



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO - ADMINISTRATIVAS**



**Actividad 4
STP y Enunciado de posicionamiento**

Presenta:

**Josselyn Akemy Sánchez Vázquez
María del Carmen Segovia Zapata
Melissa Mendoza Juárez
Brenda Jazmin Vidal Estrada**

**Licenciatura:
Mercadotecnia**

**Asignatura:
Mercadotecnia de servicios**

**Docente:
Dra. Minerva Camacho Javier**

Villahermosa, Tabasco, a 20 de septiembre de 2025.



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO - ADMINISTRATIVAS**



STP y Enunciado de posicionamiento

1. Segmentación, Targeting y Posicionamiento (STP)

A. Segmentación

| Segmento | Criterios | Tamaño estimado | Necesidades clave |
|--|------------------------|------------------------|---|
| Adolescentes y jóvenes universitarios | De 15 a 25 años | 100 | <ul style="list-style-type: none">- Ambiente atractivo- Precios accesibles- Rapidez razonable- Acceso a internet- Ubicación conveniente |
| Adultos que visitan después del trabajo o escuela. | De 25 a 55 años | 50 | <ul style="list-style-type: none">- Comodidad- Rapidez en el servicio- Precios accesibles y promociones- Ubicación conveniente |
| Adultos mayores y personas de la tercera edad | De 55 años en adelante | 25 | <ul style="list-style-type: none">- Atención amable- Sabor del café- Ubicación conveniente |

B. Targeting

- Segmento elegido: Adolescentes y jóvenes universitarios



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO - ADMINISTRATIVAS**



- **Justificación:**

- ✓ Representan el mayor volumen de visitas, son potenciales promotores naturales, pues pueden recomendar el lugar a través de fotos e interacciones en redes.
- ✓ Valoran lo que L'Kafé ya hace bien, como la decoración o la buena atención por parte del personal.
- ✓ Frecuentan más la cafetería (1 o 2 veces por semana)
- ✓ Se alinean con un estilo de comunicación digital, tal como redes sociales y promociones creativas.
- ✓ Valoran la conveniencia y el espacio cálido, al igual que el ambiente.
- ✓ Son los que más tiempo permanecen en el local y más presencia tienen en las encuestas.

C. Posicionamiento

Para adolescentes y jóvenes de 15 a 24 años que buscan un lugar agradable para convivir, relajarse y disfrutar de bebidas llamativas a buen precio, L K'fe es la cafetería local que combina ambiente estético, atención amable y variedad en frappés y snacks, a diferencia de las cadenas impersonales, porque ofrece cercanía y una experiencia auténtica en la comunidad, comodidad y libertad de pasar un buen rato en este lugar, ya sea acompañado con amigos, jugando juegos de mesa con tu pareja o solo realizando tus actividades cotidianas.

D. Conclusión

El análisis de las encuestas y entrevistas muestra que L K'fé tiene un fuerte posicionamiento entre adolescentes y jóvenes, quienes valoran principalmente el ambiente atractivo y la atención amable del personal. No obstante, la rapidez en el servicio y la conectividad a internet se identifican como las



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO - ADMINISTRATIVAS**



principales áreas de mejora para elevar la experiencia. Consolidar las fortalezas actuales mientras se atienden estas necesidades permitirá a la cafetería no sólo fidelizar a sus clientes actuales, sino también atraer a nuevos consumidores y diferenciarse frente a la competencia local.