

1) Las 3 principales características del dueño de la tintorería.

- Tiene claro el concepto que quiere dar a su tienda, su estrategia no se basa en precios bajos sino en calidad como principal factor diferenciador, teniendo un concepto claro puede tomar acción de una manera más certera y enfocar esfuerzos para lograr esta meta.
- Es consciente de la importancia de analizar antes de accionar y tener un camino más claro, colecta información y la convierte en conocimiento, disminuyendo de esta forma la probabilidad de equivocarse e implementar estrategias que no lo lleven a conseguir la visión que tiene para su negocio, además comenzó utilizando data que podemos encontrar sin necesidad de grandes presupuestos y la supo utilizar de una buena forma.
- Se diferencia de los demás de una forma original, enfocándose no solamente en el cliente sino en el resto de públicos que son muy importantes al emprender un negocio, como la competencia siendo uno de los públicos externos más importantes de analizar.

2) ¿La forma en que el dueño de la tintorería actuó es aplicable a la pequeña empresa en El Salvador? ¿Sí o no, por qué?

- Sí lo es, hoy en día existen muchas fuentes de las que podemos extraer data secundaria, utilizando el internet, observando interacciones y comportamientos en redes sociales, etc. Además, se puede conseguir data primaria por medio de encuestas en plataformas como Google Forms, las cuales no generan costos ni siquiera de impresión de hojas. Esto para negocios que desean entrar al mercado.
Si es un negocio ya establecido podemos tomar data como los históricos de venta y de esta forma conocer las tendencias de consumo, qué tipos de productos son más aceptados, los tickets de compras, estacionalidades y temporadas con mayor demanda, por mencionar algunos. Existen además fuentes como Trade Map, que pueden apoyarnos para ver factores como estacionalidades.
Considero que hoy en día es incluso mucho más fácil hacer investigaciones de mercado, aplicando todas estas herramientas que encontramos a un click.

3) ¿Cómo lo implementaría en un negocio familiar en El Salvador?

Depende del rubro del negocio y qué tanta información secundaria de fuentes confiables exista y se pueda acceder.

Haría una mezcla, una parte la investigara por medio de formularios tomando una muestra considerable para realizar la investigación, o de ser posible herramientas como observación de competencia, grupos focales, etc. Y el resto con herramientas de análisis de datos en línea, artículos y data secundaria existente.

A partir de esto se puede partir haciendo análisis tanto de factores externos e internos y pues se desarrolla un plan de mercados con estrategias, etc. Para poder tener una base y echar a andar el proyecto, sin olvidar por supuesto el control que se deberá tener para evaluar la efectividad de dicho plan.