

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**



**INSTITUTO SUPERIOR  
TECNOLÓGICO TENA**  
Tecnología, Innovación y Desarrollo



**ADMINISTRACIÓN**

**CASO DE ESTUDIO**

**DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN BASADO EN LAS  
NECESIDADES ORGANIZACIONALES DE LA CEVICHERÍA EL SABOR  
DE DON MARTÍN DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**

MODALIDAD EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORES:** FERNANDA VERÓNICA ALVARADO CERDA  
JAZEEL ANAHI GREFA CERDA

**TUTOR:** ING. JORGE IVÁN BARAHONA BONIFAZ, MSC.

**Tena – Ecuador**

**2025**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. OBJETIVOS.....	8
2.2.1 Objetivo 1.....	8
2.2.2 Objetivo 2.....	8
2.2.3 Objetivo 3.....	8
3. ANÁLISIS.....	9
3.1 Contexto situacional.....	9
3.2 Análisis de las metodologías y pasos utilizados.....	10
3.2.1 Enfoque de la Investigación.....	10
3.2.2 Tipo de investigación.....	10
3.2.3 Las herramientas de investigación.....	11
3.2.4. Ubicación del Área de estudio.....	11
3.2.5 Población y muestra.....	12
4. PROPUESTA.....	13
4.1 Resultado del Objetivo 1.....	13
4.2 Resultado del Objetivo 2.....	15
4.3 Resultado del Objetivo 3.....	31
5. CONCLUSIONES.....	33
6. RECOMENDACIONES.....	34
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	35
8. ANEXOS.....	37

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<b>Imagen 1</b> Mapa de ubicación geográfica de la sucursal principal.....	12
<b>Imagen 2</b> Mapa de ubicación geográfica de la segunda sucursal.....	12

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 4</b> Matriz FODA .....	15
-----------------------------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Enfoques metodológicos utilizados.....	10
<b>Tabla 2</b> Resumen de tipos de investigación aplicada.....	10
<b>Tabla 3</b> Técnicas de recolección de datos .....	11
<b>Tabla 4</b> Rango de edad de los encuestados según género. ....	16
<b>Tabla 5</b> Frecuencia de consumo en restaurantes .....	17
<b>Tabla 6</b> Calidad de atención percibida en Tena .....	18
<b>Tabla 7</b> Necesidad de capacitación en restaurantes .....	19
<b>Tabla 8</b> Tipo de formación más necesaria.....	20
<b>Tabla 9</b> Visita a la cevichería "El Sabor de Don Martín" .....	21
<b>Tabla 10</b> Satisfacción con la atención del personal.....	22
<b>Tabla 11</b> Rapidez de atención recibida .....	23
<b>Tabla 12</b> Conocimiento del personal sobre el menú .....	24
<b>Tabla 13</b> Presentación personal del personal .....	25
<b>Tabla 14</b> Percepción sobre capacitación del personal.....	26
<b>Tabla 15</b> Probabilidad de regreso.....	27
<b>Tabla 16</b> Área prioritaria de capacitación .....	28
<b>Tabla 17</b> Impacto de la capacitación en la experiencia del cliente .....	29
<b>Tabla 18</b> Resumen de resultados claves de la encuesta aplicada .....	30
<b>Tabla 19</b> Estructura y contenido del Plan de Capacitación.....	31

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Rango de edad de los encuestados según género.....	16
<b>Gráfico 2</b> Frecuencia de consumo en restaurantes .....	17
<b>Gráfico 3</b> Calidad de atención percibida en Tena .....	18
<b>Gráfico 4</b> Necesidad de capacitación en restaurantes .....	19

<b>Gráfico 5</b>	Tipo de formación más necesaria.....	20
<b>Gráfico 6</b>	Visita a la cevichería "El Sabor de Don Martín" .....	21
<b>Gráfico 7</b>	Satisfacción con la atención del personal .....	22
<b>Gráfico 8</b>	Rapidez de atención recibida .....	23
<b>Gráfico 9</b>	Conocimiento del personal sobre el menú .....	24
<b>Gráfico 10</b>	Presentación personal del personal .....	25
<b>Gráfico 11</b>	Percepción sobre capacitación del personal.....	26
<b>Gráfico 12</b>	Probabilidad de regreso.....	27
<b>Gráfico 13</b>	Área prioritaria de capacitación .....	28
<b>Gráfico 14</b>	Impacto de la capacitación en la experiencia del cliente .....	29

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

ING. JORGE IVÁN BARAHONA BONIFAZ, MSC.

**PROFESOR DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.**

### **CERTIFICA:**

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: **DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN BASADO EN LAS NECESIDADES ORGANIZACIONALES DE LA CEVICHERÍA EL SABOR DE DON MARTÍN DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**, de autoría de las señoritas **Fernanda Verónica Alvarado Cerda**, con CC. 1501221368 y **Jazeel Anahi Grefa Cerda**, con CC. 1501099111 estudiantes de la Carrera de Tecnología en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter complejo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 14 de julio de 2025

Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz, Msc.

**TUTOR DEL EXÁMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO**

## RESUMEN

El presente caso de estudio se desarrolló en la cevichería “El Sabor de Don Martín”, ubicada en el cantón Tena, provincia de Napo, cuyo objetivo principal fue diseñar un plan de capacitación basado en las necesidades organizacionales. Para ello, se aplicó una metodología con enfoque mixto: en el enfoque cualitativo, se realizó una entrevista al propietario, cuya información permitió elaborar un diagnóstico situacional a través de una matriz FODA; en el enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta compuesta por 13 preguntas tipo Likert y de selección múltiple, dirigida a una muestra de 154 personas pertenecientes a la población económicamente activa, segmentadas en clientes y clientes potenciales, Los resultados evidenciaron que, aunque el 63,4% de los clientes de la cevichería perciban al personal como capacitado y el 58,9% se siente satisfecho con la atención, el 81,9% total de encuestados considera necesaria una mejora en la formación del personal gastronómico en el cantón Tena. Como producto de la investigación, se diseñó un plan de capacitación con 3 módulos dirigido a los 18 colaboradores del personal operativo, con módulos técnicos y transversales enfocados en atención, higiene, trabajo en equipo y presentación personal, con mecanismos de evaluación continua.

**Palabras clave:** capacitación, personal operativo, diagnóstico situacional, metodología mixta, atención al cliente.

## **ABSTRACT**

This case study was developed at the cevichería “El Sabor de Don Martín,” located in the canton of Tena, province of Napo, whose main objective was to design a training plan based on organizational needs. To this end, a mixed methodology was applied: in the qualitative approach, an interview was conducted with the owner, whose information was used to develop a situational diagnosis through a SWOT matrix; in the quantitative approach, a survey consisting of 13 Likert-type and multiple-choice questions was administered to a sample of 154 people belonging to the economically active population, segmented into customers and potential customers. The results showed that, although 63.4% of the cevichería's customers perceive the staff as trained and 58.9% are satisfied with the service, 81.9% of all respondents consider that an improvement in the training of restaurant staff in the canton of Tena is necessary. As a result of the research, a training plan with three modules was designed for the 18 operational staff members, with technical and cross-cutting modules focused on customer service, hygiene, teamwork, and personal presentation, with continuous evaluation mechanisms.

**Keywords:** training, operational staff, situational diagnosis, mixed methodology, customer service.

## 1. INTRODUCCIÓN

La industria gastronómica depende en gran medida del trabajo humano, por lo que un plan de capacitación estandarizada del personal es esencial para mantener un servicio de calidad, transmitir información clave, fortalecer habilidades y mejorar el desempeño del personal. Sus beneficios incluyen una integración más rápida de nuevos empleados, mayor productividad, mejor toma de decisiones y fortalecimiento del trabajo en equipo, lo que impacta positivamente en el logro de objetivos organizacionales (Mendoza, 2022).

Desde la gestión del talento humano, esta investigación considera la capacitación como medio para mejorar el desempeño laboral, entendida como el proceso de preparar a las personas para desempeñar sus tareas eficazmente, desarrollando habilidades, conocimientos y actitudes que aumentan su productividad e innovación (Chiavenato, 2009).

En el caso de la Cevichería El Sabor de Don Martín, ubicada en el cantón Tena, provincia de Napo, ofrece servicios gastronómicos a través de dos sucursales. La sede principal se encuentra en el centro de la ciudad, en la Av. 15 de Noviembre, mientras que la segunda sucursal fue inaugurada en septiembre de 2022, en la vía Tena–Archidona, sector San Jacinto. El negocio es reconocido por su especialidad en encebollados, y ha ganado popularidad local por su sabor tradicional, atención rápida y precios accesibles, atrayendo tanto a clientes locales como a turistas.

Actualmente, el personal adquiere conocimientos solo por experiencia, lo que genera diferencias en el desempeño y falta de estandarización; por ello, esta investigación busca diseñar un plan de capacitación basado en las necesidades organizacionales en la Cevichería El sabor de Don Martín, para mejorar el rendimiento, optimizar la atención y profesionalizar al equipo.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Diseñar un plan de capacitación basado en las necesidades organizacionales, que permita la mejora del desempeño de los trabajadores de la Cevichería El Sabor de Don Martín del cantón Tena, provincia de Napo.

### **2.2 Objetivos específicos**

#### **2.2.1 Objetivo 1**

Diagnosticar la situación actual de la Cevichería El Sabor de Don Martín con respecto a los procesos de capacitación del personal.

#### **2.2.2 Objetivo 2**

Identificar las necesidades de formación y desarrollo del personal en función de las demandas organizacionales de la Cevichería El Sabor de Don Martín.

#### **2.2.3 Objetivo 3**

Diseñar un plan de capacitación que responda a las necesidades identificadas y que contribuya al mejoramiento del desempeño del personal de la Cevichería El Sabor de Don Martín.

### **3. ANÁLISIS**

#### **3.1 Contexto situacional**

La Cevichería El Sabor de Don Martín es un negocio familiar con dos locales en el cantón Tena, provincia de Napo, especializado en platos típicos costeños, especialmente encebollados. Fundado hace 20 años por el señor Edinson Martín Castillo Guevara y su esposa, el primer local se consolidó como un referente local gracias a la calidad de sus productos, lo que permitió la apertura de una segunda sucursal en 2022 en la vía Tena - Archidona.

A pesar de su crecimiento, la gestión del negocio ha sido empírica y carece de una estructura organizacional formal, lo que evidencia la necesidad de establecer elementos clave como la misión y visión. Ambos locales operan en un entorno cada vez más competitivo y con clientes exigentes que valoran tanto la calidad de la comida como la atención, por lo que la capacitación del personal y la mejora en la gestión interna se vuelven fundamentales para garantizar un servicio estandarizado y sostener el posicionamiento alcanzado.

El crecimiento del negocio ha puesto de manifiesto ciertas limitaciones en la formación del personal, ya que no existen procesos formales de inducción ni capacitación. Esta ausencia genera diferencias en el desempeño, afecta la calidad del servicio y dificulta la estandarización de procedimientos. Aunque ambos locales cuentan con una buena percepción por parte de los clientes, contar con un plan formal de capacitación es clave para mejorar resultados y fomentar la fidelización de los clientes en un mercado competitivo.

Actualmente, la plantilla está conformada por 20 colaboradores distribuidos en dos locales, incluyendo a los dueños que apoyan en la cocina y en la gestión administrativa. El equipo operativo está compuesto por cocineros, lavaplatos, ayudantes generales, meseros, cajeros y propietarios que asumen tareas administrativas y operativas. Esta estructura refleja una organización empírica, sin procesos formales de capacitación ni estandarización, lo que contribuye a las diferencias en el rendimiento y en la calidad del servicio ofrecido.

Como lo plantea Barraqueta (2023), la ausencia de programas de capacitación genera efectos negativos en la organización, tales como la baja productividad, conflictos entre empleados, deterioro de la calidad del servicio y una percepción negativa de la marca tanto por parte de los clientes como del propio personal.

En este mismo sentido, Crespo (2024) sostiene que el constante crecimiento de la oferta gastronómica ha intensificado la competencia en el sector, lo que obliga a los restaurantes a diferenciarse mediante una propuesta de valor clara. El análisis de la competencia y de la percepción de los clientes, además de ser útil para formular estrategias de posicionamiento, permite detectar áreas críticas del servicio en las que el personal debe capacitarse para cumplir con las expectativas del mercado. De este modo, el entorno competitivo actúa como un insumo importante para determinar las necesidades organizacionales en materia de formación.

### 3.2 Análisis de las metodologías y pasos utilizados

#### 3.2.1 Enfoque de la Investigación

**Tabla 1** Enfoques metodológicos utilizados

<b>Enfoque</b>	<b>Concepto</b>
<b>Cualitativa</b>	Es un enfoque metodológico que utiliza datos no numéricos para comprender fenómenos en su contexto natural. Emplea métodos inductivos como entrevistas y observación, priorizando una descripción detallada para un análisis profundo (Guerrero, 2016).
<b>Cuantitativa</b>	Se basa en datos numéricos y análisis estadísticos para explicar fenómenos y relaciones entre variables. Utiliza muestras representativas y busca conclusiones objetivas y generalizables, fundamentadas en el positivismo lógico (Cárdenas, 2018).

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

#### 3.2.2 Tipo de investigación

**Tabla 2** Resumen de tipos de investigación aplicada

<b>Tipo</b>	<b>Concepto</b>
<b>Descriptiva</b>	Se centra en detallar características, propiedades y perfiles de personas, grupos o fenómenos, describiendo cómo son y se manifiestan, sin buscar relaciones entre variables (Hernández et al., 2014).
<b>Aplicada</b>	Busca resolver problemas concretos mediante intervenciones evaluadas o propuestas. En gestión pública, cuando es un Plan

	de Mejora, se convierte en investigación propositiva con soluciones viables y prospectivas (Medianero, 2022).
<b>De campo</b>	Se basa en la recolección directa de datos en el entorno natural sin manipular variables, siendo un diseño no experimental que permite un análisis contextualizado del fenómeno (Arias, 2012).
<b>Investigación documentada</b>	Proceso sistemático de recopilación, organización y análisis de documentos y fuentes para establecer el estado del conocimiento, usando críticamente fuentes primarias y secundarias e identificando áreas no exploradas (Cotrina, 2025).

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

### 3.2.3 Las herramientas de investigación

**Tabla 3** Técnicas de recolección de datos

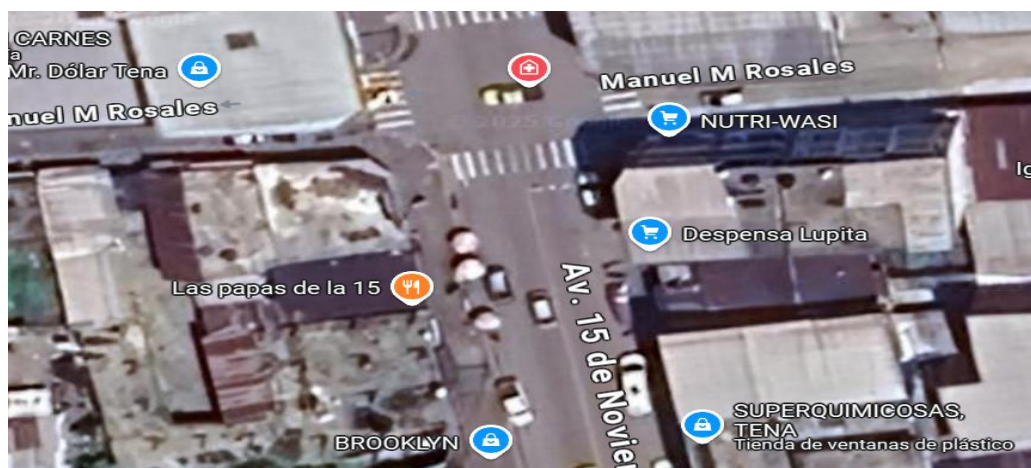
<b>Técnica</b>	<b>Concepto</b>
<b>Entrevista semiestructurada</b>	Método cualitativo que combina una guía con preguntas definidas y la flexibilidad para que el entrevistado responda libremente. Facilita una interacción profunda y permite explorar temas emergentes durante la conversación (Lopezosa, 2020).
<b>Análisis FODA</b>	Herramienta que evalúa fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una organización o proyecto, facilitando un diagnóstico integral y apoyando la toma de decisiones estratégicas (Sánchez, 2020).
<b>Encuesta</b>	Instrumento cuantitativo que recolecta datos mediante preguntas predefinidas, generalmente estructuradas, facilitando el análisis rápido y preciso, especialmente en plataformas digitales (Ortega, 2023).
<b>Diseño de la encuesta</b>	La segmentación de clientes es una técnica que divide consumidores en grupos con características similares para adaptar estrategias comerciales, identificar necesidades específicas y optimizando la comunicación y mejorando la experiencia del cliente (Corrales, 2020).

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

### 3.2.4. Ubicación del Área de estudio

El plan consideró ambas sucursales debido a que el personal operativo rota entre los dos locales, los cuales pertenecen al mismo propietario y comparten una estructura común de atención al cliente, sumando un total de 18 trabajadores. La sucursal principal de la cevichería “El Sabor de Don Martín” está ubicada en la ciudad de Tena, entre la Av. 15 de Noviembre y la calle Manuel M. Rosales, frente a la Despensa Lupita.

**Imagen 1** Mapa de ubicación geográfica de la sucursal principal.



Fuente: Google Maps (2025)

La segunda sucursal se encuentra a lo largo de la vía Archidona, sector San Jacinto, en la ciudad de Tena.

**Imagen 2** Mapa de ubicación geográfica de la segunda sucursal.



Fuente: Google Maps (2025)

### 3.2.5 Población y muestra

Dado que la población finita del cantón Tena, provincia de Napo, asciende a 19.960 habitantes según el último censo nacional realizado en 2022 y considerando exclusivamente a la Población Económicamente Activa (PEA) del área urbana, comprendida entre los 15 y 64 años de edad (INEC, 2023), se aplicó un muestreo que permite optimizar tiempo y recursos sin comprometer la representatividad. Cuando se conoce el número total de unidades de análisis, es pertinente utilizar una

fórmula específica para estimar una muestra adecuada, como lo señala Aguilar (2005).

Para este estudio, se empleó la fórmula de población finita, tal como fue aplicada en investigaciones anteriores, como la de Zamora y Arteaga (2023), quienes trabajaron con una población delimitada. Se adoptó un margen de error del 8 %, considerado adecuado para estudios aplicados, ya que permite mantener un equilibrio entre precisión y viabilidad. Un menor margen de error incrementa la confiabilidad de los resultados obtenidos (Muguira, 2023). A continuación, se presenta la fórmula utilizada:

$$n = \frac{N z^2 p q}{e^2(N - 1) + z^2 p q}$$

**Donde:**

n = Tamaño de la muestra

N = Universo o población = 19.960

z = Coeficiente de nivel de confianza 95% = 1,96

p = Probabilidad a favor = 0,5

(1-p) = Probabilidad en contra = 0,5

e = Margen de error = 0,08

$$n = \frac{19.960 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,08^2 * (19.960 - 1)) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)} = \mathbf{149}$$

## **4. PROPUESTA**

### **4.1 Resultado del Objetivo 1**

**Diagnosticar la situación actual de la Cevichería El Sabor de Don Martín con respecto a los procesos de capacitación del personal**

Se aplicó una entrevista semiestructurada de 14 preguntas al propietario del establecimiento, Sr. Edinson Martín Castillo Guevara, con el objetivo de diagnosticar la situación actual del negocio. A partir de sus respuestas, se

identificaron aspectos relevantes relacionados con la organización interna, la capacitación del personal y el entorno operativo, lo que permitió desarrollar el siguiente análisis situacional.

En primer lugar, se evidenció la ausencia de una misión y visión definidas, lo que indica la falta de una planificación estratégica formal. Esta carencia puede ocasionar dificultades en la gestión diaria, dado que el negocio ha funcionado mayormente de manera empírica desde sus inicios. Asimismo, se detectó que el propietario no cuenta con formación académica formal en administración, aunque ha adquirido experiencia y habilidades prácticas a través del compromiso y la gestión directa del negocio. Esta falta de planificación se refleja también en la ausencia de procesos estructurados para la capacitación y evaluación del desempeño del personal.

No obstante, el clima organizacional percibido es positivo, sustentado en valores promovidos por el propietario como la responsabilidad, el respeto, la empatía y un trato justo hacia los colaboradores. La relación cercana entre el dueño y sus empleados fomenta un ambiente de confianza y colaboración, donde el buen trato hacia los clientes y el equipo de trabajo es prioritario. Sin embargo, la estructura organizacional es informal y depende en gran medida del involucramiento directo del propietario en todas las áreas, lo que si bien facilita un control cercano, puede limitar la sostenibilidad y crecimiento del negocio a largo plazo.

Finalmente, el interés manifestado por el propietario en la implementación de un plan formal de capacitación representa una oportunidad significativa para profesionalizar la gestión interna, fortalecer el clima laboral y optimizar el desempeño del personal.

Con base en esta información, se ha elaborado la matriz FODA para identificar con mayor claridad las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas presentes en la cevichería:

**Cuadro 1** Matriz FODA

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>F1.</b> Personal con experiencia práctica adquirida empíricamente. <b>F2.</b> Cultura de aprendizaje colaborativo entre empleados. <b>F3.</b> Enfoque en atención personalizada como valor diferenciador. <b>F4.</b> Retroalimentación directa y cercana del propietario.	<b>O1.</b> Oportunidad para mejorar el desempeño mediante formación. <b>O2.</b> Crecimiento del turismo local que aumenta la demanda gastronómica. <b>O3.</b> Tendencia hacia consumo responsable y calidad alimentaria. <b>O4.</b> Acceso a programas externos de capacitación y apoyo institucional.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>D1.</b> Capacitación empírica, sin planificación ni evaluación. <b>D2.</b> Falta de formación académica formal en administración del dueño. <b>D3.</b> Ausencia total de procesos formales de capacitación. <b>D4.</b> Falta de seguimiento y estandarización del aprendizaje.	<b>A1.</b> Competencia creciente con personal más preparado. <b>A2.</b> Riesgo de estancamiento por falta de adaptación a cambios del mercado. <b>A3.</b> Aumento de exigencias de los clientes en calidad del servicio. <b>A4.</b> Posibles cambios en normativas que exijan mayor profesionalización.

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

Este análisis evidenció que, aunque la Cevichería El Sabor de Don Martín posee fortalezas clave como un ambiente laboral positivo y atención personalizada, enfrenta debilidades internas significativas como la falta de planificación estratégica y de procesos formales de capacitación. Estas pueden ser superadas aprovechando las oportunidades de mejora identificadas, especialmente el acceso a programas externos de capacitación y apoyo institucional lo cual resulta fundamental para afrontar las amenazas del entorno y asegurar la sostenibilidad del negocio.

#### **4.2 Resultado del Objetivo 2**

##### **Identificar las necesidades de formación y desarrollo del personal en función de las demandas organizacionales de la Cevichería El Sabor de Don Martín.**

Se realizó una encuesta a la PEA del cantón Tena para evaluar la percepción del servicio en restaurantes locales, con énfasis en la Cevichería El Sabor de Don Martín. La encuesta incluyó preguntas de selección múltiple y escala Likert, abordando aspectos generales y específicos del servicio.

Aplicando la segmentación de clientes, se dividió a los encuestados según si conocían la cevichería. Quienes no la conocían respondieron sobre su percepción general de los restaurantes del cantón, mientras que quienes sí la conocían contestaron además preguntas específicas sobre su experiencia directa, mejorando así la precisión y relevancia de los datos.

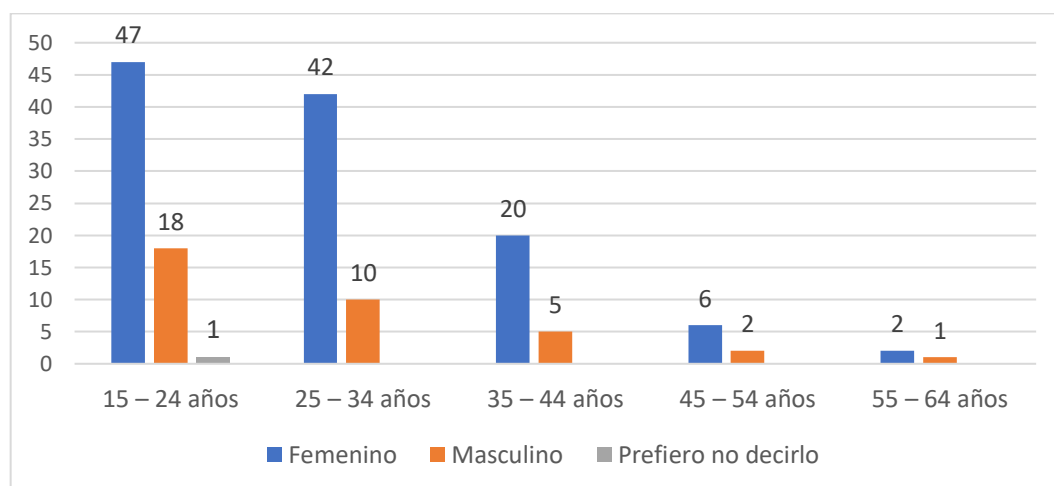
### Datos generales del encuestado:

**Tabla 4** Rango de edad de los encuestados según género.

Rango de edad	Femenino	Masculino	Prefiero no decirlo	Total por edad
15 – 24 años	47	18	1	66
25 – 34 años	42	10	0	52
35 – 44 años	20	5	0	25
45 – 54 años	6	2	0	8
55 – 64 años	2	1	0	3
<b>Total general</b>	<b>117</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>154</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 1** Rango de edad de los encuestados según género



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** De acuerdo con el gráfico 1, del total de 154 encuestados, presenta la distribución de encuestados por rango de edad y género. El grupo más numeroso es el de 15 a 24 años, con 66 personas, seguido por el de 25 a 34 años, con 52. En todos los rangos, predominan las mujeres, con 117 encuestadas frente a 36 hombres y un caso sin especificar género. Esto indica que la muestra está compuesta mayormente por mujeres jóvenes.

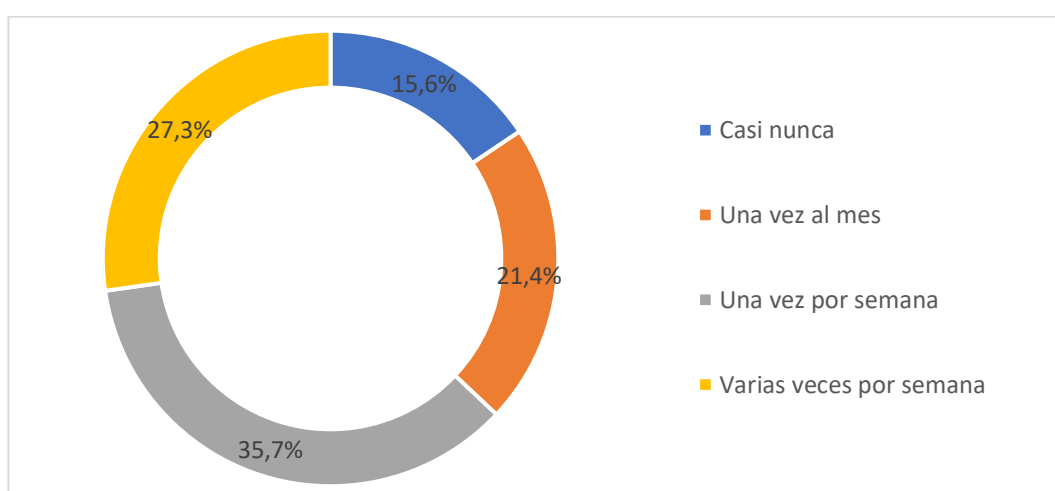
### Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia suele comer en restaurantes fuera de casa?

**Tabla 5** Frecuencia de consumo en restaurantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	24	15,6%
Una vez al mes	33	21,4%
Una vez por semana	55	35,7%
Varias veces por semana	42	27,3%
<b>Total general</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 2** Frecuencia de consumo en restaurantes



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En el gráfico 2, se observa que la mayoría de los encuestados (35,7%; 55 personas) afirmó que suele comer fuera una vez por semana, seguido por un 27,3% (42 personas) que lo hace varias veces por semana, lo cual indica que más de la mitad de los participantes tiene el hábito frecuente de comer en restaurantes. Por otro lado, el 21,4% (33 personas) lo hace una vez al mes, y solo el 15,6% (24 personas) señaló que casi nunca come fuera. Estos resultados reflejan una tendencia positiva hacia el consumo habitual en establecimientos de comida, lo cual resulta relevante para analizar la percepción del servicio al cliente en este tipo de negocios dentro del cantón Tena.

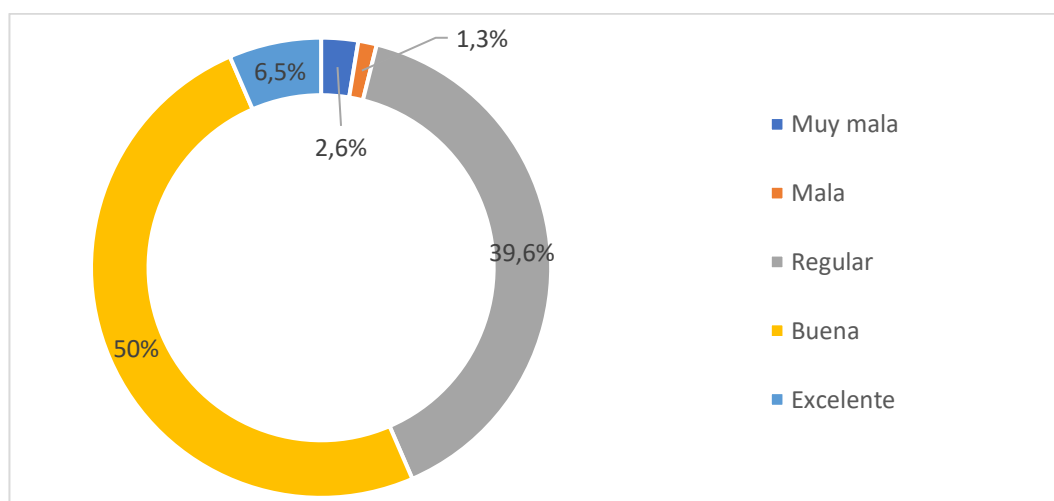
**Pregunta 2. En general, ¿cómo considera la calidad de atención en los restaurantes del Cantón Tena?**

**Tabla 6** Calidad de atención percibida en Tena

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy mala	4	2,6%
Mala	2	1,3%
Regular	61	39,6%
Buena	77	50%
Excelente	10	6,5%
<b>Total general</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 3** Calidad de atención percibida en Tena



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En el gráfico 3, se evidencia que el 50% (77) de los encuestados considera que la calidad de atención en los restaurantes del Cantón Tena es buena, mientras que el 6,5% (10) la califica como excelente. Un 39,6% (61) opina que la atención es regular y solo un 3,9% (6) la considera mala o muy mala, lo que refleja una percepción generalmente positiva, pero con espacio para alcanzar mayor excelencia.

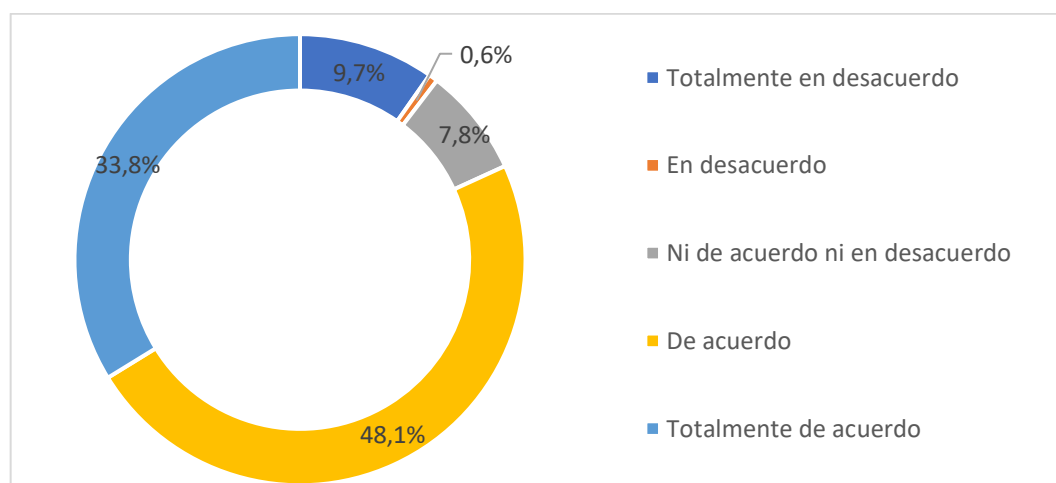
**Pregunta 3. ¿Cree que los restaurantes de la ciudad necesitan mejorar en cuanto a la capacitación del personal?**

**Tabla 7** Necesidad de capacitación en restaurantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	9,7%
En desacuerdo	1	0,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	7,8%
De acuerdo	74	48,1%
Totalmente de acuerdo	52	33,8%
<b>Total general</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 4** Necesidad de capacitación en restaurantes



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En la gráfica 4, se observa que el 48,1% (74) de los encuestados está de acuerdo en que los restaurantes del cantón Tena necesitan mejorar la capacitación del personal, mientras que el 33,8% (52) está totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 7,8% (12) se mantiene neutral y solo un 10,3% (16) muestra desacuerdo o total desacuerdo, lo que refleja una percepción generalizada sobre la necesidad de fortalecer la formación del personal en los restaurantes locales.

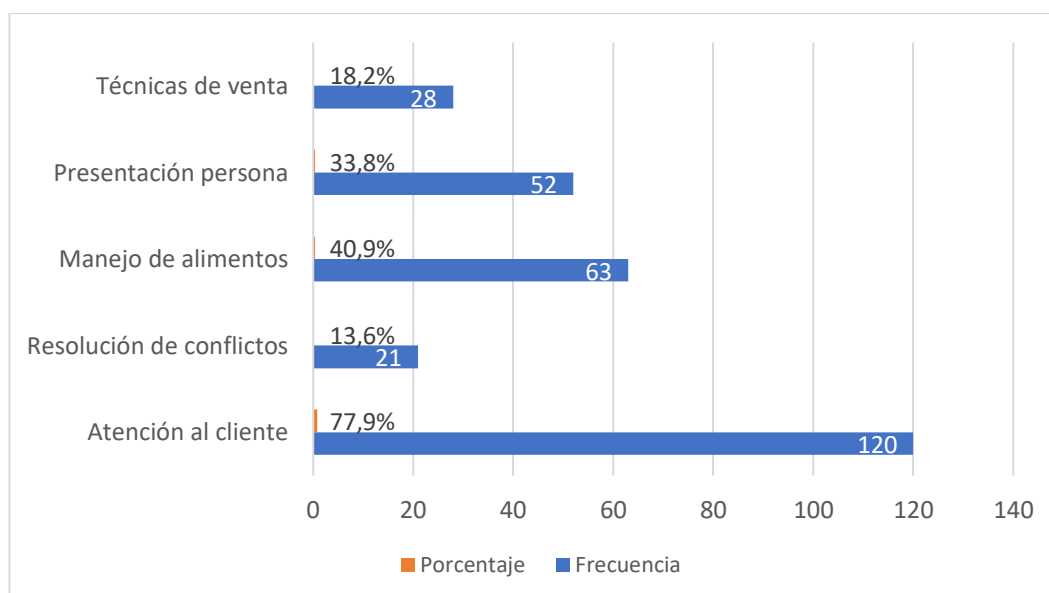
**Pregunta 4. ¿Qué tipo de formación considera más necesaria para el personal de restaurantes en Tena?**

**Tabla 8** Tipo de formación más necesaria

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	120	77,9%
Resolución de conflictos	21	13,6%
Manejo de alimentos	63	40,9%
Presentación personal	52	33,8%
Técnicas de venta	28	18,2%
<b>Total respuestas</b>	<b>284</b>	
<b>Total encuestados</b>	<b>154</b>	

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 5** Tipo de formación más necesaria



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En la gráfica 5, se puede evidenciar que la formación más necesaria para el personal de restaurantes en Tena es en atención al cliente, con un 77,9% de las respuestas. También destacan otras áreas como manejo de alimentos (40,9%) y presentación personal (33,8%). En menor medida, se mencionan técnicas de venta (18,2%) y resolución de conflictos (13,6%). Estos resultados evidencian que los clientes valoran principalmente una atención de calidad, acompañada de una adecuada manipulación de alimentos y buena presencia del personal.

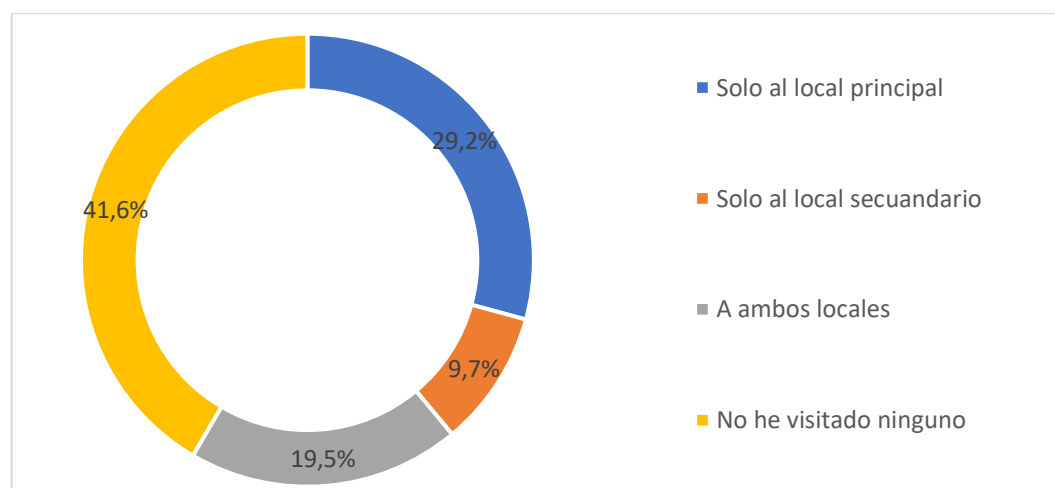
**Pregunta 5. ¿Ha visitado alguna vez alguno de los dos locales de la cevichería "El Sabor de Don Martín"?**

**Tabla 9** Visita a la cevichería "El Sabor de Don Martín"

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Solo al local principal	45	29,2%
Solo al local secundario	15	9,7%
A ambos locales	30	19,5%
No he visitado ninguno	64	41,6%
<b>Total general</b>	<b>154</b>	<b>71%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 6** Visita a la cevichería "El Sabor de Don Martín"



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En la gráfica 6 se aprecia que, del total de 154 encuestados, 90 personas han visitado al menos uno de los locales de la cevichería “El Sabor de Don Martín”, lo que representa un 58,4% del total. De ellos, el 29,2% (45) ha acudido solo al local principal, el 9,7% (15) solo al secundario, y el 19,5% (30) ha visitado ambos locales. Por otro lado, el 41,6% (64) indicó no haber visitado ninguno de los dos, lo que sugiere una oportunidad para fortalecer la promoción y atraer a nuevos clientes.

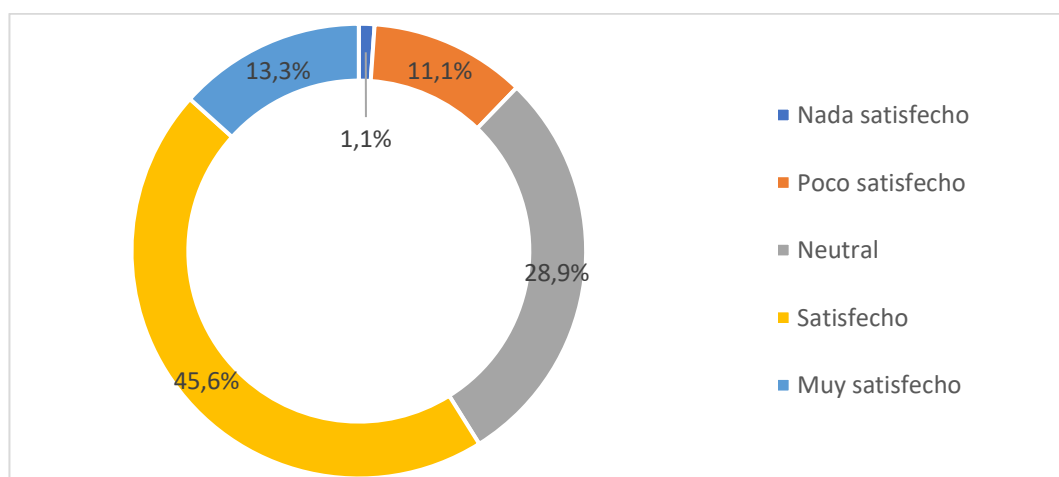
**Pregunta 6. ¿Qué tan satisfecho se siente con la atención que brinda el personal en general?**

**Tabla 10** Satisfacción con la atención del personal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nada satisfecho	1	1,1%
Poco satisfecho	10	11,1%
Neutral	26	28,9%
Satisfecho	41	45,6%
Muy satisfecho	12	13,3%
<b>Total general</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 7** Satisfacción con la atención del personal



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** De acuerdo con el gráfico 7, del total de 90 encuestados, quienes son clientes de la cevichería, se reveló que el 45,6% (41) de los encuestados se siente satisfecho con la atención que brinda el personal en general, mientras que un 13,3% (12) se siente muy satisfecho. Por otro lado, un 28,9% (26) mantiene una postura neutral y un 12,2% (11) se muestra poco o nada satisfecho. Estos resultados sugieren que, si bien la atención es bien valorada por la mayoría, aún existen áreas que pueden fortalecerse para mejorar la experiencia del cliente.

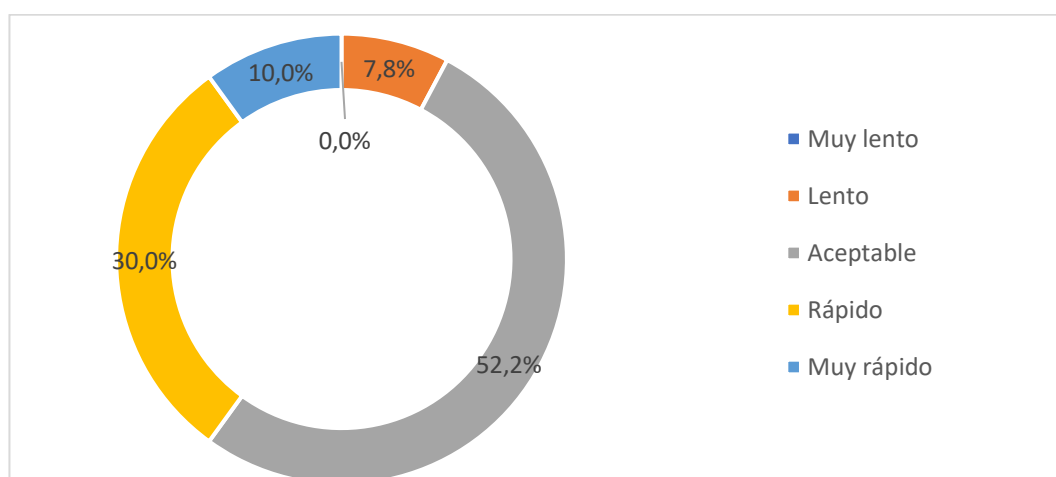
### Pregunta 7. ¿Qué tan rápido recibió atención en su última visita?

**Tabla 11** Rapidez de atención recibida

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy lento	0	0,0%
Lento	7	7,8%
Aceptable	47	52,2%
Rápido	27	30,0%
Muy rápido	9	10,0%
<b>Total general</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 8** Rapidez de atención recibida



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** De acuerdo con el gráfico 8, se puede señalar que el 52,2% (47) de los encuestados considera que la atención recibida en su última visita fue aceptable, mientras que un 30% (27) opina que fue rápida y un 10% (9) que fue muy rápida. Por otro lado, un 7,8% (7) señala que la atención fue lenta y ningún encuestado calificó la atención como muy lenta, mostrando en general una percepción favorable sobre la rapidez del servicio.

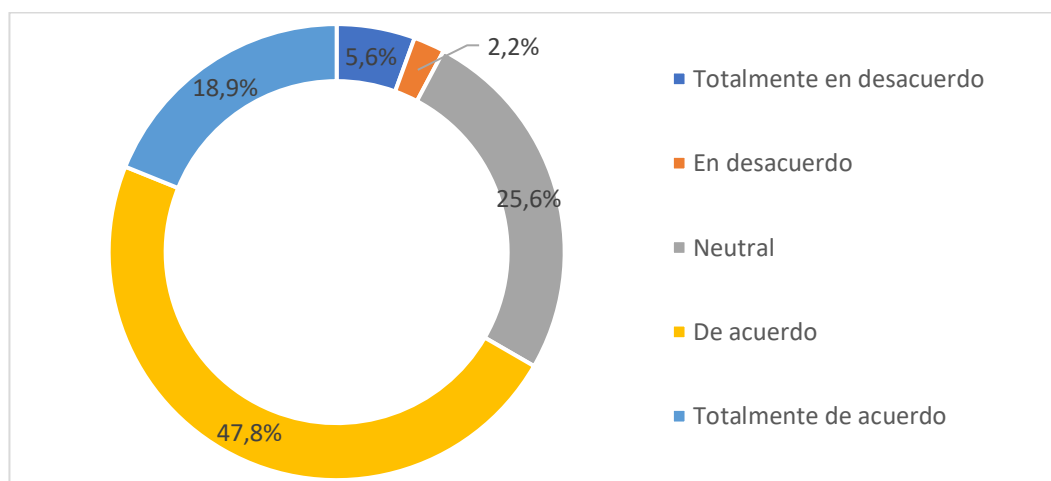
**Pregunta 8. ¿Qué tan de acuerdo está con que el personal demuestra conocimientos claros sobre el menú?**

**Tabla 12** Conocimiento del personal sobre el menú

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	5,6%
En desacuerdo	2	2,2%
Neutral	23	25,6%
De acuerdo	43	47,8%
Totalmente de acuerdo	17	18,9%
<b>Total general</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 9** Conocimiento del personal sobre el menú



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** De acuerdo con el gráfico 9, se puede comprobar que el 47,8% (43) de los encuestados está de acuerdo en que el personal demuestra conocimientos claros sobre el menú, mientras que un 18,9% (17) opina que está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, el 25,6% (23) mantiene una postura neutral y solo un 7,8% (7) muestra desacuerdo o total desacuerdo, indicando en general una percepción positiva sobre el dominio del menú por parte del personal.

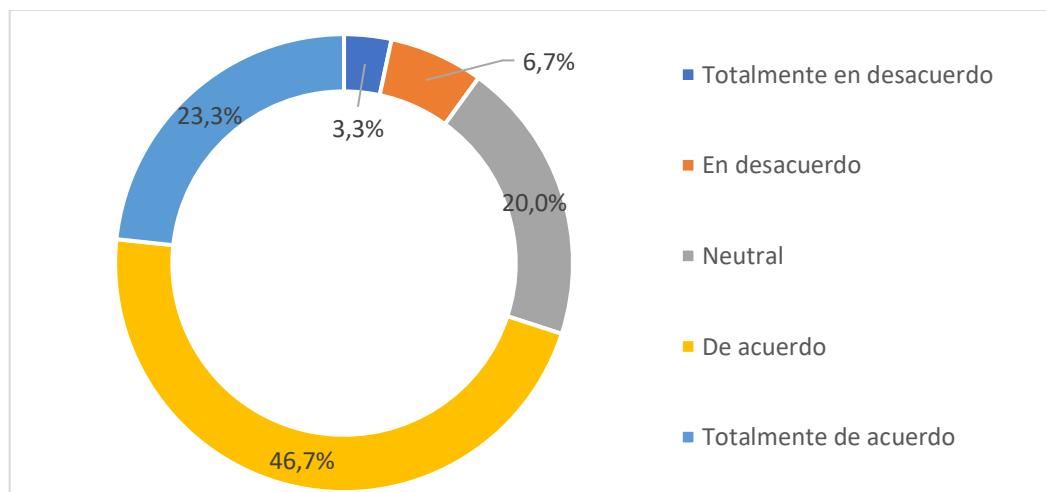
**Pregunta 9. ¿Qué tan de acuerdo está con que el personal mantiene una buena presentación personal (higiene y uniforme adecuado)?**

**Tabla 13** Presentación personal del personal

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	3,3%
En desacuerdo	6	6,7%
Neutral	18	20,0%
De acuerdo	42	46,7%
Totalmente de acuerdo	21	23,3%
<b>Total general</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 10** Presentación personal del personal



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** De acuerdo con el gráfico 10, se destaca que el 46,7% (42) de los encuestados está de acuerdo en que el personal mantiene una buena presentación personal, mientras que un 23,3% (21) opina que está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Por otro lado, el 20% (18) mantiene una postura neutral y solo un 10% (9) muestra desacuerdo o total desacuerdo, indicando en general una percepción positiva sobre la higiene y el uniforme del personal.

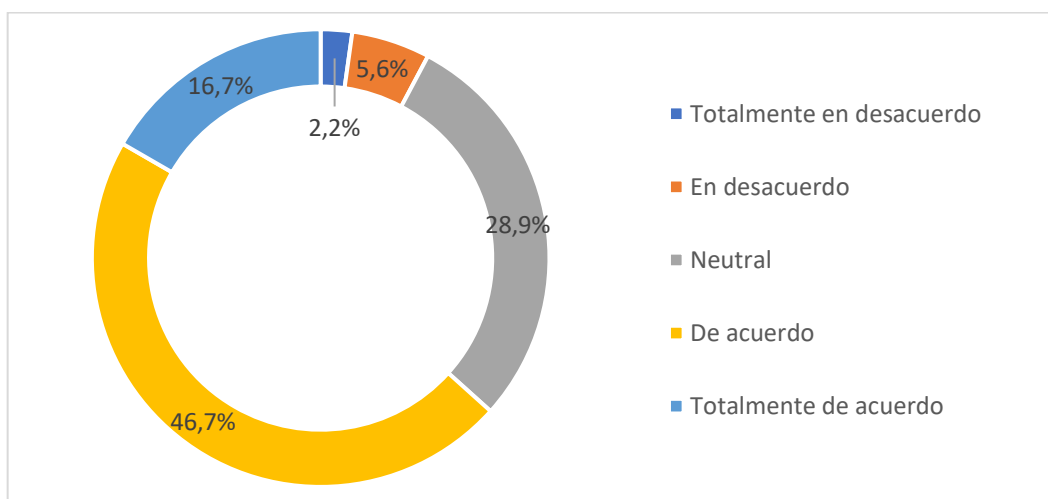
**Pregunta 10. ¿Qué tan capacitado considera que está el personal para brindar un servicio eficiente y cordial?**

**Tabla 14** Percepción sobre capacitación del personal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	2,2%
En desacuerdo	5	5,6%
Neutral	26	28,9%
De acuerdo	42	46,7%
Totalmente de acuerdo	15	16,7%
<b>Total general</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 11** Percepción sobre capacitación del personal



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** De acuerdo con el gráfico 11, los datos sugieren que el 46,7% (42) de los encuestados considera que el personal está capacitado para brindar un servicio eficiente y cordial, mientras que un 16,7% (15) opina que el personal está totalmente capacitado. Por otro lado, el 28,9% (26) mantiene una postura neutral y solo un 7,8% (7) manifiesta desacuerdo o total desacuerdo, reflejando en general una percepción positiva sobre la capacitación del personal.

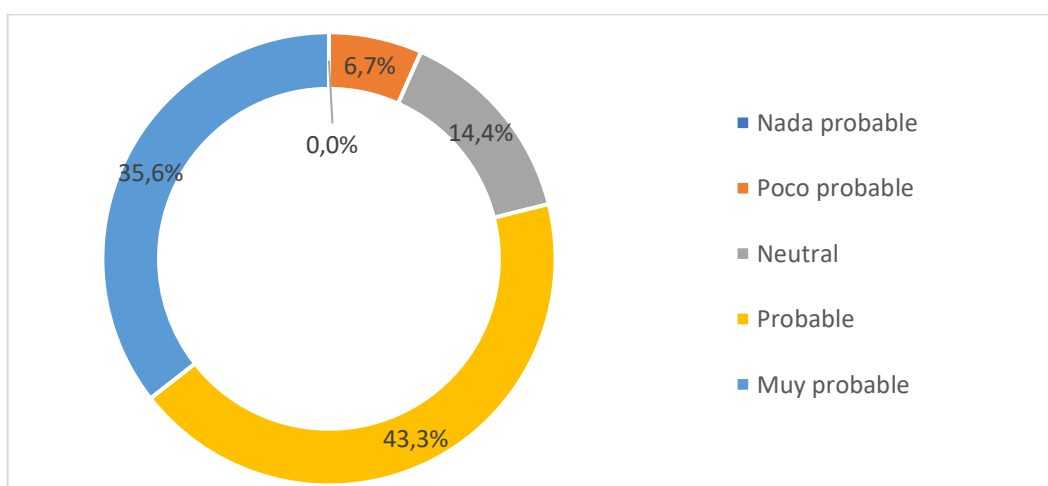
### Pregunta 11. ¿Qué tan probable es que regrese a la cevichería en el futuro?

**Tabla 15** Probabilidad de regreso

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nada probable	0	0,0%
Poco probable	6	6,7%
Neutral	13	14,4%
Probable	39	43,3%
Muy probable	32	35,6%
<b>Total general</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 12** Probabilidad de regreso



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En el gráfico 12, se puede evidenciar que el 43,3% (39) de los encuestados considera probable regresar a la cevichería en el futuro, mientras que un 35,6% (32) opina que es muy probable su retorno. Por otro lado, el 14,4% (13) mantiene una postura neutral y solo un 6,7% (6) considera poco probable volver, mostrando en general una alta disposición de los clientes a regresar.

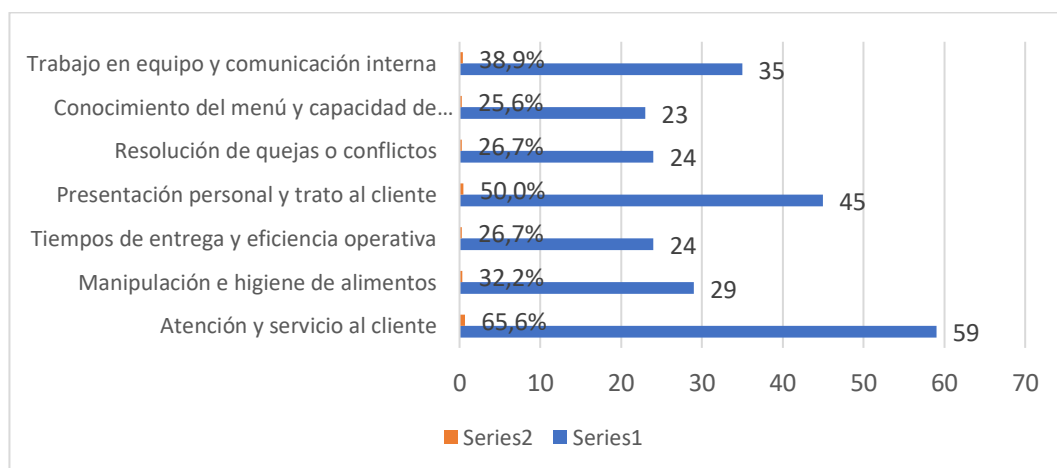
**Pregunta 12. ¿En qué área considera que el personal de la cevichería debería capacitarse con mayor urgencia?**

**Tabla 16** Área prioritaria de capacitación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Atención y servicio al cliente	59	65,6%
Manipulación e higiene de alimentos	29	32,2%
Tiempos de entrega y eficiencia operativa	24	26,7%
Presentación personal y trato al cliente	45	50,0%
Resolución de quejas o conflictos	24	26,7%
Conocimiento del menú y capacidad de recomendación	23	25,6%
Trabajo en equipo y comunicación interna	35	38,9%
<b>Total respuestas</b>	<b>239</b>	
<b>Total encuestados</b>	<b>90</b>	

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 13** Área prioritaria de capacitación



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En la gráfica 13, se puede analizar que los datos muestran que la capacitación más urgente para el personal de la cevichería, según clientes, se centra en atención y servicio al cliente con un 65,6% (59), seguida de presentación personal y trato al cliente con un 50,0% (45) y manipulación e higiene de alimentos con un 32,2% (29). También destacan otras áreas como trabajo en equipo y comunicación interna con un 38,9% (35), tiempos de entrega y eficiencia operativa con un 27% (24). Estos resultados reflejan la necesidad de fortalecer tanto las competencias actitudinales como operativas del personal, priorizando el trato directo al cliente y la calidad en el servicio.

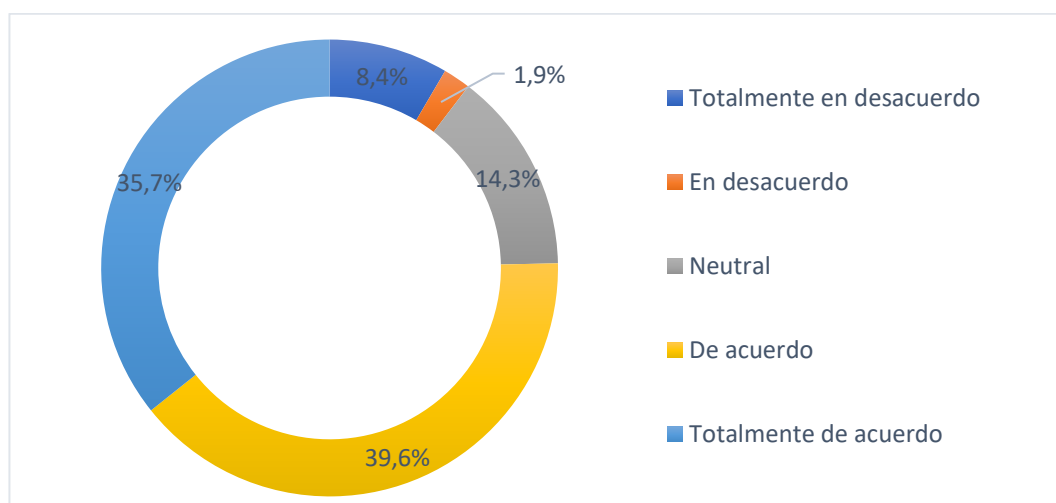
**Pregunta 13. ¿Qué tan de acuerdo está con que una mejor capacitación del personal mejora su experiencia como cliente?**

**Tabla 17** Impacto de la capacitación en la experiencia del cliente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	8,4%
En desacuerdo	3	1,9%
Neutral	22	14,3%
De acuerdo	61	39,6%
Totalmente de acuerdo	55	35,7%
<b>Total general</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Gráfico 14** Impacto de la capacitación en la experiencia del cliente



Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

**Interpretación:** En el gráfico 14, se puede demostrar que el 39,6% (61) de los encuestados está de acuerdo en que una mejor capacitación del personal mejora su experiencia como cliente, mientras que un 35,7% (55) está totalmente de acuerdo. Por otro lado, un 14,3% (22) mantiene una postura neutral y solo un 10,3% (16) manifiesta desacuerdo o total desacuerdo, reflejando una percepción mayoritaria sobre la importancia de la capacitación para mejorar la atención al cliente.

## Aspectos clave sobre las necesidades de formación del personal

**Tabla 18** Resumen de resultados claves de la encuesta aplicada

Aspecto evaluado	Resultado más relevante	Implicación para la capacitación
<b>Necesidad de capacitación en restaurantes de Tena (P3)</b>	81,9% está de acuerdo o totalmente de acuerdo	Urgencia de mejorar la formación del personal en el sector
<b>Satisfacción con la atención del personal en la cevichería (P6)</b>	58,9% satisfecho o muy satisfecho; 28,9% neutral	Buena percepción, pero aún con margen de mejora
<b>Conocimiento del menú (P8)</b>	66,7% percibe buen conocimiento; 25,6% neutral	Es importante reforzar el dominio del menú
<b>Percepción de capacitación del personal actual (P10)</b>	63,4% lo considera capacitado; 28,9% neutral	Necesidad de reforzar conocimientos para aumentar la confianza del cliente
<b>Probabilidad de retorno a la cevichería (P11)</b>	78,9% volvería	Un buen servicio influye en la fidelización
<b>Áreas prioritarias de formación (P12)</b>	Atención al cliente (65,6%), presentación personal (50%), manipulación e higiene de alimentos (32,2%), trabajo en equipo (38,9).	Guía clara para estructurar los módulos del plan
<b>Importancia de la capacitación para mejorar la experiencia del cliente (P13)</b>	75,3% cree que influye directamente	La capacitación impacta positivamente en la satisfacción del cliente

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.

### Temas que se tomarán en cuenta en el plan de capacitación:

- Atención al cliente y conocimiento del menú
- Manipulación e higiene de alimentos
- Trabajo en equipo (incluye comunicación efectiva)

### 4.3 Resultado del Objetivo 3

**Diseñar un plan de capacitación que responda a las necesidades identificadas y que contribuya al mejoramiento del desempeño del personal de la Cevichería El Sabor de Don Martín.**

Con base en el diagnóstico organizacional y los resultados de la encuesta aplicada, se elaboró un plan de capacitación orientado a mejorar el desempeño y profesionalizar el servicio ofrecido por la cevichería. Los temas seleccionados responden a las principales necesidades detectadas y buscan fortalecer las competencias clave del equipo.

**Tabla 19** Estructura y contenido del Plan de Capacitación

<b>Estructura del plan de capacitación</b>	
<b>Sección del plan</b>	<b>Descripción</b>
<b>Introducción</b>	Presenta el propósito del plan, sus antecedentes y la necesidad de su implementación.
<b>Objetivos</b>	Define el objetivo general y los específicos que guían el desarrollo del plan.
<b>Diagnóstico de necesidades</b>	Expone los resultados del análisis previo que fundamenta los contenidos formativos.
<b>Desarrollo de los módulos</b>	Contempla la planificación temática y metodológica de las capacitaciones por área clave.
<b>Evaluación</b>	Describe los mecanismos para medir los aprendizajes y aplicar retroalimentación efectiva.
<b>Indicadores de gestión</b>	Define las métricas clave que permitirán evaluar el cumplimiento de los objetivos y el impacto del plan.
<b>Seguimiento</b>	Establece el proceso para supervisar la aplicación del plan y su impacto a mediano plazo.
<b>Recursos necesarios</b>	Describe los recursos humanos, materiales y logísticos requeridos para la capacitación.
<b>Presupuesto</b>	Detalla los costos estimados para la ejecución del plan, incluyendo materiales y honorarios.
<b>Cronograma</b>	Presenta el calendario con las fechas y duración de las sesiones y actividades del plan.
<b>Conclusiones y recomendaciones</b>	Recoge las expectativas de mejora y acciones futuras para sostener la capacitación continua.

Elaborado por: Alvarado F. y Grefa J.



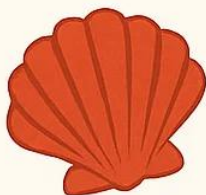
**PLAN DE  
CAPACITACIÓN  
PARA EL PERSONAL  
OPERATIVO**



CEVICHERÍA

*el Sabor*

de Don Martín



## 5. CONCLUSIONES

- Se evidenció que la Cevichería El Sabor de Don Martín carece de procesos formales de capacitación y planificación estratégica, lo que genera variabilidad en el desempeño del personal y dificulta la estandarización del servicio. Sin embargo, se identificó un clima organizacional positivo y un compromiso del propietario para profesionalizar la gestión interna, lo cual representa una oportunidad para implementar un plan de capacitación efectivo.
- Se determinó que las principales necesidades de formación del personal se concentran en áreas como atención al cliente (65,6%), presentación personal (50%), manipulación e higiene de alimentos (32,2%) y trabajo en equipo (38,9%). Estas necesidades fueron detectadas a partir de la percepción de los clientes y el análisis del mercado local, permitiendo orientar con precisión el diseño del plan de capacitación.
- Se desarrolló un plan de capacitación estructurado y modular que responde de manera adecuada a las necesidades detectadas, con una duración y carga horaria definidas, que incluye temas prioritarios y estrategias para fortalecer la integración del personal, evaluar el proceso formativo y medir su impacto en la calidad del servicio. Este plan contribuye a la profesionalización del equipo y al mejoramiento sostenido del desempeño laboral.

## **6. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda implementar procesos formales y sistemáticos de capacitación y planificación estratégica que permitan estandarizar el desempeño del personal, mejorar la gestión interna y garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo, involucrando activamente al propietario y a los mandos medios en el liderazgo de estas iniciativas.
- Es necesario priorizar la capacitación en las áreas críticas identificadas, como atención al cliente, presentación personal, manipulación e higiene de alimentos, y trabajo en equipo. Además, se recomienda implementar evaluaciones periódicas que permitan ajustar el plan formativo según las exigencias del mercado y la retroalimentación de clientes y colaboradores.
- Se recomienda ejecutar el plan modular de capacitación con un seguimiento riguroso y evaluaciones continuas, que permitan medir el impacto real en el desempeño laboral y la calidad del servicio, fomentando la participación activa del personal y la integración mediante actividades prácticas y colaborativas.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Aguilar Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (6.ª ed.). Editorial Episteme.
- Barrazueta Valencia, D. (13 de marzo de 2023). *5 Efectos de la falta de capacitación laboral*. Obtenido de Corporación Líderes: <https://www.corporacionlideres.com/falta-de-capacitacion-laboral/>
- Cárdenas, J. (2018). *Investigación cuantitativa (Manual de curso)*. trAndeS – Programa de Posgrado en Desarrollo Sostenible y Desigualdades Sociales en la Región Andina. doi:<https://doi.org/10.17169/refubium-216>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (3.ª ed.). McGraw-Hill.
- Corrales, J. A. (19 de agosto de 2020). *Segmentación de clientes: guía para categorizar a tus consumidores y orientar las decisiones de negocio*. Obtenido de Rockcontent : <https://rockcontent.com/es/blog/segmentacion-de-clientes/>
- Cotrina García , M. J. (2025). *Guía didáctica de investigación documental*. Universidad de Cádiz . Obtenido de <https://rodin.uca.es/handle/10498/36110>
- Crespo, C. (26 de octubre de 2024). *Análisis de competencia en restaurantes: claves para destacar ante la sobreoferta*. Obtenido de Manageat: <https://manageat.com/analisis-de-competencia-en-restaurantes/>
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *Revista de la Universidad Internacional del Ecuador*, 1(2), 1-9. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hil.
- INEC. (2023). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de Censo Ecuador: <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. *Anuario de Métodos de Investigación en*

*Comunicación Social(1)*, 88-97.  
doi:<https://doi.org/10.31009/metodos.2020.i01.08>

Medianero Burga, D. (2022). *Investigación en gestión pública: Conceptos Básicos y Clasificación General*. Facultad de Ciencias Económicas, UNMSM. Instituto de Investigaciones Económicas. Obtenido de [https://economia.unmsm.edu.pe/doc\\_trab/dt2022/dt22-1.html](https://economia.unmsm.edu.pe/doc_trab/dt2022/dt22-1.html)

Mendoza, P. I. (20 de octubre de 2022). *La importancia de un plan de capacitación*. Obtenido de Grupo Tress: <https://tress.com.mx/blog/la-importancia-de-un-plan-de-capacitacion/>

Mugira, A. (25 de enero de 2023). *Margen de error ¿qué es y como se calcula?* Obtenido de QuestionPro : <https://www.questionpro.com/blog/es/margen-de-error-que-es-y-como-se-calcula/>

Ortega, C. (23 de junio de 2023). *Preguntas estructuradas: Características y usos*. Obtenido de Question Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/preguntas-estructuradas/>

Sánchez, D. H. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok Publishing S. L. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6h0JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=FODA+quien+lo+creo&ots=8\\_PjSfbrvl&sig=CWn6wCrJfeSsuReauikvbQ2C\\_rA#v=onepage&q=FODA%20quien%20lo%20creo&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6h0JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=FODA+quien+lo+creo&ots=8_PjSfbrvl&sig=CWn6wCrJfeSsuReauikvbQ2C_rA#v=onepage&q=FODA%20quien%20lo%20creo&f=false)

Zamora Baque, J. J., & Arteaga García, M. E. (2023). El impacto de la inflación y su repercusión en la canasta básica mediante el Índice de Precios de Consumo en Ecuador. *ECA Sinergia*, 14(3), pp. 77-90. doi:<https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5741>

## 8. ANEXOS

**Anexo 1** Solicitud dirigida al propietario de la Cevichería “El sabor de Don Martín”

Tena, 26 de mayo de 2025

Sr. Edinson Martín Castillo Guevara  
**PROPIETARIO DE LA CEVICHERÍA EL SABOR DE DON MARTÍN**  
Presente. –

De nuestra consideración:

Nosotras, **Jazeel Anahi Grefa Cerda**, con cédula de ciudadanía N° 1501099111, y **Fernanda Verónica Alvarado Cerda**, con cédula de ciudadanía N° 1501221368, estudiantes de la carrera de Tecnología en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, nos dirigimos a usted de manera respetuosa para solicitar la autorización correspondiente para realizar nuestro trabajo de titulación titulado “**Diseño de un plan de capacitación basado en las necesidades organizacionales de la Cevichería El Sabor de Don Martín del cantón Tena, provincia de Napo**”, el cual será desarrollado con fines académicos y sin afectar el normal funcionamiento de la empresa.

Agradecemos de antemano por la consideración otorgada a la presente solicitud.

Atentamente,

  
1202298160

Recibido  
26/05/2025

  
Jazeel Anahi Grefa Cerda  
**ESTUDIANTE**  
CI. 1501099111  
Tif: 0961615813

  
Fernanda Verónica Alvarado Cerda  
**ESTUDIANTE**  
CI. 1501221368  
Tif: 0982438428

**Anexo 2** Carta de aceptación emitida por la Cevichería “El sabor de Don Martín”

Tena, 30 de mayo de 2025

Señoritas

**Jazeel Anahí Grefa Cerda y Fernanda Verónica Alvarado Cerda**  
Estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Tena  
Presente. –

De mi consideración:

Mediante la presente, yo, Edinson Martín Castillo Guevara con C.I. 1202298160, en calidad de propietario de la Cevichería El Sabor de Don Martín, dando contestación a la solicitud de las señoritas Jazeel Anahí Grefa Cerda con C.I. 1501099111 y Fernanda Verónica Alvarado Cerda con C.I. 1501221368, estudiantes de la carrera de Tecnología en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, al respecto debo manifestar que **AUTORIZO** realizar su trabajo de titulación titulado “**Diseño de un plan de capacitación basado en las necesidades organizacionales de la Cevichería El Sabor de Don Martín del cantón Tena, provincia de Napo**”, dentro de este establecimiento.

Sin otro particular, les deseo éxito en su trabajo y quedo atento para cualquier consulta o requerimiento.

Atentamente,



Sr. Edinson Martín Castillo Guevara  
**PROPIETARIO DE LA CEVICHERÍA  
EL SABOR DE DON MARTÍN**  
CI. 1202298160

### Anexo 3 Cuestionario para entrevista al propietario de la Cevichería “El sabor de Don Martín”



#### ENTREVISTA DE DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

**Tema:** DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN BASADO EN LAS NECESIDADES ORGANIZACIONALES DE LA CEVICHERÍA EL SABOR DE DON MARTÍN DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.

**Objetivo:** Obtener información cualitativa sobre los procesos de capacitación, la organización interna, la gestión del personal, misión y visión de la Cevichería El Sabor de Don Martín, con el propósito de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora que permitan elaborar un diagnóstico situacional y diseñar un plan de capacitación adecuado.

**Datos del entrevistado:**

**Nombre:** Elinson Martín Castillo Guevara ..... **Cargo:** Propietario .....

#### I. Origen y visión del negocio

1. ¿Cuál fue el propósito principal al crear la cevichería y cómo surgió la idea del negocio?
2. ¿Qué valores considera fundamentales para la atención y el servicio en sus locales?
3. ¿Cómo visualiza el crecimiento y desarrollo del negocio en los próximos cinco años?
4. ¿Qué tipo de procesos o actividades realiza el negocio para capacitar o integrar al nuevo personal antes de que comience sus funciones?
5. ¿Con qué frecuencia y de qué manera evalúan el desempeño de sus trabajadores?
6. ¿Cuáles son las habilidades o conocimientos que considera imprescindibles para que su personal brinde un buen servicio?
7. ¿Qué problemas o dificultades ha observado en el desempeño o actitud de sus empleados?
8. ¿Qué medidas ha tomado el negocio para garantizar una atención al cliente de calidad y mantener altos estándares de servicio?
9. ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas que distinguen a su cevichería en el mercado local?
10. ¿Qué aspectos internos cree que deberían mejorarse para optimizar la operación y gestión del negocio?
11. ¿Qué oportunidades externas (mercado, clientes, tendencias) identifica que podrían favorecer el crecimiento del negocio?
12. ¿Qué amenazas o riesgos externos (competencia, economía, normativas) afectan o podrían afectar a la cevichería?
13. ¿Cómo describiría la estructura organizacional actual del negocio en cuanto a roles y responsabilidades?
14. ¿Cuál es su opinión sobre la implementación de un plan formal de capacitación para el personal y cómo cree que podría beneficiar al negocio?



<b>Elaborado por:</b>	
	
Jazeel Anahi Grefa Cerda <b>ESTUDIANTE</b>	Fernanda Verónica Alvarado Cerda <b>ESTUDIANTE</b>
<b>Validado por:</b>	<b>Legalizado por:</b>
	
Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz, MSc. <b>TUTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	Lic. Yajaira Elizabeth Andi Lozada <b>DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TITULACIÓN</b>

## Anexo 4 Encuesta aprobada por los responsables



### ENCUESTA

**Tema:** DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN BASADO EN LAS NECESIDADES ORGANIZACIONALES DE LA CEVICHERÍA EL SABOR DE DON MARTÍN DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.

**Objetivo:** Recolectar información sobre las percepciones, expectativas y experiencias tanto de clientes como de posibles clientes respecto al servicio y calidad en ambos locales de la Cevichería El Sabor de Don Martín, con el fin de identificar áreas de mejora y orientar el diseño de un plan de capacitación para el personal.

#### Datos generales

Género:

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no responder

Rango de edad:

- 15 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- 45 a 54 años
- 55 a 64 años

#### Perfil de consumo del cliente

1. ¿Con qué frecuencia suele comer en restaurantes fuera de casa?
  - Varias veces por semana
  - Una vez por semana
  - Una vez al mes
  - Casi nunca

#### Percepción del mercado local

2. En general, ¿cómo considera la calidad de atención en los restaurantes del Cantón Tena?
  - Muy mala
  - Mala
  - Regular
  - Buena
  - Excelente
3. ¿Cree que los restaurantes de la ciudad necesitan mejorar en cuanto a la capacitación del personal?
  - Totalmente en desacuerdo



- En desacuerdo
  - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
4. ¿Qué tipo de formación considera más necesaria para el personal de restaurantes en Tena?
- Atención al cliente
  - Resolución de conflictos
  - Manejo de alimentos
  - Presentación personal
  - Técnicas de venta

#### Opinión específica sobre la cevichería

5. ¿Ha visitado alguna vez alguno de los dos locales de la cevichería "El Sabor de Don Martín"?
- Solo al local del centro (Av. 15 de Noviembre)
  - Solo al local de la vía Tena–Archidona (sector San Jacinto)
  - A ambos locales
  - No he visitado ninguno
6. ¿Qué tan satisfecho se siente con la atención que brinda el personal en general?
- Nada satisfecho
  - Poco satisfecho
  - Neutral
  - Satisfecho
  - Muy satisfecho
7. ¿Qué tan rápido recibió atención en su última visita?
- Muy lento
  - Lento
  - Aceptable
  - Rápido
  - Muy rápido
8. ¿Qué tan de acuerdo está con que el personal demuestra conocimientos claros sobre el menú?
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
9. ¿Qué tan de acuerdo está con que el personal mantiene una buena presentación personal (higiene y uniforme adecuado)?

- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
10. ¿Qué tan capacitado considera que está el personal para brindar un servicio eficiente y cordial?
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
11. ¿Qué tan probable es que regrese a la cevichería en el futuro?
- Nada probable
  - Poco probable
  - Neutral
  - Probable
  - Muy probable

#### **Percepción sobre formación y sugerencias**

12. ¿En qué área considera que el personal de la cevichería debería capacitarse con mayor urgencia?
- Atención y servicio al cliente
  - Manipulación e higiene de alimentos
  - Tiempos de entrega y eficiencia operativa
  - Presentación personal y trato al cliente
  - Resolución de quejas o conflictos
  - Conocimiento del menú y capacidad de recomendación
  - Trabajo en equipo y comunicación interna
13. ¿Qué tan de acuerdo está con que una mejor capacitación del personal mejora su experiencia como cliente?
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo



<b>Elaborado por:</b>	
 Jazeel Anahi Grefa Cerda <b>ESTUDIANTE</b>	 Fernanda Verónica Alvarado Cerda <b>ESTUDIANTE</b>
<b>Validado por:</b>	
 Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz, MSc. <b>TUTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	 Lic. Yajaira Elizabeth Andi Lozada <b>DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TITULACIÓN</b>

## Anexo 5 Entrevista al propietario de la Cevichería "El sabor de Don Martín"



**Nota:** Entrevista aplicada al Sr. Edinson Martín Castillo Guevara para diagnosticar la situación del negocio en relación con la capacitación del personal.

## Anexo 6 Encuesta aplicada mediante Google Forms

Preguntas Respuestas 154 Configuración

Este formulario no admite respuestas. Gestionar

Sección 1 de 7

**DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN BASADO EN LAS NECESIDADES ORGANIZACIONALES DE LA CEVICHERÍA EL SABOR DE DON MARTÍN DEL CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO.**

**B I U**

La Cevichería El Sabor de Don Martín es un negocio familiar con dos locales en el cantón Tena, provincia de Napo, especializado en platos típicos costeños, especialmente encebollados. Fundado hace 20 años, el primer local se consolidó como un referente local por la calidad de sus productos, lo que permitió la apertura de una segunda sucursal en 2022.

**Nota:** Formulario digital utilizado para recopilar información revelante a la muestra poblacional de la PEA del cantón Tena con 154 encuestados.