



**UNIVERSIDAD
MODELO**
INGENIERÍA

Ingeniería Industrial Logística

5to semestre

Proyecto integrador

Materias involucradas:

- Gestión del servicio
- Proyectos V
- Aprovisionamiento

Integrantes del equipo:

Morfín Alfonso Erick

Gomez Lazcano Ximena

Mendoza Ek Ismael José

Soberanis Díaz Priscila

Chan Cetz Fernando Jose

Periodo de evaluación: Agosto/ diciembre 2025

Índice del proyecto:

1. Marco teórico	3
1.1 ¿Qué es el servicio al cliente y su importancia en la industria?	3
1.2 Conceptos de gestión del servicio	3
1.3 Importancia de la mejora continua en empresas de servicios	4
1.4 Metodologías aplicadas en la consultoría (Definidas por los alumnos)	4
2. Descripción de la Empresa	5
2.1 Nombre de la empresa	5
2.2 Giro de la empresa	5
2.3 Historia de la empresa	5
2.3.1 Ubicación	6
2.3.2 Sucursales	6
2.4 Situación actual	6
2.5 Servicios que ofrece	7
2.6 Segmento de clientes	7
2.7 Contexto competitivo	7
3. Etapas del Proyecto	8
3.1 Etapa 1: Análisis y conocimiento de la empresa	8
3.1.1 Diagnóstico del servicio actual	8
3.1.2 Identificación de procesos clave	9
3.1.3 Análisis de la experiencia del cliente	10
3.1.4 Detección de áreas de oportunidad	10
3.1.5 Elegir un producto o productos:	11
3.1.5.1 Descripción y nombre de los productos	11
3.1.5.2 Necesidad que cubre el producto	11
3.1.5.3 Nombre y cantidades de las materias primas que componen el producto	
11	
3.6 Demanda del producto:	11
3.6.1.Investigar la demanda del producto.	11
3.6.2.Si la empresa elegida, no tiene o no proporciona esta información se	11
puede estimar en base a productos similares o de la competencia. Pero	
justificar como se determinó esta información.	11

1. Marco teórico

1.1 ¿Qué es el servicio al cliente y su importancia en la industria?

El servicio al cliente es el conjunto de acciones, estrategias y actitudes que una empresa aplica para atender, orientar, ayudar y dar solución a las necesidades o problemas de sus clientes antes, durante y después de una compra o contratación de un servicio. No se limita solo a resolver quejas, también busca crear experiencias positivas que fortalezcan la relación con el consumidor.

La importancia del servicio al cliente se enfoca en; Generar lealtad y fidelización: Un buen servicio hace que los clientes regresen y prefieran la marca frente a la competencia. Mejora la reputación de la empresa: La atención de calidad crea una imagen positiva, lo que atrae a nuevos clientes por recomendación. Diferenciación competitiva: En mercados saturados, la calidad del servicio puede ser el factor decisivo frente al precio o el producto. Incrementa las ventas y rentabilidad: Clientes satisfechos suelen comprar más y recomendar el producto o servicio, lo que se traduce en crecimiento. Prevención y solución de problemas: Un buen servicio al cliente detecta fallas en procesos o productos, ayudando a la empresa a mejorar continuamente. Construcción de relaciones a largo plazo: Un trato cálido y eficiente crea vínculos de confianza entre cliente y empresa, fundamentales en la industria moderna.

1.2 Conceptos de gestión del servicio

La gestión de servicios se entiende como el conjunto de principios, prácticas y procesos orientados a planificar, organizar, coordinar y supervisar la prestación de un servicio, con el objetivo de garantizar su calidad, eficiencia y satisfacción del cliente. A diferencia de la gestión de productos, este enfoque se centra en la experiencia del usuario y en la creación de valor a través de actividades intangibles.

Dentro de sus conceptos principales se encuentran:

Diseño del servicio: consiste en planificar cómo se estructurará y entregará el servicio, considerando recursos, procesos, estándares de calidad y necesidades del cliente.

Prestación del servicio: es la ejecución de las actividades diseñadas para satisfacer al cliente, cuidando la interacción, la puntualidad y la eficiencia.

Calidad del servicio: implica medir el desempeño a través de indicadores de satisfacción, cumplimiento de expectativas y valor percibido por el cliente.

Experiencia del cliente: se refiere a la percepción que obtiene el consumidor en cada interacción con la empresa, lo cual influye directamente en la lealtad y la reputación.

Mejora continua: busca analizar resultados, identificar fallas y proponer innovaciones que permitan optimizar procesos y elevar la satisfacción del cliente.

En conjunto, la gestión de servicios no solo asegura la entrega eficiente de una oferta, sino que también constituye una herramienta estratégica para generar confianza, diferenciarse de la competencia y establecer relaciones sostenibles a largo plazo.

1.3 Importancia de la mejora continua en empresas de servicios

La mejora continua en las empresas de servicios es importante porque permite mantener la calidad en la atención al cliente, adaptarse a nuevas necesidades del mercado y corregir posibles fallas en los procesos. A través de ella, las empresas logran ofrecer un servicio más eficiente, competitivo y confiable, lo que genera mayor satisfacción y fidelidad en los clientes. Además, ayuda a optimizar recursos y a innovar constantemente para diferenciarse de la competencia.

1.4 Metodologías aplicadas en la consultoría (Definidas por los alumnos)

- Análisis FODA

En la primera reunión con Limoncello Catering se identificó que su mayor fortaleza es la calidad y presentación de los productos, así como la flexibilidad en el servicio. Sin embargo, presentan debilidades relacionadas con la falta de un catálogo digital, ausencia de precios estandarizados y limitaciones en personal y espacio. Como oportunidad, cuentan con un mercado empresarial en crecimiento y el potencial de posicionarse mediante marketing digital. No obstante, enfrentan amenazas como el incremento constante de insumos y la competencia con mayor infraestructura. En general, se concluye que la empresa tiene un valor diferencial claro, pero

necesita fortalecer su organización y digitalización para asegurar su crecimiento.

Fortalezas (F) <ul style="list-style-type: none">● Alta calidad y cuidada presentación de los productos.● Flexibilidad en el servicio, adaptándose a las necesidades del cliente.● Valor diferencial claro frente a la competencia.	Debilidades (D) <ul style="list-style-type: none">● Falta de un catálogo digital que facilite la promoción y venta de servicios.● Ausencia de precios estandarizados, lo que dificulta la gestión comercial.● Limitaciones en el personal y en el espacio físico para atender una mayor demanda.● Necesidad de fortalecer la organización interna y los procesos operativos.
Oportunidades (O) <ul style="list-style-type: none">● Crecimiento del mercado empresarial y corporativo en el sector de catering.● Potencial de posicionamiento a través de estrategias de marketing digital.● Mayor demanda de servicios personalizados y experiencias gastronómicas.	Amenazas (A) <ul style="list-style-type: none">● Incremento constante en el costo de los insumos.● Competencia con mayor infraestructura y recursos.● Cambios en las preferencias del consumidor y en las condiciones económicas del mercado.

2. Descripción de la Empresa

Limoncello Catering es una empresa mexicana dedicada a los servicios de alimentos, especializada en catering y gastronomía personalizada para eventos sociales y empresariales. Fue fundada el 10 de mayo de 2020, en medio de la pandemia de COVID-19, una etapa que impulsó la creatividad y la adaptación de nuevos modelos de negocio dentro del sector alimentario. Su primera línea de servicio consistió en la venta de desayunos sorpresa, una propuesta innovadora que combinaba alimentos preparados con una experiencia emocional, ideal para celebraciones a distancia. Durante sus primeras semanas de operación, la empresa alcanzó aproximadamente 40 ventas, destacando especialmente por la atención brindada a personal médico en un hospital, lo que reflejó una rápida aceptación por parte del mercado.

El éxito de esta iniciativa inicial motivó a sus fundadores a ampliar la oferta hacia servicios de catering más completos, dirigidos tanto a eventos sociales como corporativos. A partir de entonces, Limoncello Catering se ha caracterizado por diseñar menús personalizados y adaptados a las necesidades específicas de cada cliente, consolidándose como una opción confiable, creativa y flexible dentro del sector gastronómico.

La empresa no cuenta con un establecimiento físico abierto al público, ya que su modelo operativo se basa en la movilidad. Este enfoque le permite desplazarse hacia las ubicaciones de cada evento, optimizando recursos, reduciendo costos fijos y ofreciendo sus servicios en diferentes zonas según la demanda. Actualmente, Limoncello Catering no posee sucursales, sino que opera desde una base logística central que coordina la movilización del equipo humano y material, manteniendo así una estructura compacta, eficiente y adaptable a las necesidades de cada servicio.

2.4 Situación actual

Limoncello Catering opera con un equipo base de tres colaboradores permanentes, sumando entre dos y cuatro personas adicionales según la magnitud del evento. No maneja horarios fijos, ya que su disponibilidad se ajusta a los requerimientos de cada cliente. Enfrenta desafíos como la falta de estrategias de marketing y digitalización, limitaciones logísticas por capacidad de vajilla (máximo 50 personas), ausencia de precios estandarizados frente a variaciones de insumos (10–20%), y dificultades en la coordinación con proveedores de mobiliario y equipo.

2.5 Servicios que ofrece

- La empresa ofrece una amplia gama de servicios gastronómicos diseñados para adaptarse a las necesidades de distintos tipos de clientes. Entre sus principales servicios se encuentra el catering para eventos sociales y empresariales, donde se brinda atención integral a reuniones, conferencias, celebraciones y actividades corporativas, garantizando una experiencia culinaria completa con platillos cuidadosamente elaborados y presentaciones elegantes. Además, se especializa en ofrecer soluciones gastronómicas personalizadas, ajustadas a los gustos, presupuestos y requerimientos específicos de cada cliente, buscando siempre superar las expectativas en sabor, calidad y servicio.
- Además la empresa cuenta con seis diferentes opciones que ofrecer:
 - Box lunch kids saludable: -hot cakes avena miel, -cuernito, panela, huevo y espinaca, -torta de cochinita, pasta integral con tomate sabor pizza y 3 mini quesadillas con oaxaca.
 - Tapas y bocadillos: Tapa con pulled pork, mini croissant champiñones/serrano, tartaleta ensalada rusa/ dip de salmón: tapa de salmón ahumado y philadelphia, sandwichitos dip de espinaca, sushi cups, tapa serrano miel y queso de cabra, mini pita con pollo buffalo, mini hamburguesa de res o pollo, mini panini lomo, gouda y manzana triángulo club sándwich, shot de papitas al cilantro/buffalo, higo con serrano y queso de cabra, canastitas de ensalada césar, tapa hummus con pimientos rostizados, tapa salmón, philadelphia y cebollín mini rollos primavera mini slider pizza, arrolladitos con champiñones.
 - Tablas de charcutería: Puede incluir, jamón serrano, salami europeo, salami, chorizo español, lomo ahumado, queso gouda, queso de cabra, queso azul, queso cheddar, queso de bola, queso monterrey, mix de nueces, pistachos, arándanos, aceitunas, fresas, kiwi, berries.
 - Desayunos & brunch: Paquete 1, panini serrano con manzana, croissant nutella y queso de bola, té verde, jugo o refresco, café, fruta de temporada con yogurt. Paquete 2, croissant pechuga de pavo, espinaca gouda y manzana, mini hot cakes, té verde, jugo o refresco, café y uvas. Paquete 3, bagel salmón, tocino y cebollín, té verde, jugo o refresco, café y pan, fruta de temporada con yogurt. Paquete 4, paninis pesto con lomo y gouda, hot cakes y waffles, té verde, jugo o refresco, café, fruta de temporada con yogurt.

Paquete 6, chilaquiles verdes/rojos y frijoles refritos, hot cakes y waffles, fruta de temporada con yogurt, pan y galletas, jugo, refrescos, agua, café.

-Desayunos sorpresas: La basket: mini tablas de charcutería, té verde, jugo o refresco, mimosas. Sweet: esta caja se cotiza al momento ya que es totalmente personalizada. El deluxe: panini serrano con manzana, croissant nutella y queso de bola, té verde, jugo o refresco, fruta de temporada con yogurt, mini pastel, flores. Básico snacks: Croissant o panini de manzana con papas o ensalada, fruta de temporada con yogurt, té verde, jugo o refresco, café, galletas, snacks a elegir: palomitas, chocolates o churritos.

2.6 Segmento de clientes

Está conformado principalmente por empresarios y doctores que, debido a sus jornadas laborales extensas y a la falta de tiempo, buscan opciones prácticas y de calidad para satisfacer sus necesidades alimenticias diarias, especialmente en el desayuno. Asimismo, la empresa atiende a organizaciones, instituciones y particulares que requieren servicios de catering para eventos sociales, corporativos o institucionales, ofreciendo soluciones gastronómicas integrales que combinan sabor, presentación y puntualidad. Este enfoque permite atender tanto las necesidades cotidianas de clientes con agendas ocupadas como las demandas específicas de eventos formales o celebraciones, garantizando siempre un servicio personalizado y profesional.

2.7 Contexto competitivo

Limoncello Catering es una empresa que compite en el sector de la comida, un mercado muy cambiante donde lo más importante es ofrecer platos personalizados, de alta calidad y con un servicio flexible. Su gran ventaja es la creatividad y los ingredientes frescos que usa. Sin embargo, sus competidores tienen una desventaja: están más digitalizados (por ejemplo, con mejores apps o página web) y cuentan con una logística más eficiente para entregas y pedidos.

Imagina el mercado de catering como un gran banquete donde varios proveedores compiten por servir el plato principal. No se trata solo de comida, sino de una experiencia completa. En este escenario, Limoncello Catering ha logrado abrirse un

espacio, pero debe navegar con inteligencia entre gigantes establecidos y nuevos rivales ágiles.

empresa que compite con limoncello

Urban Fresh Market compite desde una propuesta más moderna y flexible, centrada en alimentos frescos, saludables y locales. Ofrece opciones de comida ligera, catering y productos naturales que atraen a un público que busca bienestar, sostenibilidad y conveniencia. Su valor diferencial está en la frescura de los ingredientes, la versatilidad de sus servicios (como banquetes o eventos) y su orientación a estilos de vida saludables.

En el mercado de Mérida, ambas empresas compiten por el mismo segmento de consumidores de nivel medio-alto, interesados en calidad y buena alimentación, pero desde propuestas diferentes:

- Limoncello apuesta por la experiencia gastronómica formal y de lujo.
- Urban Fresh Market se orienta hacia el consumo cotidiano, saludable y adaptable a eventos o catering.

De esta forma, Urban Fresh Market compite con Limoncello al ofrecer una alternativa más moderna, sustentable y versátil, capaz de atraer tanto a clientes locales como a visitantes que buscan experiencias gastronómicas de alta calidad, pero en formatos más dinámicos y saludables.

Lu Catering & Eventos

En el mercado gastronómico de Mérida, Yucatán, Limoncello y Lu Catering & Eventos compiten dentro del mismo sector de alimentos y servicios, aunque desde modelos de negocio distintos.

Limoncello reconocido por sus preparaciones, dirigida principalmente a clientes que buscan una experiencia culinaria de calidad. Su propuesta se centra en la calidad del servicio, lo que le permite atraer a un público de nivel medio-alto, personas que desean realizar algún evento y que desea un servicio de catering de calidad.

Por otro lado, Lu Catering & Eventos compite desde el ámbito del servicio gastronómico fuera del restaurante, ofreciendo soluciones personalizadas para eventos sociales y corporativos. Su principal fortaleza radica en la flexibilidad y adaptación a las necesidades del cliente, brindando menús ajustados al

presupuesto y al tipo de evento, desde pequeñas reuniones hasta celebraciones más grandes.

A diferencia de Limoncello, que se enfoca en la experiencia en sitio, Lu Catering & Eventos lleva la experiencia gastronómica directamente al cliente, ofreciendo comodidad y personalización. En este sentido, compite con Limoncello al satisfacer la misma necesidad de consumo de alimentos de calidad, pero a través de un formato más versátil y adaptable.

Ambas empresas apuntan a un público similar —consumidores que valoran la buena comida, la presentación y el servicio—, pero se diferencian por su enfoque:

- **Limoncello:** experiencia gastronómica formal, ambiente exclusivo, enfoque en cocina italiana.
- **Lu Catering & Eventos:** servicio flexible, personalizado, adaptable a eventos y presupuestos, con atención más directa al cliente.

3. Etapas del Proyecto

3.1 Etapa 1: Análisis y conocimiento de la empresa

Durante esta primera etapa se llevó a cabo un proceso de análisis integral para conocer a fondo la empresa Limoncello Catering. Se realizaron reuniones con su representante, observaciones directas de las actividades diarias y la aplicación de herramientas de diagnóstico, entre ellas el análisis FODA, que permitió reconocer las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en su desempeño.

A partir de la información obtenida, se identificó que Limoncello Catering es una empresa joven dedicada al servicio de catering personalizado para eventos sociales y corporativos. Se distingue por la calidad de sus alimentos, la presentación y la atención personalizada que ofrece. (*ver Figura 1*).

Figura 1



Presentación del servicio de catering ofrecido por Limoncello Catering.

Nota. Imagen de referencia elaborada por la autora.

No obstante, enfrenta algunos retos importantes, como la falta de digitalización en sus procesos, la ausencia de estrategias de marketing, ciertas limitaciones logísticas y la variabilidad en los costos de sus insumos.

El análisis del entorno competitivo mostró que la empresa opera en un mercado altamente dinámico, donde la diferenciación depende en gran medida de la experiencia del cliente y de la calidad gastronómica. Con esta información, fue posible establecer una base sólida para desarrollar propuestas que contribuyan al crecimiento, posicionamiento y sostenibilidad del negocio.

3.1.1 Diagnóstico del servicio actual

El diagnóstico permitió conocer cómo se desarrolla el proceso de servucción de Limoncello Catering, desde el primer contacto con el cliente hasta la evaluación posterior al evento. El servicio se caracteriza por su alta calidad gastronómica, cuidada presentación y atención personalizada, lo que ha generado satisfacción y fidelidad entre los clientes. Sin embargo, se detectaron deficiencias en la gestión administrativa, digitalización y estandarización de procesos que limitan la eficiencia y el crecimiento.

El proceso inicia con la atención y contacto con el cliente, donde se recaban datos y se ofrecen recomendaciones personalizadas, aunque sin un registro digital formal.

En la etapa de diseño y cotización del servicio, se elaboran propuestas y presupuestos en formatos no estandarizados, generando variaciones en precios y tiempos de respuesta.

Posteriormente, durante la planeación y logística, se organizan los recursos humanos y materiales, pero existe dependencia de proveedores externos de mobiliario, lo que incrementa costos y reduce autonomía. En la fase de preparación y montaje, la empresa demuestra su principal fortaleza: la calidad y presentación de los alimentos, aunque carece de procedimientos operativos estandarizados.

Durante el servicio y supervisión, se mantiene un trato cordial y atención personalizada, pero sin protocolos formales que garanticen la misma experiencia en todos los eventos. Finalmente, en la evaluación post-servicio, la retroalimentación se recopila de forma informal, sin un sistema de registro que permita analizar los resultados o medir la satisfacción del cliente.

En síntesis, Limoncello Catering ofrece un servicio con alto valor gastronómico y enfoque humano, pero requiere mejorar su estructura interna, digitalizar procesos y formalizar protocolos para lograr mayor control operativo, eficiencia y competitividad.

3.1.2 Identificación de procesos clave

Durante el análisis, se detectaron los procesos fundamentales que sustentan la operación de Limoncello Catering. Identificar estos procesos permite comprender en qué puntos se puede intervenir para optimizar tiempos, recursos y resultados.

Los procesos clave son los siguientes:

- **Atención y contacto con el cliente:** comprende la recepción de solicitudes, la asesoría inicial y la definición de requerimientos. Representa el primer punto de interacción con el cliente y determina la percepción de calidad del servicio.
- **Diseño y cotización del servicio:** abarca la elaboración de propuestas gastronómicas y logísticas, junto con la determinación de precios. Es crucial para la rentabilidad y coherencia comercial.
- **Planeación y logística:** implica la organización del personal, materiales, transporte y coordinación con proveedores. Su eficiencia determina el cumplimiento de tiempos y la calidad de entrega.
- **Preparación y montaje:** se centra en la elaboración de alimentos, empaque, traslado y montaje del evento. En esta etapa se materializa la calidad del servicio.
- **Servicio y supervisión:** se refiere a la atención directa durante el evento, garantizando la satisfacción del cliente y la resolución inmediata de imprevistos.
- **Evaluación post-servicio:** permite recopilar la retroalimentación del cliente y aplicar mejoras en futuras operaciones.

Estos procesos constituyen el núcleo operativo de Limoncello Catering. Su análisis técnico facilita el diseño de estrategias de mejora continua orientadas a la eficiencia, la calidad y la competitividad empresarial.

3.1.3 Análisis de la experiencia del cliente

A partir de las experiencias compartidas por la propietaria y los comentarios de los clientes, se identificó que las valoraciones hacia Limoncello Catering han sido en general positivas, destacando la calidad de los alimentos, la puntualidad y la

atención amable del personal. Sin embargo, también se han recibido observaciones relacionadas con detalles logísticos, demoras o falta de comunicación en algunos eventos.

Estas opiniones representan una fuente de información valiosa, ya que permiten identificar de manera directa las expectativas, percepciones y áreas de oportunidad desde el punto de vista del usuario final. La empresa, aunque recoge los comentarios de manera informal, aún no cuenta con un sistema estructurado para medir la satisfacción ni indicadores de desempeño del servicio (por ejemplo, tiempos de respuesta, errores operativos o nivel de recomendación).

Implementar mecanismos formales de medición de la experiencia del cliente, como encuestas post-evento o formularios digitales, permitiría obtener datos cuantificables para evaluar la calidad del servicio, identificar fallos recurrentes y consolidar un enfoque de mejora continua.

3.1.4 Detección de áreas de oportunidad

El análisis integral del proceso permitió identificar diversas áreas que impactan de forma directa en la gestión administrativa, operativa y comercial de Limoncello Catering:

- **Falta de digitalización:** la administración de pedidos y registro de clientes se realiza de forma manual, lo que limita la eficiencia y genera riesgo de errores. Esto también impide llevar un historial de compras o analizar patrones de consumo para diseñar estrategias de fidelización. (Quiere unificar para ya dejarlo en un solo formato)
- **Ausencia de estandarización en precios y cotizaciones:** no existe un formato o política uniforme para definir costos, lo que genera variaciones entre presupuestos y afecta la transparencia comercial.
- **Dependencia de proveedores externos:** la empresa alquila mobiliario y equipo, lo que eleva los costos, limita la flexibilidad y reduce la capacidad de respuesta ante la competencia.
- **Escasa presencia digital:** la falta de estrategias de marketing y presencia en redes sociales limita la visibilidad de la marca, reduciendo su capacidad de captar nuevos clientes, especialmente en el mercado empresarial en crecimiento.

3.1.5 Elegir un producto o productos: Box Lunch Empresarial

3.1.5.1 Descripción y nombre de los productos

El Box Lunch Empresarial es una de las opciones más versátiles y solicitadas dentro del catálogo, diseñado especialmente para cubrir las necesidades alimenticias de reuniones corporativas, cursos, seminarios, capacitaciones y todo tipo de eventos empresariales que requieren soluciones prácticas, higiénicas y de rápida distribución.

Cada box se prepara cuidando tanto la presentación como el equilibrio entre sabor, variedad y practicidad, adaptándose a los diferentes horarios del evento y a las preferencias de los asistentes.

En su versión estándar, el box incluye un sándwich gourmet, que puede prepararse en diferentes tipos de pan, como croissant, panini o pan artesanal, ofreciendo una opción más ligera para las mañanas o más sustanciosa para jornadas prolongadas. Dependiendo del horario y del tipo de evento, el box puede complementarse con una porción de pasta fría, ideal para almuerzos o comidas, o bien con un acompañamiento más fresco, como fruta de temporada cuidadosamente seleccionada.

Para aportar un toque crujiente o dulce, el Box Lunch Empresarial suele incluir papas fritas tipo Ruffles naturales o un mini postre, que puede ir desde un brownie individual hasta una galleta gourmet o un pequeño pastelito. Estos elementos permiten equilibrar la experiencia con una combinación de texturas y sabores.

En cuanto a la bebida, se ofrece una selección acorde a la temporada o a las preferencias del cliente: refresco, jugo natural de naranja, agua de jamaica o limonada. En algunos casos, especialmente en eventos breves o cuando así lo solicita la coordinación, el box puede entregarse sin bebida. Para los servicios matutinos, también existe la opción de incluir hot cakes como complemento o sustituto del sándwich, ofreciendo una alternativa más dulce y energética para iniciar el día.

Este producto se caracteriza por ser práctico, higiénico y altamente personalizable, lo que permite a la empresa ajustar cada box según el tipo de evento, número de asistentes, restricciones alimentarias o estilo del cliente.

3.1.5.2 Necesidad que cubre el producto

El Box Lunch Empresarial satisface una necesidad fundamental dentro del entorno de eventos: proveer una solución alimentaria práctica, organizada y eficiente para

grupos de personas que se encuentran en actividades donde el tiempo es limitado y la logística debe ser sencilla.

Este producto responde a la demanda de alimentos que puedan consumirse fácilmente, sin interrupciones prolongadas y sin requerir instalaciones complejas como buffets, cocinas equipadas o montajes de servicio completos. Su objetivo principal es garantizar que los participantes de reuniones, cursos, talleres, conferencias o capacitaciones puedan alimentarse adecuadamente sin afectar la continuidad del evento.

Además, cubre otras necesidades clave:

- **Ahorro de tiempo:** evita que los asistentes tengan que salir a comprar comida, reduciendo tiempos muertos y permitiendo que las actividades se mantengan en horario.
- **Comodidad y portabilidad:** al estar empaquetado individualmente, cada persona recibe una comida completa y lista para consumir, lo que facilita su distribución incluso en espacios reducidos.

3.1.5.3 Nombre y cantidades de las materias primas que componen el producto.

Producto elegido: Box Lunch Empresarial

Materias primas elegidas

Las materias primas seleccionadas corresponden a los ingredientes y productos utilizados para la elaboración de cada box. A continuación, se describen los elementos del paquete, su materia prima principal, una breve descripción y la cantidad estimada utilizada por box.

Croissant relleno:

Materias primas:

- Croissant artesanal
- Pechuga de pavo
- Espinaca fresca
- Queso gouda
- Manzana en láminas

Descripción:

El croissant utilizado es de pan de hojaldre tipo francés, con textura crujiente y sabor mantequilloso. La pechuga de pavo es un producto cárnico bajo en grasa, cocido y rebanado. La espinaca fresca aporta fibra y hierro, previamente lavada y desinfectada. El queso gouda, de sabor suave y fundente, complementa el relleno. Finalmente, se añaden láminas de manzana fresca (variedad gala o fuji), que aportan dulzura y textura.

Cantidad estimada por box:

- Croissant: 1 pieza (80 g)
- Pechuga de pavo: 50 g
- Espinaca fresca: 15 g
- Queso gouda: 20 g
- Manzana en láminas: 30 g

Acompañantes del box:

- Mini hotcakes
- Fruta
- Bebida
- Panecito extra
- Café

3.6 Demanda del producto:**3.6.1. Investigar la demanda del producto elegido de 12 meses, ya sea 2023****(plan) o histórico de años anteriores**

Para analizar la demanda del Box Lunch Empresarial, se utilizaron los datos históricos proporcionados por la empresa. Se consideró un periodo de doce meses tomando como base el comportamiento observado en 2024, así como las ventas acumuladas del año en curso (enero-julio).

En 2024, la empresa registró un total de 55 cajas vendidas durante todo el año, lo cual representa el comportamiento anual más reciente y completo disponible. Por otro lado, para el año en curso, se reportan 44 cajas vendidas entre enero y julio, lo que indica un ritmo de ventas superior al observado en 2024, evidenciando un crecimiento en la demanda. Este incremento se relaciona con la reactivación de

eventos presenciales, reuniones corporativas y capacitaciones, donde los clientes buscan soluciones prácticas, higiénicas y de buena presentación.

Datos utilizados

Periodo	Cajas vendidas	Observaciones
Enero – Julio (Año en curso)	44	Ventas reales acumuladas
Total 2024	55	Ventas reales anuales (histórico)

Promedio mensual observado

Con base en los 44 paquetes vendidos entre enero y julio del presente año:

- Promedio mensual: $44 / 7 = 6.29$ cajas/mes

Este promedio indica un crecimiento respecto al año anterior, ya que de mantenerse esta tendencia, el total anual superaría las ventas de 2024.

Justificación del análisis

La información proporcionada por la empresa permite establecer que la demanda del Box Lunch Empresarial muestra un comportamiento ascendente. Mientras que en 2024 se vendieron 55 cajas en todo el año, en los primeros siete meses del año en curso ya se han vendido 44, lo que sugiere un aumento significativo en la contratación del servicio.

Este incremento puede atribuirse a:

- La reanudación de actividades presenciales en empresas públicas y privadas.
- La necesidad de opciones alimenticias prácticas, seguras e higiénicas para reuniones.
- Un crecimiento en la confianza del cliente hacia la presentación y calidad del producto.

En conclusión, el análisis de los 12 meses, basado en el histórico 2024 y los datos acumulados del año en curso, confirma una tendencia positiva en la demanda, lo cual es relevante para la planeación de producción y ventas del Box Lunch Empresarial.

3.2. Etapa 2: Mejoras a corto plazo e implementación

3.2.1 Propuestas de mejora inmediatas

Para fortalecer la competitividad y eficiencia de Limoncello Catering, actualmente se están ejecutando un plan de acción que aborda tres áreas críticas de la empresa previamente analizadas:

1. Formalización de la Toma de Pedidos: Ya estamos implementando un sistema de formularios digitales estandarizados para canalizar las solicitudes recibidas por WhatsApp. Esta herramienta organiza la información del cliente, asegura que no se omitan datos clave y agiliza la conversión de consultas en cotizaciones formales.

2. Estandarización de Precios: Paralelamente, desarrollamos una estructura de costos unificada y una tabla de precios de referencia para todos nuestros servicios. Esto nos permite generar cotizaciones más coherentes, reducir la variabilidad en los precios y mejorar la transparencia en nuestra comunicación comercial.

3. Reactivación de Redes Sociales: Como parte de nuestra estrategia de marketing, estamos ejecutando un plan de contenido constante y profesional para nuestras redes sociales. Esto incluye publicar regularmente imágenes de alta calidad de nuestros platillos, testimonios de clientes y detalles de nuestros servicios, con el objetivo de aumentar nuestro alcance y engagement.

La puesta en marcha de estas iniciativas representa un avance concreto hacia la optimización de los procesos internos y el fortalecimiento de la presencia en el mercado de la empresa.