

## **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

División Académica de Ciencias Económico Administrativas

Equipo:

Isabela Gómez Domínguez

Karen Guadalupe Gómez Gómez

Daniel Ciram Luna Cruz

Christian Alexander López Vázquez

Docente:

Dra. Minerva Camacho Javier

Licenciatura:

Mercadotecnia

Materia:

Mercadotecnia de servicios

Asignación:

STP y Enunciado de posicionamiento

Grupo:

KLM

Villahermosa, Tabasco; a 20 de septiembre 2025

## STP y Enunciado de posicionamiento

Contexto:

Xalpita Café Boutique es una cafetería ubicada en Jalpa de Méndez, Tabasco, goza de una buena reputación entre sus clientes, pero busca elevar aún más la experiencia mediante mejoras en el servicio, el ambiente y la preparación de sus alimentos. Esta actividad nos permite identificar los segmentos prioritarios y comprender sus necesidades, con el objetivo de crear estrategias de marketing de servicios que fortalezcan su posicionamiento.

### 1. Segmentación:

Segmento	Criterios	Tamaño estimado	Necesidades clave
Jóvenes	De 18 a 35 años; zona céntrica.	300	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rotación del menú.</li> <li>• Rapidez.</li> <li>• Enriquecer la capacitación de atención al cliente.</li> </ul>
Familia con niños pequeños	De 28 años a 45 años; hogares de 2 a 5 integrantes.	150	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio.</li> <li>• Variedad de platillos.</li> </ul>

## **2. Targeting:**

Segmento elegido: jóvenes.

Justificación:

- Representa el mayor número de compras potenciales (300 personas).
- Los jóvenes valoran la decoración, el ambiente pequeño y acogedor que hace de la cafetería un lugar cómodo.

## **3. Posicionamiento:**

Diferenciadores de Xalpita Café Boutique:

- Ubicación céntrica.
- Productos de calidad.
- Espacio cómodo y acogedor.

## **4. Enunciado de Posicionamiento:**

Para jóvenes de 18 a 35 años que buscan un espacio moderno y cómodo para disfrutar de bebidas y platillos con calidad, Xalpita Café Boutique es un lugar céntrico que ofrece un ambiente acogedor y un servicio ágil. A diferencia de las cadenas tradicionales, se distingue por brindar una experiencia personalizada en un entorno agradable, ideal para pasar un buen momento.

## Referencias

- La información obtenida del Informe corto de insights priorizados, así como las encuestas realizadas con anterioridad fueron clave para la elaboración de esta actividad, ya que nos ayudaron a tener una visión previa sobre la información que iba a ser requerida.