



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Comunicación asertiva como factor de éxito organizacional en restaurantes de Leónidas Plaza

Autor:

Juan José Santana Anchundia

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Septiembre 2025 - Bahía de Caráquez

Certificación del tutor

En calidad de docente tutora de la Extensión Sucre Bahía de Caráquez de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente trabajo de artículo científico bajo la autoría del estudiante **Juan José Santana Anchundia**, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2024-2025(2), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "**Comunicación asertiva como factor de éxito organizacional en restaurantes de Leónidas Plaza**"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este requisito suficiente para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Bahía de Caráquez, Septiembre de 2025.

Lo certifico,



Ing. Ericka Almeida Lino, Mgs.

Docente Tutora

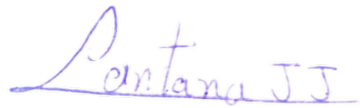
Área: Ciencias Administrativas y Contables

Declaración de Autoría

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.

Autor



Juan José Santana Anchundia

Aprobación del trabajo

Previo del cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal del grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S.E. Ana Isabel Zambrano Loor

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADEMICA

Dedicatoria

"A Dios, por darme la vida, la sabiduría y la fortaleza para culminar este camino.

A mis amados padres, Santana Chica Gregorio, Anchundia Mendoza Ruth Maria, cuyo amor incondicional, esfuerzo incansable y fe inquebrantable fueron el pilar fundamental que sostuvo cada uno de mis pasos. Su sacrificio y enseñanzas son el mayor legado de mi vida.

A mi familia y amigos, por su comprensión, su aliento y por iluminar cada jornada con su compañía.

A mi tutora, Almeida Lino Ericka, que estuvo pendiente siempre de mí en esta etapa que fue nueva.

A mis maestros y guías, por compartir generosamente su conocimiento y por inspirarme a alcanzar nuevas metas.

A todos quienes, de una u otra forma, contribuyeron a la realización de este sueño."

Reconocimiento

La realización de esta investigación ha sido posible gracias al valioso apoyo y la colaboración de diversas personas e instituciones, a quienes expreso mi más sincero agradecimiento.

En primer lugar, a los restaurantes que formaron parte de este proceso, por brindarme la oportunidad de desarrollar esta investigación y por proporcionar los recursos académicos necesarios para su culminación.

Mi más profundo agradecimiento a mi tutora, Almeida Lino Ericka cuya invaluable guía, paciencia, sabiduría y constante motivación fueron fundamentales en cada etapa de este trabajo. Sus agudas observaciones y su compromiso inquebrantable me impulsaron a alcanzar un nivel de rigor académico que no hubiera sido posible sin su dirección.

A los restaurantes y a su personal, por facilitar el acceso a la información y a los recursos necesarios para el desarrollo del estudio de campo. Su disposición y colaboración fueron esenciales.

Finalmente, extendiendo mi gratitud a mi familia y amigos por su paciencia, comprensión y apoyo emocional incondicional. Su aliento constante y su presencia fueron un pilar fundamental durante todo este proceso.

A todos ellos, mi más sincero reconocimiento.

Comunicación asertiva como factor de éxito organizacional en restaurantes de Leónidas Plaza

Assertive communication as a factor for organizational success in restaurants in Leónidas Plaza

Autores:

Almeida Lino Ericka Vanessa, Mgs.

Docente Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Ecuador

ericka.almeida@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7060-2486>

Santana Anchundia Juan José

Estudiante Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Ecuador

e1350132476@live.uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0006-1531-6894>

Resumen

El artículo "Comunicación asertiva como factor de éxito organizacional en restaurantes de Leónidas Plaza" analiza cómo la comunicación asertiva influye en la eficiencia organizacional y la satisfacción en los restaurantes. La investigación, con un enfoque mixto, combinó métodos cualitativos y cuantitativos para evaluar la percepción de dueños, gerentes y empleados de cinco restaurantes mediante encuestas y entrevistas. Los resultados mostraron un nivel alto de satisfacción en comunicación clara y respetuosa, destacando que el 66.7% de los colaboradores perciben positivamente este aspecto, contribuyendo a un mejor ambiente laboral, coordinación y eficiencia operativa. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora en el reconocimiento de opiniones y la resolución de conflictos mediante diálogo asertivo, con un 23.3% de opiniones neutrales y un 10% negativas. La capacitación formal en comunicación efectiva es limitada, reflejando una brecha que afecta la uniformidad del comportamiento asertivo. El estudio resalta la importancia de un liderazgo que fomente la comunicación abierta y la implementación de estrategias como reuniones "pre-servicio" para mejorar la integración y la gestión de equipos. En conclusión, la comunicación asertiva es esencial para el éxito organizacional de los restaurantes, mejorando la coordinación interna, el clima laboral y la satisfacción del cliente. Se recomienda fortalecer la capacitación continua y la retroalimentación para reducir conflictos y aumentar el compromiso y la productividad en estos establecimientos. Esto posiciona la comunicación asertiva no solo como una herramienta de expresión, sino como un factor clave para la sostenibilidad y competitividad en el sector restaurantero.

Abstract

The article "Assertive Communication as a Factor of Organizational Success in Leónidas Plaza Restaurants" analyzes how assertive communication influences organizational efficiency and satisfaction in restaurants. The research, using a mixed approach, combined qualitative and quantitative methods to assess the perceptions of owners, managers, and employees of five restaurants through surveys and interviews. The results showed a high level of satisfaction with clear and respectful communication, highlighting that 66.7% of employees positively perceive this aspect, contributing to a better work environment, coordination, and operational efficiency. However, areas for improvement were identified in the recognition of opinions and conflict resolution through assertive dialogue, with 23.3% neutral and 10% negative opinions. Formal training in effective communication is limited, reflecting a gap that affects the consistency of assertive behavior. The study highlights the importance of leadership that encourages open communication and the implementation of strategies such as pre-service meetings to improve integration and team management. In conclusion, assertive communication is essential for the organizational success of restaurants, improving internal coordination, work environment, and customer satisfaction. It is recommended to strengthen ongoing training and feedback to reduce conflicts and increase engagement and productivity in these establishments. This positions assertive communication not only as a tool for expression, but also as a key factor for sustainability and competitiveness in the restaurant sector.

1. Introducción

La calidad del servicio es un factor crucial para el éxito de los negocios de restauración en un entorno donde la apertura de nuevos restaurantes y el aumento de la competencia representa desafíos constantes. En este contexto, la comunicación asertiva se presenta como una herramienta esencial para garantizar la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y el bienestar del personal. Muchos restaurantes en Leónidas Plaza enfrentan desafíos relacionados con la comunicación interna y externa. Como lo indica Caguano & Gutiérrez, (2023) donde dicen que, los problemas comunes incluyen malentendidos entre el personal, falta de coordinación en el servicio, y una comunicación ineficaz con los clientes. Estos problemas pueden resultar en un servicio deficiente, insatisfacción del cliente, y un alto índice de rotación de personal.

Lachira y otros (2020) consideran que las organizaciones que establecen lineamientos comunicativos entre sus colaboradores, han incidido en desarrollar en ellos habilidades comunicativas a través de canales eficaces que les ha permitido evolucionar y trascender en las diferentes formas de la comunicación verbal y no verbal, como en las redes telefónicas, redes sociales, videoconferencias, correo electrónicos y plataformas virtuales, cuyos resultados les ha permitido seleccionar el medio más idóneo para transmitir los mensajes deseados.

La comunicación asertiva se refiere a la capacidad de expresarse verbalmente, acorde al contexto cultural. Según, Huertas y otros (2020) mencionan que la comunicación asertiva en el contexto organizacional hace referencia a las formas o modos de solucionar por medio del dialogo situaciones y acontecimientos empresariales de manera efectiva y oportuna. Asimismo, Rodríguez et al, (2021) sostiene que se analiza la comunicación interna organizacional como base del clima laboral, en pro al bienestar de las empresas, permitiendo contribuir con la implementación de estrategias comunicativas internas referidas a la actualidad, dichas estrategias son relevantes socialmente, pues permiten que tanto los individuos como las empresas tengan un conocimiento solido sobre los efectos de una comunicación como herramienta de impacto en las relaciones inter laborales, desempeño de los trabajadores y en la productividad de las organizaciones.

De esta forma, OIT (2024) reconoce la comunicación como un componente importante para optimizar los procesos empresariales, dado que permite la transmisión de información e influye en las decisiones del personal para impulsar la mejora de los resultados de las empresas.

Lo dicho por, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2018) destaca que la comunicación dentro de las empresas es fundamental para todas las facetas del proceso empresarial, ya que está presente en cada etapa de la actividad. Además Mena & Salgado, (2024) mencionan que, es crucial para mejorar la capacidad de los empleados para tomar decisiones relacionadas con su trabajo, salvaguardar los intereses importantes de la compañía y fomentar conductas saludables. Asimismo, Alvarado et al. (2018), Las entidades a escala nacional han concluido que una comunicación efectiva debe tener en cuenta las interacciones entre los empleados y sus jefes. Esto se refleja en la manera en que las personas realizan sus labores, influidas por sus respectivas culturas dentro de la organización.

Según Ullauri y otros (2024), la comunicación clara y un alto desempeño en el trabajo son esenciales para medir la efectividad. Estos componentes permiten a los empleados reconocer los factores negativos que pueden impactar la calidad del servicio y el logro de las metas de la organización, particularmente cuando colaboran de manera interdependiente. De igual manera, Vela (2021), esto trae consigo ventajas tanto a nivel personal, al fortalecer la autoestima, la seguridad, la autoimagen y el autoconcepto, como en el ámbito laboral. En el trabajo, se logra reducir el estrés, incrementar la eficiencia, calidad y competencia de los servicios ofrecidos, establecer mejores vías de comunicación y optimizar el tiempo, lo que finalmente contribuye a un ambiente organizacional favorable.

Esta investigación tiene como objetivo general identificar técnicas de comunicación asertiva que contribuyan al éxito organizacional restaurantes de Leónidas Plaza. Para lograrlo, primero se identificará la relación entre la comunicación asertiva y el éxito de dichos establecimientos. Segundo, se diagnosticará cómo esta influye en la iniciativa y el rendimiento laboral de los

colaboradores. Finalmente, con base en estos hallazgos, se propondrán las técnicas mencionadas.

La comunicación asertiva es la habilidad de expresar tus pensamientos, sentimientos y percepciones, de elegir cómo reaccionar y de hablar por tus derechos cuando es apropiado, esto con el fin de elevar tu autoestima y de ayudarte a desarrollar tu autoconfianza para expresar tu acuerdo o desacuerdo cuando crees que es importante tu opinión, como lo expresa Marquez, et. al (2022). Para mejorar la interacción con otras personas simplemente lo que todos debemos aprender son algunas habilidades que nos ayudaran a tener un mejor rendimiento laboral.

Aguilar-Morales (2020) menciona cuando un individuo durante una situación determinada se comporta de manera asertiva se deriva una buena relación interpersonal; sin embargo, cuando si uno de los individuos se comporta de forma inadecuada la otra persona tendrá que discernir como proceder. Esto nos da a entender que la asertividad es la base para interacciones constructivas. Cuando no hay asertividad, la comunicación se vuelve un campo de batalla donde las opciones son negativas y destructivas para la relación.

De acuerdo con Cardona et. al, (2025) menciona que, para el desarrollo personal y profesional es clave comprender como utilizar la comunicación asertiva debido que influye en nuestras relaciones emocionales tanto en el entorno personal como laboral. Una comunicación fluida permite reforzar los lazos, resolver diferencias y por ende influye en el desempeño laboral. Acorde a lo que manifiesta Cerón & Martínez (2023) las empresas utilizan métodos subjetivos para evaluar el desempeño de sus colaboradores y el rendimiento de la empresa por medio de sistemas de medición que eviten la divulgación de información a externos.

Analizando este escenario, como lo menciona Clara, (2025) donde dice que, la comunicación asertiva se vuelve una herramienta fundamental en los establecimientos de restauración para alcanzar los objetivos planteados en un sector tan competitivo donde se necesita una comunicación clara, respetuosa y firme entre clientes y colaboradores. Por lo cual se vuelve un componente que influye en el éxito, por motivo de estar vinculado a todos los procesos de gestión (desde la coordinación interna hasta el servicio que se proporciona al cliente) dentro de estos establecimientos.

Para Pipas & Jaradat (2010) la comunicación asertiva es una habilidad que desarrolla la persona para expresar sus ideas, opiniones y emociones de forma sincera y con respeto, evadiendo la confrontación así como la sumisión. Esto involucra llegar a un equilibrio de poder expresar las necesidades sin utilizar la agresividad o imposición. Lo cual la convierte en una herramienta fundamental para cimentar organizaciones con entornos laborales sanos y productivos.

De igual forma, Garcés (2021), la comunicación asertiva se caracteriza por la habilidad para transmitir y recibir los mensajes, sentimientos, creencias u opiniones propias o ajenas de una manera honesta, oportuna y respetuosa.

En los negocios de restauración se debe emplear una comunicación asertiva, basada en expresar ideas con claridad y precisión; se debe evitar incurrir en confusiones. Arroyo et. al (2024) manifiesta que, para una buena comunicación se debe practicar una escucha atenta y genuina de lo que está transmitiendo el emisor, teniendo en cuenta el lenguaje corporal. Así mismo, se debe reconocer y valorar tanto las emociones y puntos de vista de cada una de las personas que intervienen en la comunicación. Se debe mantener el respeto y derecho de cada uno. En el ámbito corporativo, la comunicación asertiva promueve una efectiva diseminación de información, permite una resolución constructiva de disputas y fomenta un entorno laboral favorable (Mapfre, 2024).

Según Jong-Hyeong (2017) menciona que el logro organizacional en el ámbito de restaurantes consiste en un concepto que abarca múltiples dimensiones, que supera al factor de generar rentabilidad monetaria. A pesar que la obtención de ingreso es fundamental se deben considerar otros elementos que permiten dar sostenibilidad a las organizaciones. En los establecimientos de restauración el éxito está vinculado a factores como la calidad de los alimentos, del servicio y la experiencia en general; así como la eficiencia, cordialidad y profesionalismo de sus colaboradores. Para que las organizaciones generen utilidades y mantengan un desempeño organizacional sostenido deben considerar que se deben optimizar los procesos internos que conlleve a maximizar la productividad a un menor costo. Además, de disminuir la rotación de empleados por medio de la incorporación de personal calificado y motivado. Por último, contar con una identidad organizacional que le permita posicionarse en el mercado. Conforme con lo mencionado por, Patricia, (2024) manifiesta que, estos son factores que los establecimientos de restauración ubicados en Leónidas Plaza deben tomar en cuenta, en cuyos procesos de gestión se debe fomentar la comunicación asertiva para llegar al éxito organizacional.

La mejora del clima laboral y cohesión del equipo es fundamental, lo mencionado por Martínez y otros (2021) donde dijo que, un entorno en el que los trabajadores pueden manifestar sus pensamientos e inquietudes de forma asertiva, sin miedo a represalias, promueve un ambiente de trabajo más positivo y cooperativo. La comunicación amable y respetuosa entre los integrantes del equipo (cocineros, meseros, personal de limpieza, administradores) disminuye las confusiones, evita disputas superfluas y potencia la unidad.

Por otro lado, Rossana (2024) menciona que, esto se traduce en un equipo más motivado y comprometido con los objetivos del restaurante. Cuando los empleados se sienten escuchados y valorados, su satisfacción laboral aumenta, lo que a su vez puede disminuir la alta rotación de personal, un problema común en el sector

La optimización en el servicio al cliente está estrechamente relacionada con la comunicación asertiva. Por lo tanto, la comunicación asertiva es esencial para una relación eficaz con los clientes. Un grupo educado en técnicas asertivas tiene la capacidad de manejar reclamaciones y solicitudes de manera profesional y empática, convirtiendo situaciones que podrían ser desfavorables en oportunidades para la fidelidad del cliente. La habilidad para presentar los platos de forma clara y atractiva, para atender las necesidades del consumidor y para resolver problemas de forma constructiva son manifestaciones de una comunicación asertiva que elevan la calidad del servicio y, en consecuencia, la satisfacción del cliente (Divulgación Dinámica, 2025).

En el entorno de un restaurante la eficiencia en la gestión y resolución de conflictos son cruciales. De acuerdo con Lara (2021), manifiesta que los conflictos son inevitables en los entornos donde se requiere precisión en el servicio. Para la resolución de los conflictos la comunicación asertiva proporciona ciertas estrategias que se pueden aplicar para solucionar desacuerdos y generar un ambiente donde ambas partes obtengan un beneficio (ganar – ganar). Para lograr una operación eficiente en los negocios se debe aplicar una buena comunicación asertiva por medio de una comunicación fluida; delegando tareas con claridad y ofreciendo una retroalimentación efectiva ya sea positiva o negativa.

Otro de los aspectos fundamentales para reforzar la gestión y el liderazgo asertivos es el liderazgo de los supervisores y administradores. En los establecimientos de restauración el líder debe cumplir con ciertas cualidades claves que permitan inspirar al equipo a cumplir con los objetivos; tomar decisiones difíciles y transmitirlos de forma efectiva, generando un clima de respeto y confianza. Esto concuerda con lo que indica Chen y Wang (2019), quien afirma que el estilo de liderazgo aplicado puede motivar al personal, impulsar la cultura organizacional por medio de una comunicación abierta y transparente. Esto permite deducir que la adopción de la comunicación asertiva en los restaurantes representa un reto en su adopción; sin embargo, su aplicación influye en el éxito organizacional del mismo.

Luka (2024) señala que, aunque tiene beneficios, la implementación de la comunicación asertiva en el sector restaurantero puede enfrentar barreras tales como la alta rotación de personal, lo que dificulta la capacitación continua; la urgencia del tiempo durante los servicios, que puede resultar en una comunicación más abrupta en lugar de ser reflexiva; y las diferencias culturales y de personalidad entre los empleados. Lo dicho por Garcia & Ñopo, (2023) manifiesta que, para superar estos desafíos, es necesario un compromiso deliberado de la gerencia del restaurante para promover y ejemplo de conductas asertivas, además de invertir en programas de formación.

2. Metodología

En esta investigación se utilizó el enfoque mixto, el cual se integró técnicas cualitativas y cuantitativas que permitieron conocer el impacto de la comunicación asertiva en el éxito de los

restaurantes de la parroquia Leónidas Plaza; la combinación de ambos métodos ayudó a recopilar información desde diferentes perspectivas las cuales contribuyeron a la triangulación de datos, permitiendo un análisis más sólido y superando las limitaciones que cada técnica podría presentar por separado (Acosta, 2023). El enfoque mixto que se utilizó se fusiona con aspectos cualitativos y cuantitativos para conseguir una perspectiva más completa en el análisis, el enfoque combinado posibilita un estudio más detallado de las interacciones y percepciones de los participantes, mientras se consiguen datos cuantificables para confirmar hipótesis y correlaciones.

Se empleó un diseño de tipo exploratorio descriptivo. Desde el enfoque cualitativo, se buscó profundizar en las percepciones y experiencias del personal de los restaurantes respecto a los canales y estilos de comunicación. Simultáneamente, el elemento cuantitativo facilitó la evaluación de aspectos como la opinión sobre el ambiente de trabajo, la satisfacción con la comunicación interna y la eficiencia organizacional, a través de encuestas organizadas. La población objetivo de la investigación estuvo integrada por dueños, gerentes y empleados operativos de pequeños y medianos restaurantes en la parroquia Leónidas Plaza. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, eligiendo 5 restaurantes representativos de la industria. Dentro de estos establecimientos, se encuestó a un total de 30 colaboradores y, garantizando diversidad de perfiles y experiencias. Para el componente cuantitativo, se utilizó una encuesta estructurada con preguntas cerradas tipo Likert de cinco puntos. El instrumento fue validado por juicio de expertos y se orientó a evaluar dimensiones como: claridad en la comunicación, retroalimentación, respeto en las interacciones, y percepción de eficacia organizacional. Estas se enfocaron en explorar los estilos de liderazgo comunicacional, barreras en la comunicación interna y buenas prácticas que promueven la cohesión organizacional. El guion de entrevista se diseñó en base a categorías emergentes del marco teórico. La recolección de datos se realizó entre los meses de Junio y Julio de 2025. Se visitaron personalmente los restaurantes, se aplicaron las encuestas en papel y en digital lo cual se concertaron entrevistas presenciales con los responsables seleccionados y de igual manera a los locales que no podían ser elaborados de manera digital. Los datos numéricos se procesaron y examinaron utilizando el programa SPSS para generar estadísticas descriptivas y reconocer relaciones. Se aseguró la privacidad de los participantes y se estipuló que la información se utilizaría únicamente con fines académicos.

3. Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a los colaboradores de cinco restaurantes de la parroquia Leónidas Plaza, con el objetivo de evaluar la percepción y práctica de la comunicación asertiva en su entorno laboral. Los datos recabados permitieron identificar el nivel de satisfacción en aspectos clave como la claridad de los mensajes, el respeto en las interacciones, la valoración de las opiniones, la resolución de conflictos y la influencia de la comunicación en el ambiente organizacional.

Tabla 1.*Resultados generales de la encuesta sobre comunicación asertiva en restaurantes de Leónidas Plaza*

Percepción	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfacción	Muy Satisfactorio
La comunicación en mi lugar de trabajo es clara y respetuosa	6,7 %	3.3 %	20.0%	40 %	30.0%
Mis opiniones asertivas son valoradas por mis superiores	6.7 %	10.0%	26.6 %	33.3 %	23.0%
La comunicación asertiva permite evitar malentendidos	6.7 %	3.3 %	23.3 %	40 %	26.7 %
Me siento escuchado/a y respetado/a por mis compañeros	6.7 %	3.3 %	23.3 %	36.7 %	30 %
Los conflictos se resuelven mediante diálogo asertivo	10 %	6.7 %	26.7 %	36.6 %	20 %
La empresa me ofrece capacitación en comunicación efectiva	6.7 %	10 %	30 %	33.3 %	20 %
Los líderes fomentan la comunicación entre empleados	6.7 %	3.3 %	23.3 %	40 %	26.7 %
La comunicación asertiva mejora la eficiencia en el trabajo	6.7 %	6.7 %	20 %	36.6 %	30 %
La comunicación respetuosa contribuye a un buen ambiente laboral	6.7 %	6.7 %	20 %	36.6 %	30 %
La buena comunicación interna es clave para el éxito del restaurante	3.3 %	3.3 %	20 %	50 %	23.4 %

Los resultados evidencian una percepción mayoritariamente favorable hacia la comunicación asertiva dentro de sus entornos laborales, Se comprueba que dos de cada tres participantes (66,7 %) manifiestan sentirse satisfechos o muy satisfechos respecto a la claridad, respeto y la eficacia en la comunicación interna. Esto sugiere que, en la mayoría de los establecimientos los mensajes se transmiten de forma comprensible y con un tono apropiado, lo cual favorece la coordinación y la disminución o eliminación de malentendidos.

Sin embargo, se evidencia que un 23,3 % de respuestas son neutrales y el 10 % de opiniones son negativas lo cual deja ver que aún persisten áreas de mejora. Así mismo, se visualiza que los encuestados perciben que sus opiniones no son totalmente valoradas; así como, que los conflictos no siempre se resuelven mediante una comunicación asertiva. Estos resultados son importantes porque permiten deducir que las prácticas de comunicación asertiva necesitan afianzarse en todos los procesos de gestión de los establecimientos.

Al analizar el parámetros sobre la claridad y el respeto en la comunicación se muestra un 70% de tienen una percepción positivas, esto reafirma que los equipos de trabajo han desarrollado un lenguaje común que reduce la divergencia de la información y fortalece las relaciones interpersonales. Sin embargo, respecto al parámetro del valor que los superiores otorgan a las opiniones de los colaboradores, el porcentaje de satisfacción disminuye a un 56,3 %, lo cual puede relacionarse al estilo de liderazgo o a la falta de mecanismos de retroalimentación aplicados.

En cuanto al parámetro de resolución de conflictos mediante diálogo asertivo, el 60 % valoraron de forma positiva, el 26,7 % respondieron de forma neutral y un 13,4 % en una valoración negativa.

Esto pone de manifiesto que no todos los conflictos se abordan buscando acuerdos o recurriendo al respeto como base de la solución. Esta situación cobra especial importancia en un sector donde cumplir con los estándares y los tiempos de servicio es clave para evitar tensiones innecesarias. Asimismo, los resultados muestran una brecha importante en la capacitación formal sobre comunicación efectiva, ya que solo una parte reducida de los encuestados afirma haber recibido formación específica en este tema. Esto coincide con las observaciones de Luka (2024), quien señala que la alta rotación de personal y la dinámica acelerada del servicio limitan el tiempo y la inversión destinada a programas de formación. La ausencia de entrenamiento sistemático puede explicar por qué ciertos comportamientos asertivos no se replican de manera uniforme.

Por último, los ítems vinculados a la influencia de la comunicación en el ambiente laboral y el éxito organizacional obtuvieron respuestas positivas superiores al 60 %, lo que confirma que los colaboradores asocian directamente la calidad de la comunicación interna con el clima de trabajo y el logro de objetivos. Esta percepción refuerza la hipótesis de que la comunicación asertiva no solo mejora la interacción entre compañeros y líderes, sino que también incide en la eficiencia y la satisfacción del cliente.

4. Discusión

Los hallazgos del estudio revelan que los trabajadores de los restaurantes en Leónidas Plaza experimentan un alto grado de satisfacción en cuanto a la comunicación asertiva, sugiriendo un ambiente laboral donde prevalecen la claridad y el respeto. Esta opinión respalda la idea de que una comunicación que sea clara y respetuosa fomenta la confianza y mejora el ambiente en el lugar de trabajo, como mencionan Pilligua & Arteaga (2019). A pesar de estos resultados favorables, hay ciertos aspectos que se deben considerar para llegar al éxito organizacional; que permitan una práctica de comunicación uniforme entre los colaboradores de los diferentes niveles de la organización.

Aunque los resultados son mayoritariamente positivos, la persistencia de opiniones neutras y negativas evidencia una oportunidad de mejora clave. Tal como señala Mapfre (2024), una comunicación interna bien estructurada es crucial para potenciar la eficiencia operativa. Por ello, los hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer los procesos comunicativos en estos restaurantes. Estos resultados reflejan la necesidad de fortalecer los procesos comunicativos, para que las instrucciones y tareas lleguen de forma precisa y comprensible a todos los que conforman la organización. Se observa que la satisfacción y el compromiso de los trabajadores están vinculados con la comunicación asertiva; sin embargo, como sostiene Castillo (2022), este impacto en la motivación solo es percibido solo por una parte del personal. Estos resultados muestran que a pesar de que la información se transmite, no se promueve el sentido de pertenencia siempre. En cuanto al liderazgo los resultados neutrales o negativos podrían indicar que las prácticas asertivas no se aplican de forma constante y coherente, de acuerdo con lo sugerido por Castillo (2022) quién afirma que es fundamental para una comunicación efectiva.

Acorde a estos resultados se puede afirmar que la comunicación efectiva es fundamental para el éxito de las organizaciones; por lo cual para obtener un éxito organizacional sostenido se sugiere que los establecimientos capaciten a los colaboradores respecto a temas en entrenamiento en habilidades de comunicación; así también perfeccionen los medios internos y promuevan un liderazgo efectivo para mejorar el ambiente laboral, la eficiencia en las operaciones y la satisfacción del cliente. Estas estrategias les permitirán fortalecer la comunicación efectiva y reducir o minimizar las brechas detectadas.

Las reuniones "Pre-Servicio" o encuentros diarios son citas breves, que duran entre 10 y 15 minutos, pensadas para unir al equipo al inicio de cada periodo laboral, mejorando la comunicación y la coordinación sin depender de tecnología avanzada ni de grandes gastos; las cuales ofrecen una oportunidad para estar en contacto con el equipo de trabajo (Nexho, 2024). Este tiempo permite informar y coordinar las actividades e imprevistos de gestión con todos los colaboradores contribuyendo a mejorar la integración y enfocarse en los objetivos comunes. Sus beneficios se perciben de inmediato: cada persona sabe con claridad qué se espera de ella, se refuerza la

motivación y se garantiza que todos trabajen en sintonía, generando un impacto positivo tanto en la calidad del servicio como en la eficiencia del trabajo diario.

En un ambiente distendido, estas reuniones se convierten en un momento clave para que los líderes compartan con su equipo las prioridades del turno, posibles cambios en la operación, solicitudes especiales de los clientes o las metas que se quieren alcanzar en la jornada. Estas reuniones son una alternativa viable para cualquier tipo de organización debido a su sencillez y sin grandes inversiones. Su sencillez es precisamente lo que las hace efectivas, ya que permiten mantener la constancia en el trabajo y fortalecer el compromiso diario del equipo sin generar costos adicionales ni depender de recursos complejos.

5. Conclusiones

La revisión y el análisis realizado permiten afirmar que la comunicación asertiva ocupa un lugar central en el éxito de los restaurantes, pues facilita la coordinación entre los distintos equipos, crea un clima laboral más positivo y contribuye a que los clientes reciban un mejor servicio. Cuando la información circula de manera clara, respetuosa y en el momento adecuado, las decisiones se toman con mayor seguridad, se evitan confusiones y se refuerza el sentido de trabajo en conjunto, aspectos indispensables para que el funcionamiento del negocio sea fluido y eficaz.

Los resultados confirman que la comunicación influye en el éxito organizacional esto se ve reflejado en la predisposición y rendimiento de cada uno de los miembros del establecimiento. Los equipos que se sienten escuchados, valorados y que reciben instrucciones claras generan mayor satisfacción y compromiso hacia la atención al cliente. Una comunicación clara permite operar de forma coordinada entre las diferentes áreas, evita confusiones y potencia la eficiencia operativa. No obstante, se evidencia que la falta de reconocimiento o retroalimentación limita el nivel compromiso, lo que demuestra que se necesita mejorar las prácticas de comunicación asertiva.

Incorporar estrategias que permitan reforzar la comunicación asertiva, como las reuniones “Pre-Servicio”, la creación de protocolos de comunicación y retroalimentación en así como capacitación continua sobre estrategias comunicativas permitirán a los establecimientos integrarse como equipos de trabajo disminuyendo los conflictos e incrementando el compromiso hacia el cumplimiento de los objetivos organizaciones de los restaurantes de Leonidas Plaza.

6. Bibliografía

- Acosta, S. (2023). Criterios para la selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos en las investigaciones mixtas. *Revista Honoris Causa*, 15(2), 62-83. Obtenido de <https://revista.uny.edu.ve/ojs/index.php/honoris-causa/article/view/303>
- Aguilar-Morales, J. (2020). *Comunicación Asertiva*. Obtenido de https://direcciondepersonal.com/comunicacion_asertiva.pdf
- Albayero, M., Tejada-Hernández, M., & Cerritos, J. (2020). Una aproximación teórica para la aplicación de la metodología del enfoque mixto en la investigación en enfermería. *Entorno*, 69, 45-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.5377/entorno.v0i69.9562>
- Arroyo Gonzales, K. J., Bellota Quispe, L. L., Espinoza Huancachoque, K. S., & Yupaiccana Sallo, N. J. (2024). *Repositorio institucioanal ITS*. Obtenido de <https://repositorio.its.edu.pe/handle/20.500.14360/90>
- Caguano Timbila, J. P., & Gutiérrez Barragán, L. A. (Agosto de 2023). *utc.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/71df616a-d0d6-4475-b77c-02026197b592/content>
- Cardona Espinosa, D. G., Ladino Vélez, M. R., Rodríguez Cortes, L. M., & Domínguez Rojas, A. L. (15 de Marzo de 2025). *Universidad Católica de Pereira*. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/server/api/core/bitstreams/364aff9c-4071-4790-be5b-d8e4389dd867/content>
- Castillo, G. (2022). *Repositorio de la Universidad Privada Antenor Orrego*. Obtenido de La comunicación asertiva y su relación con el rendimiento laboral de los colaboradores del restaurante La Bocca – Piura, 2021: <https://repositorio.upao.edu.pe/item/87a7ea99-c783-4f2d-9e32-c4ba60991086>
- Cerón, B., & Martínez, G. (2023). *Satisfacción laboral de los funcionarios del área administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cotopaxi*. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/items/0ba8cf2f-8b17-4a3a-9e64-fdf56f8fd056>
- Clara, B. G. (20 de Julio de 2025). *Repositorio Institucional ULADECH*. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/40398/MOTIVACION_LABORAL_BALTAZAR_GRANADOS_GLORIA_CLARA.pdf?sequence=1
- Divulgación Dinámica. (2025). *Técnicas de comunicación asertiva*. Obtenido de <https://divulgaciondinamica.es/tecnicas-comunicacion-asertiva/>

- Escalante Barrios, E. L., Herrón Gloria, M., Aguirre Martínez, C. E., & Ferrer, M. A. (2020). *researchgate* . Obtenido de MÉTODOS MIXTOS EN LA INVESTIGACIÓN SOCIOEDUCATIVA:
https://www.researchgate.net/publication/347955959_METODOS_MIXTOS_EN_LA_INV_ESTIGACION_SOCIOEDUCATIVA
- Garcia Beltran, K. M., & Ñopo Onairam, V. (12 de Noviembre de 2023). *Repositorio academico UPC*. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/669833>
- Huertas, A., Santos, E., & Villa, L. (2020). *Diseño de una estrategia de comunicación asertiva en el área operativa de la empresa SANMELCO S.A.S*. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/be12aca8-db7f-4941-8b30-08bdbe678368/content>
- Jong-Hyeong, K. (2017). *The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/318885528_The_Impact_of_Memorable_Tourism_Experiences_on_Loyalty_Behaviors_The_Mediating_Effects_of_Destination_Image_and_Satisfaction
- Lachira, d., Luján, P., Mogollón, M., & Silva, R. (2020). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 2(3), 72-82. Obtenido de <https://www.difusioncientifica.info/index.php/difusioncientifica/article/view/18>
- Lara, L. (2021). *La comunicación asertiva como herramienta para mejorar el clima laboral de las instituciones educativas*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/349135589_La_comunicacion_asertiva_como_herramienta_para_mejorar_el_clima_laboral_de_las_instituciones_educativas
- Luka, I. (2024). Solving Internal Communication Challenges in Tourism and Hospitality Enterprises in Three Northern European Countries. *Journal of Education Culture and Society*, 2, 15. Obtenido de <https://jecs.pl/index.php/jecs/article/view/1717>
- Mapfre. (2024). *La comunicación asertiva: una herramienta clave para las empresas*. Obtenido de <https://www.mapfre.com/actualidad/salud/comunicacion-asertiva/>
- Marquez Vela, A. V., Silva Ramírez, J. T., & Yaya Vargas, B. S. (2022). *Universidad Pedagógica Nacional*. Obtenido de <http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/17981/Comunicaci%C3%B3n%20Asertiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Martel, M. C. (2014). *LA FIJACION DE OBJETIVOS EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA DE DISCIPLINAS ADMINISTRATIVAS: UN COMENTARIO*. Recuperado el 3 de 6 de 2024, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n15_2005/a10.pdf
- Martínez, A., Cornelio, R., & Suárez, A. (2021). Comunicación Asertiva para Mejorar el Clima Laboral en las Organizaciones Públicas. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 27(78), 276-293. Obtenido de <https://ri.ujat.mx/handle/20.500.12107/3782>
- Mena Falconí, P. E., & Salgado Yáñez, D. A. (Febrero de 2024). *utc.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4f265cdf-8482-4913-a254-1032b1426f6c/content>
- Nexho. (2024). Obtenido de <https://www.somosnexho.com/por-que-son-tan-importantes-los-briefings-en-un-restaurante>
- OIT. (2017). *Publicaciones de la OIT 2018*. Obtenido de https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_630207.pdf
- OIT. (2024). *La Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@americas/@ro-lima/@sro-santiago/documents/genericdocument/wcms_531193.pdf
- Patricia, A. G. (2024). *Universidad tecnica de Babahoyo*. Obtenido de <https://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/18581>
- Pilligua, C., & Arteaga, F. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(28). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/html/>
- Pipas, M., & Jaradat, M. (2010). Assertive Communication Skills. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 2(12), 649-656. <https://doi.org/10.29302/oeconomica.2010.12.2.17>
- Sala, Y. (2022). *Comunicación asertiva y mejora en las relaciones interpersonales de los docentes del nivel de inicial, primaria y secundaria de la institución educativa América High School del Distrito de Bellavista - Callao en el 2019*. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10368/salas_cye.pdf?sequence=1&isAllowed=n

- Ullauri, M., Benítez, K., Zambrano, K., & Gálvez, K. (2024). Comunicación asertiva y desempeño laboral como estrategia para mejorar la educación. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 29(106), 745-759. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9394094>
- Vela, S., & Orbegoso, F. (2021). Obtenido de Comunicación asertiva y su relación con el desempeño laboral en los colaboradores del hospital I Juanjuí - EsSalud, 2020: <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b5279361-9818-4c8d-b42a-8e8cbc980f41/content>