueden servir de base para estos vínculos. La dimensión retos de trabajo prácticamente son objetivos difíciles de alcanzar, algo exigente y que suele requerir trabajo por tu parte. Los retos te mantienen motivado, ya que te brindan la oportunidad de conseguir al final algo importante para tu profesión.

Los indicadores que se optaron para la elaboración del cuestionario, que permitieron medir la variable satisfacción laboral fueron: ascensos, formación, reconocimiento, relación con las autoridades, habilidad para cooperar y trabajar en equipo, capacidades y estado de ánimo.

Un estudio realizado en Colombia, explica una de las habilidades y destrezas consideradas esenciales para la rápida realización de cualquier acto comunicativo es la asertividad. Dado que la asertividad sirve de puente entre un individuo y el entorno en el que interactúa y crece, también puede considerarse una técnica de comunicación que puede incluirse en el plan de gestión de una organización [12].

Por otro lado en Bolivia, consideran que la asertividad y el éxito organizacional están estrechamente relacionados pues garantizan el intercambio óptimo de la información entre las áreas de trabajo independientemente de la jerarquía permitiendo delegar funciones y establecer compromisos y objetivos individuales y grupales eficientemente [13].

De igual manera, se realizaron diversos estudios sobre la comunicación asertiva en Ecuador donde demostraron que la conducta y la toma de decisiones de los participantes en el estudio se ven influidas significativamente por la asertividad [14].

Asimismo, en Colombia, señalaron que en el mercado globalizado es trascendental realizar estudios sobre comunicación asertiva, pues así el talento humano desempeña un trabajo eficiente y eficaz y les permite desarrollar sus habilidades para un mayor crecimiento empresarial [15].

En un estudio en Lima, explicaron como la comunicación asertiva se desarrolló en su mayoría en campos de la educación, pues se comprende que la comunicación debe fluir adecuadamente para generar nuevos y mejores métodos de enseñanza. Dando a conocer que existen investigaciones peruanas que elevaron la asertividad de 40 adolescentes y 28 supervisores de una empresa demostrando que la comunicación asertiva es un tema en continuo desarrollo [16].

En Perú, normalmente los colaboradores de las empresas suelen recibir preguntas sobre aumento de productividad a la cual ellos contestan que no es necesario un aumento de sueldo, un portátil nuevo, una silla más bonita o más correos electrónicos. En cambio, todos sugirieron un liderazgo más comunicativo. Los colaboradores siempre recalcan que, ante todo, son "personas". Por ello, las empresas deben seguir "humanizándose" y dar prioridad a temas como la empatía, la conexión y la vulnerabilidad.

Frente a ello, tenemos a la empresa de venta de repuestos para motos sujeto de estudio, ubicado en la ciudad de Chepén, asimismo este es uno de los primeros negocios dedicados a la venta de este rubro en esta ciudad con mayor posicionamiento en el mercado desde el año 2005; y ya con el pasar de los años obteniendo un crecimiento notable, convirtiéndose así en una de las empresas más

concurridas de la ciudad. Sin embargo, enfrentó diversos problemas viéndose los resultados en los últimos meses, donde han ocurrido distintas situaciones incómodas entre los colaboradores de la empresa que afectan su estado de satisfacción en el trabajo. La comunicación entre los colaboradores no es fluida, precisa, ni asertiva, lo cual genera discusiones por malentendidos, disconformidades por tareas mal ejecutadas, retrasos y descontentos por sensación de mal desempeño. En síntesis, se observa que diversos factores relacionados a la comunicación asertiva están afectando el nivel de satisfacción laboral. Por lo tanto, fue pertinente realizar la siguiente pregunta **¿Cómo se relaciona la comunicación asertiva y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa de venta de repuestos para motos en Perú?**

El presente estudio persiguió centrar la teoría en la realidad de la empresa estudiada, con respecto a las variables comunicación asertiva y satisfacción laboral al evaluar la información explorada, dando paso a la aportación de conocimiento.

El estudio se argumentó de manera práctica, dado que la información obtenida, van en contribución con el desarrollo de la empresa de venta de repuestos de motos. Los resultados denotaron el nivel de cada variable y establecieron su nivel de significancia en la relación analizada, dicha información brinda a la empresa un soporte para desarrollar un plan significativo con el único propósito de establecer una conexión real con sus colaboradores.

También, adoptó un enfoque metodológico al basarse en el método científico y en la utilización de instrumentos para recopilar los datos. Estos instrumentos resultan útiles para futuras investigaciones relacionadas con las variables en cuestión.

Por último, el propósito general de este estudio: Determinar la relación entre la comunicación asertiva y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa de venta de repuestos de motos en Perú. Y como parte de los objetivos específicos: determinar el nivel existente de las dos variables de estudio. Finalmente, la hipótesis corresponde a: la comunicación asertiva se relaciona de manera significativa con la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa de ventas de repuestos para motos en Perú.

II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue básica porque cumplió con uno de los propósitos fundamentales de la investigación: producir conocimientos y teorías [17].

El diseño fue de tipo no experimental porque en lugar de manipular deliberadamente las variables, se observaron los acontecimientos en su entorno natural y luego se analizaron Esto implica la recolección de datos en su estado original, sin modificar ninguna de las variables; el corte transversal implica la recolección de datos en una única instancia.

El estudio es de enfoque cuantitativo, pues se utilizó la recolección de datos con base en la medición numérica. Se considero este tipo de enfoque porque se siguió un patrón predecible y estructurado para medir con precisión las dos variables de estudio, asimismo porque la meta principal de este estudio es la formulación y la demostración de teorías.

Es de nivel descriptivo, esto se refiere a la muestra de características específicas de nivel, mientras que la correlación se enfocó en determinar la relación en dos o más variables. El estudio se diseñó en este tenor, con eje trasversal y un nivel correlacional.

La muestra es un subconjunto de la población, que es el "universo de estudio" Sin embargo. Asencio indica que cuando menos de cincuenta personas componen la población, esta se igualará a la muestra [18].

Por tal razón, la población estará constituida por 28 colaboradores de la empresa. En cuanto a la muestra, no se extraerá ninguna, en su lugar se trabajará con la población total. Se empleo como técnica una encuesta para cada variable y como instrumento un cuestionario para la recolección de datos debido a su capacidad para proporcionar información real y precisa.

Por otro lado, una vez obtenida la validez y fiabilidad requeridas para su aplicación, se pudo elaborar eficazmente el cuestionario de la encuesta en escala Likert, que permitió la operacionalización de las variables a través de la medición de las dimensiones correspondientes a cada una de ellas.

La validez fue aprobada por 3 especialistas, uno de ellos especialista en metodología y los otros dos especialistas en el área de investigación correspondiente. El propósito de esta validación fue respaldar la capacidad del cuestionario empleado en el estudio.

Para la confiabilidad, se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en donde se obtuvieron los valores 0,956 y 0,966 para comunicación asertiva y satisfacción

laboral respectivamente, determinando así que ambos cuestionarios elaborados son confiables.

Tras el desarrollo de los cuestionarios, las respuestas se introdujeron en Microsoft Office Excel. A continuación, los datos se ordenaron y tabularon con el programa SPSS v.25, lo que permitió realizar los análisis necesarios para cada variable y utilizar la prueba de Spearman para determinar la correlación entre las dos variables de la investigación.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos bajo la información obtenida de los integrantes de la muestra, se presentan a continuación:

Tabla 1: Nivel de la comunicación asertiva de los colaboradores en una empresa de venta de repuestos de motos en Perú

NIVEL	COLABORADORES	%
BAJA	25	89%
MEDIA	2	7%
ALTA	1	4%
TOTAL	28	100%

Nota: Datos adquiridos del cuestionario aplicado a los colaboradores de una de venta de repuestos para motos en Perú

En la tabla 1 se aprecia que, de los 28 colaboradores encuestados, el 89% indica que el nivel de la comunicación asertiva es bajo, 7% indica que el nivel es medio y el 4% indica que el nivel es alto. Los resultados determinan que, en la empresa de venta de repuestos para motos en Perú, mantiene una percepción, sobre la comunicación asertiva, con nivel predominante bajo.

Tabla 2: Nivel de la satisfacción laboral de los colaboradores en una empresa de venta de repuestos de motos en Perú

NIVEL	COLABORADORES	%
BAJA	27	96%
MEDIA	0	0%
ALTA	1	4%
TOTAL	28	100%

NOTA: Datos adquiridos del cuestionario aplicado a los colaboradores de una empresa de venta de repuestos para motos en Perú.

En la tabla 2 se muestra que el 96% de los colaboradores encuestados señalan que el nivel de satisfacción es bajo; en contraste, el 4% de los encuestados manifestaron que el nivel es alto. Los resultados determinan que la satisfacción laboral es baja en los colaboradores de la empresa.

De todo ello, se interpreta que los colaboradores encuestados de la empresa del rubro de ventas de repuestos para motos en Perú, mantiene una percepción con nivel predominante de bajo, para la variable satisfacción laboral.

Tabla 3: Relación entre la comunicación asertiva y la satisfacción laboral en los colaboradores en una empresa de venta de repuesto de motos en Perú

			COMUNICACIÓN ASERTIVA	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman	COMUNICACIÓN ASERTIVA	Coeficiente de correlación	1.000	,847**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	28	28
	SATISFACCIÓN LABORAL	Coeficiente de correlación	,847**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	28	28

NOTA: Datos adquiridos del cuestionario aplicado a los colaboradores de una empresa de venta de repuestos de motos en Perú.

De acuerdo a la información que se observa en la tabla 3, se constata que los resultados que se obtuvieron del cuestionario aplicado a 28 colaboradores de la empresa dedicada a la venta de repuestos de motos en Perú. Se aprecia el coeficiente de correlación (r=0,847) con una significancia (p=0,000) que es menor al 5%. Esto quiere decir que entre la variable comunicación asertiva y satisfacción laboral existe una correlación positiva alta, lo que significa, que a mayor comunicación asertiva entre los colaboradores mayor satisfacción laboral se obtendrá.

Al revisar los resultados que se presentan en la Tabla 1, se puede notar que el nivel de comunicación asertiva entre los colaboradores de una empresa dedicada a la venta de repuestos de motos en Perú fue calificado como “bajo”. Este hallazgo contrasta con lo que reportó Oyola [19], quien observó que en su empresa objeto de estudio, la comunicación se caracterizaba por un buen nivel, destacando la buena relación entre compañeros y la facilidad para expresarse ante la jefatura. Además, Garces [20], a través de un análisis estadístico ($chi^2 = 1,649$), demostró que existe una correlación significativa entre las variables de su investigación, lo que subraya la importancia de la comunicación asertiva en el entorno laboral.

En lo que respecta a la satisfacción laboral, los resultados que se detallan en la Tabla 2 indican que esta variable también fue evaluada en un nivel "bajo" entre los colaboradores de la empresa estudiada. Este resultado contrasta con lo que encontró Oyola [19], quien reportó un nivel de satisfacción del 28,39% en su muestra, sugiriendo que este nivel podría impactar negativamente en la motivación y productividad del personal. Por otro lado, Garces [20] identificó un nivel de satisfacción laboral "neutro" en su investigación; sin embargo, concluyó que hay una relación significativa entre la comunicación asertiva y la satisfacción laboral.

Finalmente, en relación con el objetivo general del estudio, los resultados presentados en la Tabla 3 muestran un coeficiente de correlación de r = 0,847, con una significancia de p = 0,000. Este valor indica una correlación positiva muy fuerte entre la comunicación asertiva y la satisfacción laboral en la empresa analizada. Este hallazgo se diferencia de lo que encontró Márquez [21], quien reportó un coeficiente de r = 0,418, señalando que existe una relación significativa, aunque de menor magnitud, entre la satisfacción laboral y las dimensiones de la comunicación asertiva.

En resumen, los resultados de este estudio evidencian niveles bajos tanto de comunicación asertiva como de satisfacción laboral entre los colaboradores.

IV. CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general del estudio, se encontró una correlación positiva y significativa entre la comunicación asertiva y la satisfacción laboral de los colaboradores en una empresa de venta de repuestos de motos en Perú. Esto demuestra que un mayor nivel de comunicación asertiva está directamente relacionado con una mayor satisfacción laboral, lo que resalta la importancia de fortalecer las habilidades comunicativas para mejorar el bienestar y el rendimiento de los empleados.

Respecto al objetivo específico sobre el nivel de comunicación asertiva, los resultados mostraron que este aspecto se encuentra en un nivel bajo dentro de la empresa analizada. Los colaboradores expresaron que tienen dificultades en el dominio y la fluidez de la comunicación, tanto entre ellos como con sus superiores, lo que limita la eficacia de los procesos internos y puede dar lugar a conflictos o malentendidos.

En cuanto al objetivo relacionado con el nivel de satisfacción laboral, los hallazgos indican que la satisfacción de los colaboradores también es baja. Este resultado está vinculado a factores como las escasas oportunidades de ascenso, la falta de programas de formación y capacitación, así como la calidad de las relaciones interpersonales y los desafíos que enfrentan en su entorno laboral.

En conjunto, estos resultados subrayan la necesidad de implementar estrategias que busquen mejorar la comunicación asertiva y, por ende, elevar los niveles de satisfacción laboral, lo que podría tener un impacto positivo en la productividad y el clima organizacional de la empresa.

A partir de los hallazgos y la literatura revisada, se sugieren algunas estrategias para mejorar la comunicación asertiva y la satisfacción laboral en empresas similares:

Fomentar una cultura de comunicación abierta y transparente: Es fundamental establecer canales, tanto formales como informales, donde los empleados se sientan cómodos para compartir sus opiniones, sugerencias y preocupaciones sin miedo a represalias.

Implementar programas de capacitación en habilidades comunicativas: Ofrecer talleres y sesiones de coaching que se centren en desarrollar la asertividad, la escucha activa y la retroalimentación constructiva.

Reconocimiento y recompensas: Crear sistemas que reconozcan y celebren los logros y esfuerzos de los colaboradores, lo que no solo aumenta la motivación, sino también el sentido de pertenencia.

La aplicación de estas estrategias puede transformar el clima laboral, elevar la satisfacción de los empleados y, en consecuencia, mejorar la productividad y los resultados de la empresa.

REFERENCIAS

[1] Cuesta, E., & Tamayo, K. (2018). Comunicación asertiva en el comportamiento dentro del aula del subnivel básica media. Universidad de Guayaquil.

[2] Páez, Á., Castellanos, J., & Neüman, M. (2022). Comunicación asertiva y percepción de éxito. Hologramatica, 3(36), 3-16.

[3] Corrales Pérez, A., Quijano León, N. K., & Góngora Coronado, E. A. (2017). Empatía, comunicación asertiva y seguimiento de normas. Un programa para desarrollar habilidades para la vida. Enseñanza e Investigación en Psicología, 22(1), 58-65.

[4] Lesmes, A., Barrientos, E., & Cordero, M. (2020).

Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? Revista De Investigación, Administración e Ingeniería, 8(1), 147-153. doi:https://doi.org/10.15649/2346030X.757

[5] Lachira Estrada, D., Luján Vera, P., Mogollón Taboada, M., & Silva Juárez, R. (2020). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. Revista Latinoamericana de Difusión Científica, 2(3), 72-82 DOI:https://doi.org/10.38186/difcie.23.06

[6] Vinueza, S., & Ramón, G. (2022). Comunicación asertiva y relaciones interpersonales en docentes universitarios de la carrera de medicina: caso UCACUE. Green World Journa, 5(3). doi:https://doi.org/10.53313/gwj52030

[7] Boada, N. (2019). Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral en una Pyme de servicios de seguridad en el Perú. Journal of Economics, Finance and International Business, 3(1), 75-103. doi:http://dx.doi.org/10.20511/jefib 2019.v3n1.398

[8] Chirinos, J., & Gutierrez, E. (2019). Factores que influyen la Satisfacción Laboral entre 2008 – 2018 en el Perú. (Trabajo de investigacion), Universidad Privada del norte.

[9] Hinojosa, J. (2022). El papel mediador de la satisfacción laboral entre la calidad en los factores del trabajo y el compromiso laboral. Revista de Administração de Empresas, 62(4), 1-9. doi: https://doi.org/10.1590/S0034-759020220410

[10] Solís, I., Mapén, F., & Méndez, W. (2021). Satisfacción Laboral en colaboradores de una cadena mexicana de supermercados. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(11). Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576868768001

[11] Escriba, J. (2019). Relación entre asertividad y satisfacción laboral en los trabajadores del hospital IIE-Bellavista en el año 2015. (Tesis de maestria), Universidad Cesar Vallejo

[12] Lesmes, A., Barrientos, E., & Cordero, M. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? Revista De Investigación, Administración e Ingeniería, 8(1), 147-153. doi:https://doi.org/10.15649/2346030X.757

[13] Quintero, F., Quintero, O., & Amador, D. (2021). Assertive communication in managers of the Provincial School of Sport Initiation. PODIUM Journal, 16(3), 731-742.

[14] Prieto, Y., & Loor, B. (2021). Un acercamiento a la comunicación asertiva y su incidencia en la producción académica y científica de los estudiantes de Metodología de Investigación en la Facultad de Marketing y Comunicación- Universidad ECOTEC. Digital Publisher Ceit, 6(6-1), 549- 562.

[15] Lesmes, A., Barrientos, E., & Cordero, M. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? Revista De Investigación, Administración e Ingeniería, 8(1), 147-153. doi:https://doi.org/10.15649/2346030X.757

[16] Tantalean, L., & Callohuanca, J. (2022). Eficacia de un programa de comunicación asertiva en agentes de seguridad municipal en Lima - Perú. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 13(4), 282-290. doi: https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.761

[17] Hernández, R., Férnandez, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (6ta ed. ed.). Mc Graw-Hill Education.

[18] Asencio, L., Gonzáles, E., & Lozano, M. (2017). El inventario como determinante en la rentabilidad de las distribuidoras farmacéuticas. Retos, 17(13), 123-142. doi:https://doi.org/10.17163/ret.n13.2017.08

[19] Oyola, J. (2018). La comunicación asertiva y su efecto positivo para el área de operaciones de la empresa COVY S.A.S. (Tesis de grado), Pontificia Universidad Javeriana.

[20] Garces, A. P. (2019). La asertividad y su influencia en la satisfacción laboral del personal operativo de la empresa Ecuatran S.A. (Trabajo de titulación), Universidad Tecnológica Indoamericana.

[21] Marquez, M. (2020). Comunicación asertiva y satisfacción laboral de los docentes de la Institución Educativa San Antonio IHM de Bellavista-Callao. (Tesis de maestria), Universidad Cesar Vallejo.