

## Caso de Investigación de Mercado: Santo Pikete

### *Contexto del Servicio*

Santo Pikete es un café-restaurant-bar ubicado en Villahermosa, Tabasco, en la **Av. Ruiz Cortines, Cuadrante II, Atasta de Serra**. El establecimiento se centra en una cocina regional de autor y un ambiente relajado, complementado con música en vivo. Su clientela principal se compone de adultos jóvenes y profesionistas, atraídos por su estratégica ubicación en una zona de alto tránsito comercial.

### *Problema u Oportunidad Identificado*

El negocio ha experimentado una notable disminución en sus ventas, atribuida a tres problemas clave. En primer lugar, la **pérdida de un segmento de clientes crucial**: los viajeros de negocios que se alojaban en el hotel City Express. La ola de violencia reciente en la región ha disuadido a estos clientes de visitar la zona, impactando directamente en los ingresos. En segundo lugar, la **estrategia de publicidad** actual ha resultado ineficaz. A pesar de la contratación de una agencia, los esfuerzos para atraer nuevos clientes y recuperar a los perdidos no han rendido los resultados esperados. Finalmente, el **cambio de concepto de cafetería a café-restaurant-bar** ha generado confusión. El local, que antes se conocía como la cafetería "Colibrí", ha perdido a su clientela habitual, que no ha logrado identificar la continuidad del negocio con el nuevo nombre y concepto.

### *Actores Clave*

- **Propietarios/Gerentes de Santo Pikete:** Son los **decisores** principales con un alto nivel de influencia, ya que su interés radica en aumentar las ventas y la rentabilidad, y son quienes aprobarán y financiarán las soluciones propuestas.
- **Clientes habituales:** Poseen un nivel de influencia **medio**. Su lealtad es crucial para la recuperación del negocio, y su interés es mantener la calidad del servicio y la experiencia.
- **Turistas y viajeros de negocios:** Su nivel de influencia es **alto**, dado el impacto significativo que su presencia tenía en las ventas. Su interés es encontrar opciones seguras y convenientes de alimentos y entretenimiento.

- **Competencia local:** Otros restaurantes y bares en el área, con un nivel de influencia **medio**. Sus ofertas y estrategias de marketing pueden influir en las decisiones de los consumidores.
- **Agencia de publicidad actual:** Su nivel de influencia es **bajo** debido a la falta de resultados satisfactorios, y su interés es demostrar la efectividad de sus servicios.

### *Mapa de Actores*

