Ficha Técnica de la Encuesta

* **Nombre del estudio:**

Encuesta de percepción y experiencia de clientes de la tienda Gurama.

* **Objetivo del estudio:**

El presente estudio tiene como propósito principal conocer y analizar la experiencia de los clientes que interactúan con la tienda Gurama. A través de esta encuesta, se buscó recopilar datos relevantes sobre cómo los usuarios conocen la tienda, sus preferencias al momento de realizar pedidos, los medios que utilizan para comunicarse, la percepción de disponibilidad de productos, la rapidez en la atención y el grado de confianza que tienen en el proceso de compra.

* **Población objetivo:**

Clientes actuales y potenciales de la tienda Gurama.

* **Universo:**

Personas que han tenido contacto con la tienda Gurama, ya sea de forma presencial o por medios digitales.

* **Tamaño de la muestra:**

El tamaño de la muestra fue de **10 personas**, quienes respondieron voluntariamente el formulario en línea. Aunque la muestra es pequeña, los datos recabados permiten obtener una primera aproximación sobre la experiencia del cliente y detectar áreas de oportunidad en el servicio.

* **Técnica de recolección de datos:**

Encuesta autoadministrada mediante formulario digital (Google Forms).

* **Instrumento:**

Se diseñó un cuestionario estructurado compuesto por **12 preguntas cerradas**, que incluyen opciones múltiples, dicotómicas (sí/no) y escalas de frecuencia o percepción. El formulario fue elaborado con base en criterios de claridad y sencillez, para facilitar su comprensión por parte de los encuestados.

* **Limitaciones del estudio:**

Dado el tamaño reducido de la muestra (10 personas) y el tipo de muestreo utilizado, los resultados no pueden generalizarse a toda la población de clientes de la tienda Gurama. Sin embargo, los datos obtenidos ofrecen información útil como insumo para tomar decisiones preliminares en la mejora del servicio.

* **Periodo de recolección:**

Esta encuesta se realizó en un plazo de 3 a 4 semanas

* **Tipo de muestreo:**

La encuesta se aplicó utilizando un **muestreo no probabilístico por conveniencia**, lo que significa que las personas encuestadas fueron seleccionadas por su cercanía o disposición para participar, sin un método aleatorio.

* **Medio de aplicación:**

En línea.

* **Datos obtenidos:**

Se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes de Gurama. Las respuestas fueron tabuladas para identificar las preferencias, percepciones y áreas de oportunidad en el servicio ofrecido por la tienda en el siguiente enlace: [Formulario sin título (respuestas) - Hojas de cálculo de Google](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ElNGr-fb98CfpZIuN4pDAp1z8_VNN6bfnC9N-UsN12A/edit?resourcekey=&gid=585070019#gid=585070019)

* **Responsable del estudio:**

Camila Alejandra Mahecha Mancera.