



Universidad de turismo y hospitalidad
Licenciatura en Administración Hotelera

Estudio de Mercado de las empresas de Catering para Celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007



Sueños que se convierten en sonrisas

Alumna: Sarobe, Andrea Noemí
Fecha de entrega: Septiembre 2007
Lugar: Ciudad Autónoma de Buenos Aires



Índice

1. Introducción.....	4
2. Investigación metodológica.....	5
2.1. Tema.....	5
2.2. Problema.....	5
2.3. Antecedentes.....	5
2.4. Tipo de investigación.....	6
2.5. Hipótesis de trabajo.....	6
2.6. Objetivos.....	6
3. Marco teórico.....	8
Cap. I Antecedentes de sistemas de restauración en Europa.....	8
Historia y desarrollo del catering.....	8
Historia y desarrollo del arte culinario.....	9
Cap. II Antecedentes históricos de reuniones y eventos en la	
República Argentina.....	11
Retrato de la evolución de la cocina y de las festividades	
en Argentina.....	11
El catering como empresa de servicio en Argentina.....	16
Cap. III Estructura de la industria del catering.....	17
Retrato del jefe de cocina.....	19
Gastronomía.....	19
Operaciones del Catering.....	19
Estilos de Catering.....	21
Cap. IV Desarrollo de la investigación.....	23
El método de cinco pasos en la investigación de mercado.....	23



Cap. V Zona de Estudio: Ciudad de Lincoln.....	27
Ubicación.....	27
Datos de Interés general.....	28
Historia.....	29
Distribución de la población actual.....	32
 Cap. VI Oferta.....	 35
 Cap. VII Demanda.....	 37
 Cap. VIII Nivel socio económico.....	 39
 4. Unidades de Análisis.....	 42
4. Variables.....	42
 5. Estudio de Campo.....	 46
5.1. Universo de Estudio.....	46
5.2. Entrevistas.....	50
5.3. Observaciones.....	51
5.4. Encuestas.....	58
 6. Conclusiones.....	 62
 7. Conclusión final.....	 76
 8. Bibliografía.....	 78
 9. Anexo I.....	 80
 10. Anexo II.....	 265



1. Introducción:

Debido a lo cambiante que fue la historia de las fiestas y de la forma de conmemorar los momentos festivos en Argentina, es necesario conocer cuales son las características más recurrentes en la sociedad de hoy en día. Además se debe tener en cuenta que el país se encuentra influido por una gran inmigración, ocurrida desde muchos puntos del mundo. Produciendo en un principio grandes colonias diferenciadas entre si. Pero con el correr de los tiempos se fueron entremezclando, tanto entre sí como, con la sociedad gauchesca, interfiriendo en cada una de las costumbres del pueblo Argentino.

Además es fundamental en estos días, donde los servicios son una industria en crecimiento constante, debido a la agitada vida que llevan las personas. Tanto hombres como mujeres prefieren delegar la realización de los servicios a empresas, que les brinde la posibilidad de disfrutar más del ocio. Por lo que uno de esos servicios es la realización de los catering para celebraciones, permitiéndoles a los clientes desligarse de las complicaciones o tras tiempos de organizar todo un evento. Así las empresas no sólo brindan el servicio de catering, sino que también hoy en día le brindan servicios como el arreglo de los salones, contratan espectáculos para el entretenimiento de los invitados, los aconsejan de cómo vestirse de forma adecuada, entre otros, que cada día son más variados debido a la gran competencia y la necesidad de los clientes de desligarse de estas actividades para poder disfrutar mejor el producto final.

En esta investigación busco conocer uno de los departamentos más importantes de el sector hotelero, el de Alimentos y Bebidas; el cual puede desarrollarse de diferentes maneras. Es decir que el hotel puede tener desde un bar al lado de su pileta, un restaurant con cinco cubiertos, o un servicio de catering, o una infinidad de productos que solamente tiene como tope la imaginación humana.

Es por esto que decido realizar una investigación de mercado, la cual es una de las herramientas que he adquirido en el estudio de la carrera, y es un elemento fundamental de la Administración, tanto como para emprender un nuevo proyecto, como para saber cómo se ubica la empresa en el mercado o para hacer proyecciones futuras.

Con esta investigación quiero conocer la situación en la ciudad de Lincoln con respecto a las empresas de Catering para Celebraciones, debido a que creo que esto es una gran oportunidad de negocio, que percibo en la ciudad, por la falta de variedad existente en la oferta en los servicios de Catering para Celebraciones.



2. Investigación Metodológica:

2.1. Tema:

Estudio de mercado de las empresa de Catering para Celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007.

2.2. Problema:

¿Cuál es la situación del mercado de las empresas Catering para Celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007?

2.3. Antecedentes:

En el libro LINCOLN¹, una historia desconocida, escrito por Darío A. Cafferata, se encuentra una descripción, tomada del periódico El Tiempo, muy clara de las fiestas en la ciudad de Lincoln a principio del siglo XX, y lo hace de esta forma:

“El periódico *El Tiempo* del 13 de febrero de 1918 informa sobre un servicio de banquete realizado en el salón Porta Pía, de carácter político y para doscientos comensales, el cual fue elaborado por la confitería Pontiroli.

Fiambre: mayonesa de gallina.

Sopa: fideos finos.

Vinos: Souterne.

Entrada: chateau-briand, au petits pois, buleviens a la financiera, pollo asado con ensalada rusa.

Vino: Medoc

Postres: crema moka, frutas surtidas, espumante, cigarros.

Otra reunión similar: con el mismo propósito se informó su realización en la edición del 15 de mayo del mismo año:

Mayonesa moscovita

Souterne

Crema María Stuard

Filet pejerrey Romaine

Reserva

Poulet aux Champignons

Recomende

Petit filet mirabeau

Gateau moka

Champagne

Macedoine Fruits aux Kiroms

¹ Cafferata Dario A. **LINCOLN. Una historia desconocida**. Editorial Grafer Chivilcoy, provincia de Buenos Aires Argentina 2004.



Café - cigares

2.4. Tipo de investigación:

Esta investigación según los objetivos es de tipo Exploratorio y Descriptivo, que según Kotler² son las utilizadas en un estudio de mercado.

El estudio Exploratorio consiste en reunir información preliminar que ayude a definir el problema y a sugerir hipótesis; en cambio el estudio Descriptivo consiste en describir el tamaño y la composición del mercado.

Según la metodología es una investigación Cualitativa ya que busca significaciones, como las características de la población de Lincoln y de la oferta de empresas de catering para celebraciones; además es Cuantitativa, debido a que mide aspectos de la realidad, como la cantidad de habitantes que formarían la demanda de servicio de catering para celebraciones y la cantidad de oferta existente en este rubro.

Desde el punto de vista de la temporalidad es una investigación sincrónica debido a que se realiza sobre el año 2007 y mide un tiempo corto en estudio.

Por último es una investigación pura según su finalidad, debido a que sólo se realizará la investigación, no se aplicara en la realidad.

2.5. Hipótesis de trabajo:

"La oferta de servicios de catering en la población de Lincoln es insuficiente en calidad y cantidad para la demanda del lugar".

2. Objetivos:

General:

Determinar cuál es la situación del mercado de servicio de catering para celebraciones en la ciudad de Lincoln, en el año 2007

Específicos:

- ✓ Determinar la existencia de oferta en el mercado de servicio de catering para celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007

- ✓ Identificar los tipos de oferta según las celebraciones con servicio de catering en la ciudad de Lincoln en el año 2007

² Kotler Philip, Bower John y Makens James. **Mercadotecnia para Hotelería y Turismo**. Editorial Prantice may. México, 1997



- ✓ Conocer las características de la demanda del mercado de catering para celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007
- ✓ Conocer las particularidades de hábitos de consumo, gustos y/o preferencias de la demanda de catering para celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007.



3. Marco Teórico

I

ANTECEDENTES DE SISTEMAS DE RESTAURACIÓN EN EUROPA:

Hasta hoy en día el Catering ha evolucionado en el mundo, teniendo diferentes cualidades según donde nos ubiquemos, por lo que en adelante se dará una descripción del catering en Europa, debido a que es su lugar de origen en el mundo.

Historia y el desarrollo del catering en Europa³:

La provisión de alojamiento, alimento y bebida para los viajeros ha sido una característica de las sociedades civilizadas al menos desde la época de la antigua Grecia y Roma.

Durante la Edad Media aumentó el número de viajeros, por lo que produjo la aparición de las tabernas como lugar de reunión de la comunidad local, ofreciendo alimento, bebida y distracción junto con cervecerías que únicamente servían cerveza.

El período siguiente a la Edad Media vio la aparición de la diligencia como medio de transporte que determinó una mayor demanda de acomodo para los viajeros. Mejoraron las instalaciones de las grandes fondas comerciales, en particular como resultado de la mayor capacidad económica de su clientela, resultado de la Revolución Industrial. En el siglo XVII se introdujo en Europa el café y posteriormente el chocolate. A pesar de la condena del Rey y de los Obispos contra los efectos nocivos y peligrosos, se extendió por el país el agrado por estas bebidas exóticas. Eran servidas en cafeterías y chocolaterías que se convirtieron en lugares populares de reunión de artistas, poetas, abogados, etc., y eran muy exclusivos. Esto llevó a la aparición de la institución británica exclusiva (solamente socios), el club.

En los inicios del siglo XIX apareció el ferrocarril, aumentando la demanda de alojamiento fuera del hogar propio, dando origen a los grandes Hoteles del Ferrocarril. A finales del siglo XIX, clubes, grandes hoteles y algunos restaurantes independientes ofrecían comidas. Tales establecimientos eran de clase elevada, sofisticados, caros, y se hicieron muy populares. Esta expansión de las comidas fuera de casa supuso un avance muy importante para la

³ Taylor Eunice y Taylor Jerry. **Fundamentos de la Teoría y Práctica del Catering**. Editorial Acribia S.A.. Zaragoza, España, 2001.



industria del catering cuando se importó del continente la experiencia para su organización y funcionamiento.

Con posterioridad a esta época aumentó la demanda de sitios para comer que fuesen más baratos para personas que no podían permitirse estos restaurantes. Esto determinó la aparición de cafés y salones de té y finalmente de restaurantes comerciales menos exclusivos y más baratos.

Entre las dos guerras se produjo un notable aumento de viajes. La introducción de las vacaciones pagas aumentó todavía más la necesidad de acomodo fuera del hogar y aparecieron los alojamientos para vacaciones. Estos proporcionaban catering para un elevado segmento de la población, representando uno de los primeros sistemas de viaje con todo incluido. En esta época aumentó la disponibilidad y popularidad de la leche fresca y de los helados.

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial, la industria ha experimentado grandes avances, tales como el catering masivo, la comida rápida y las especialidades.

Historia y desarrollo del arte culinario en Europa:

El arte culinario se inició con la introducción del fuego hace más de un millón de años. El hombre primitivo descubrió que la carne de un animal cocida con fuego, no solamente tenía mejor sabor, sino que precisaba menor esfuerzo para masticarla. Estos factores incrementaron la gama de alimentos que pudo transformar el hombre primitivo, que hasta entonces había dependido únicamente de una dieta vegetariana. El cocido con fuego revolucionó la vida del hombre primitivo, ya que la proteína y la grasa de la carne le aportó más energía que los alimentos vegetales. Tras la invención de la cocción de los alimentos, cambió el aspecto de los hombres, siendo menores sus dientes, mandíbulas y caras.

En la época medieval la alimentación de las personas ricas era variada y sustanciosa, las comidas principales consistían en varios platos, incluyendo carne de vacuno, cerdo, carnero aves y caza.

En la cocina típica, la existencia de aves y verduras aparecían sobre el suelo. Se producía mucho humo ya que los recipientes, en los que se realizaba la mayor parte de la cocción, estaban colgados sobre el fuego. Además, se disponían de un espetón (asador) para asar carnes y aves. El fuego se mantenía encendido día y noche y servía como fuente de calor para el resto de la casa. Los alimentos se preparaban sobre mesas de roble grandes y pesadas, y se cocinaban en recipientes pesados de hierro, cobre y latón. En las grandes mansiones se disponían de numerosos pinches, cocineros y doncellas para servir las comidas.

La dieta del pueblo bajo, sin embargo, consistía en pan negro basto elaborado con harina de cebada, centeno o habas o con una mezcla llamada "maslin", queso, pan, mantequilla, huevos, cerveza y ocasionalmente carne.

En los siglos XI, XII y XIII se importaron especias al incrementarse el comercio entre el Mediterráneo oriental y Europa durante las cruzadas.



El diseño de la cocina cambió durante los últimos siglos, reflejando la riqueza derivada de las nuevas colonias. Durante el siglo XVII se sustituyó la madera por el carbón, y aparecieron los hornos en las cocinas de las personas adineradas. También se introdujo una mayor variedad de cubiertos, y se usaron por primera vez cuchillo, tenedor y cuchara.

El siglo XIX fue el período de la Revolución Industrial y aparecieron en las cocinas muchos más elementos para ahorrar mano de obra. Se inició el uso de la cocina económica y existían versiones de muchas marcas diferentes a finales de este siglo. En la década de 1880-90 hicieron su aparición los frigoríficos en algunas grandes mansiones. A finales de siglo se empezaron a utilizar las cocinas a gas. La introducción de la electricidad dio origen a muchos aparatos eléctricos incluyendo el horno eléctrico, aunque no se utilizaron ampliamente hasta el siglo XX.

La primera mitad del siglo fue un período de cambios rápidos en los estilos de vida de todas las clases sociales debido principalmente a las dos guerras mundiales. Al disponer de un menor número de sirvientes, muchas de las grandes mansiones no pudieron mantener el estilo al que estaban acostumbradas, y en consecuencia era menor el número de grandes cocinas. Tras la depresión de los años 30 se produjo un gran incremento en la fabricación de muebles y artículos de cocina. Los factores iniciales para mantener este mercado fueron la necesidad de utensilios para ahorrar mano de obra, debido a la reducción del servicio doméstico, y también, porque las familias menos adineradas podían comprar a crédito.

La planificación de la cocina como ciencia llegó de América. Se basa en los principios de tiempo y movimiento. En las décadas de los años 50 y 60 quedó bien establecida la cocina doméstica y la mecanización en forma de máquinas para la cocina.

Además de la cocción y las tareas directamente relacionadas con el mismo, tales como compra, almacenamiento, servicio de comidas y lavado de vajilla, la cocina doméstica es también el centro de otras muchas actividades domésticas.



II

ANTECEDENTES HISTORICOS DE REUNIONES Y EVENTOS EN LA REPÚBLICA ARGENTINA:

Se estudiará la historia del Catering de Argentina por ser el país donde se realizará el estudio, tanto como para conocer cual fue su evolución, como también saber las costumbres que se fueron arraigando a lo largo de la historia.

Retrato de la evolución de la cocina y de las festividades en Argentina: ◆

La llegada de los españoles:

La sociedad urbana, la Colonia:

Las tertulias familiares tuvieron gran significación. En estos “convites”, los integrantes de la sociedad urbana bailaban al compás de música de origen europeo: pавanas, minués y valeses.

Cronistas de época han señalado que las mujeres, elegantemente vestidas, participaban activamente en las principales ciudades, y sabían lucirse con su animada conversación y su gracia por la danza. A comienzos del siglo XIX se difundió el uso de la vajilla suntuosa; hasta entonces, el lujo consistía en la limpieza del mantel y el lustre de los cubiertos de plata. Los utensilios complementarios fueron introducidos por los ingleses, quienes iniciaron la moda de la diversidad de platos con sendos servicios especiales de vajilla.

Después de la Revolución de Mayo:

La Campaña:

El espacio de sociabilidad por excelencia era la pulpería, almacén de ramos generales, despacho de bebidas, ámbito de reunión y de juegos: naipes y más raramente el billar. Las mujeres no desdeñan en acudir cuando la ocasión lo permitía: bailes, fiestas cívicas.

Podía ocurrir también que una casa de la vecindad, gracias al carácter especialmente festivo de sus dueños, cumpliera parte de esas funciones y fuese lugar de reunión obligado para los circunvecinos y transeúntes. Naipes, guitarras y bailes solían ser entonces la compañía indispensable en estas reuniones campesinas. Casamientos y “velatorios de angelitos” solían también ser la ocasión para reunir a los vecinos y hacer música, después de haber compartido la mazamorra, el loco o un puchero.

Durante el día las familias de los convidados a la minga, que así se llamaba esta fiesta, concurrían a la casa y ayudaban a la patrona en la preparación de la gran merienda. Concluido el festín, salían los guitarreros y empezaban así las danzas de la minga, prolongándose alegres hasta entrada la noche.



Normalmente las fiestas y los bailes señalaban, como en muchas otras culturas campesinas, el fin de estas tareas colectivas.

No pocas de las tareas rurales, al exigir el concurso de varios vecinos y sus familias, se remataban en fiestas. Pero, además había formas específicamente lúdicas en las relaciones sociales: los juegos y las fiestas religiosas y civiles. Juegos de naipes, como el truco, el monte o la biscambra. Bochas en la cancha de la pulpería o en la cercanía a la capilla, la taba y el sapo. Las riñas de gallos.

Pero, amén de los juegos estaban las fiestas, el gran momento lúdico que incluía con frecuencia algunos de estos juegos de destreza, como el pato, la sortija, las carreras o las cañas. Tampoco hay fiesta sin música y baile. Los bailes más usuales en la campaña son el vals, el minué, la media caña y, sobre todo, el gato, el cielito y el pericón.

Esos bailes relacionados con las fiestas “públicas” se realizaban casi siempre en el pueblo. Pero había bailes específicamente campesinos y que no estaban relacionados con el calendario “público”.

La sociedad porteña

En las casa de la elite se formaban los vínculos sociales primarios, en ellas también discurría una porción importante de la “vida social” de la época. Desde la última etapa del Virreinato se había comenzado a difundir la moda francesa de los “salones”, que en el pequeño universo porteño tendió a reunirse en la figura más modesta de las “tertulias”.

A la noche la familia se congrega en la sala llena de visitantes. Las diversiones consisten en conversación, valsar, contradanza española, música (piano y guitarra) y algunas veces canto. A entrar, se saluda a la dueña de casa y ésta es la única ceremonia; puede uno retirarse sin formalidad alguna; y de esta manera, si se desea, se asiste a media docena de tertulias en la misma noche.

Las reuniones privadas irían ampliándose progresivamente en el transcurso de la primera mitad del siglo hasta incluir como una suerte de natural prolongación un recinto del cual también estaban por regla excluidas las mujeres, pero que se iría convirtiendo en espacio para la celebración en mayor escala de las reuniones sociales de la elite; ese recinto era el de los clubes. El ámbito de recogimiento formado por la “casa de familia” comenzaría entonces a ceder su predominio, como ámbito de sociabilidad, a otros de carácter más “público”.

La ciudad sigue creciendo, ello se debe en gran medida a un importante aporte migratorio.

Existen ámbitos en que la población tiene diariamente ocasión de verse, de mostrarse, y de entrar en contacto para pasar un momento de ocio, intercambiando saludos, informaciones y murmuraciones que pueden forjar o destrozar la reputación del individuo. La calle, el pórtico de la iglesia, la plaza y mercado, la alameda, la pulpería, el café y la confitería son algunos de los lugares corrientes donde se desarrollaba este comercio de relaciones sociales.



En la República Argentina⁴:

Buenos Aires:

Todo tipo de reunión y evento se desenvolvería en esos clubes, pero en la imaginación social de la época ellos se distinguieron sobre todo por los bailes suntuosos que allí se organizaban. La descripción consignada por T. Woodbine Hinchiff en su Viaje al Plata en 1861 es:

“la moda en buenos Aires exige que nadie vaya a un baile público de esta naturaleza antes de la media noche (...). Los salones estaban hermosamente decorados y adornados con flores; la orquesta, perfecta y numerosa, y todo hermosamente presentado. Las mujeres son justamente celebradas por su belleza y elegancia (...). El pasearse, sin embargo, en los salones parece más preferible que bailar a la manera encantadora de Europa, y aunque el salón de baile se encontraba casi lleno, no era raro encontrar solamente dos o tres parejas bailando, mientras la orquesta ejecutaba con toda su fuerza su vals muy popular”.

La ciudad porteña poseía desde su fundación un espacio que se impuso como lugar de reunión: la pulpería. Esta se ubicaba generalmente en las esquinas.

La pulpería se convirtió poco a poco en ámbito de sociabilidad masculina. A ello contribuyó ampliamente el hábito de consumir bebidas en el propio local de ventas. Fue en buena medida gracias al surgimiento y desarrollo de los cafés como espacios de sociabilidad en que se reprodujeron prácticas similares, pero donde se operaba una clara segregación sociocultural de la clientela.

A partir de 1852 introduce cambios significativos en la sociedad popular. Las reuniones en las pulperías tenderán a ser abandonadas en beneficio de otros ámbitos de encuentro. La Municipalidad de Buenos Aires, que en 1857 limita la autorización de venta de alcohol a los cafés, hoteles y confiterías. El comercio de pulpería debe así restringirse a la venta de artículos de consumo. Poco a poco la población abandona las reuniones en las pulperías para encontrarse en los cafés. Por otro lado, la música y el alcohol, ahora asociados a la presencia femenina y el baile, aparecerán en otro ámbito de sociabilidad que conocen entonces un desarrollo significativo de la “plebe” urbana: las academias de baile.

Desde la década del 20 se había generalizado también la costumbre de celebrar reuniones privadas, generalmente cenas o banquetes, en ocasión de tales efemérides. Durante la hegemonía rosista, la porción “aristocrática” de la Sociedad Popular Restauradora desarrolló la costumbre de celebrar banquetes, no sólo en las fechas patrias, sino también en aquellas que recordaban los principales hitos del ascenso al poder de Rosas.

A semejanza de lo modelos europeos que imitaban, los cafés porteños patrocinaron un conjunto de actividades bastante más variadas que la consumición de infusiones o comestibles: en ellos se leían y discutían libros y

⁴ Devoto Fernando y Madero Marta. **La Argentina plural 1870-1930 Tomo II**. Editorial Santillana, septiembre de 1999, Aguilar, Taurus, Alfaguera S.A., Bs. As. Argentina.



periódicos, se jugaban a las cartas, se comentaban los chismes públicos y privados.

Ciertos comercios empiezan a brindar números musicales fijos a cargo de mujeres, señalando así la tendencia a la distinción entre café-distracción y café-espectáculo, el juego de billar invade a la mayoría y puede convivir con la cancha de bochas o de pelota vasca emplazada en un lateral.

Algunas guías incorporan nuevas denominaciones comerciales: chocolaterías, cafés-chocolaterías y cafés-confiterías.

Las restricciones sociales seguramente desviaron a las mujeres del café, hasta las primeras décadas del siglo XX.

Las damas y las damitas tuvieron, mucho antes de promediar el siglo XX, otro tipo de lugares aptos para sus propios encuentros con amigas o amigos: las confiterías. En la ciudad de Buenos Aires, cada barrio terminó por poseer la suya, pero inicialmente ésta no tenía función definida, ya que las señoras y las señoritas preferían reunirse en sus casas "a tomar el té" o bien trasladarse hasta las grandes confiterías del centro. El "copetín al paso", modelo de los años cincuenta, y los posteriores del "snack bar" y del "pub", entre otros.

Los inmigrantes:

Desde antes de 1810, unos pocos ingleses influyeron notablemente en la renovación de la vida cotidiana de la clase alta porteña. Ellos pusieron de moda los banquetes con sus interminables brindis para celebrar los onomásticos de sus reyes y hasta las victorias patrióticas en la guerra. Solían reunirse en hoteles, propiedad de compatriotas suyos.⁵

En las últimas décadas del siglo XIX, Buenos Aires funciona como un espejismo y atrae una gran cantidad de población extranjera. Italianos, españoles y franceses

Hacia 1820, los extranjeros no se veían forzado a matear, hábito que les producía repugnancia, lo mismo que el de servir con la mano bocados especiales para los invitados, en cuanto a las comidas sazonadas con abundancia de ajo; a la española, provocaban quejas casi unánimes. El uso del té se sumó en la década de 1820 a la bebida tradicional del chocolote y del café.

Inmigrantes italianos, habitantes de la Boca del Riachuelo, en sus goletas y balandras se servía comida italianizada y sabrosa, pescado, galleta y caldo de verduras y algún pato cazado en los alrededores.

Entre el siglo XIX y el XX

Era común que en los teatros se llevaran a cabo bailes de carnaval o banquetes, y en estos casos se quitaban los asientos de la platea. Esto estaba previsto a tal punto que si el piso era inclinado, podía nivelarse. La música, en esas ocasiones, era generalmente de salón. También tenía lugar asambleas,

⁵ Doctor Victor Tau Anzoátegui. **Inmigración en Argentina** Editorial Planeta Argentina S.A.I.C. Buenos Aires, Argentina, 2000



homenajes, conferencias y reuniones políticas y, en su foso, la orquesta amenizaba la velada, porque nada se hacía sin música.

El nuevo siglo:

Influencia de la Primera Guerra Mundial: 1914-1918

El impacto de la Gran Guerra sobre las costumbres fue tremendo y de alguna manera se instaló en la Argentina. Los cambios más notorios podrían resumirse así: presencia creciente de la mujer en el mundo del trabajo, liberalismo moral como resultado de la crisis padecida y del deseo de "vivir la vida" mientras se pueda, multiplicación de las formas de sociabilidad extrafamiliar, como los cafés y los clubes, adopción de la práctica de deportes y cambios profundos en la vestimenta. El baile presenta cambios sustanciales. Practicado salvo grandes fiestas de los círculos más altos de la sociedad, en las casas de familia y en los clubes, cada vez aparecen más salones de baile, diferentes de los tradicionales del siglo anterior y en un principio no muy bien afamado.

Esta desnaturalización del salón quizá lo llevó a su desaparición. La introducción de danzas exóticas, ya a fines del siglo XIX, con ritmos acusados y vertiginosos, y coreografías extravagantes, significó un desorden en el salón. Esto se prolongó en el tiempo y fue afirmándose, ya no con una sola danza, efímera, sino con varias, hasta alcanzar la moda del tango y la *maxixe*.

El fenómeno salón llega hasta 1920 con las características con que fue conocido a lo largo del siglo XIX. Desaparecido el ámbito, habrá de desaparecer también la música que le es propia.

En los años veinte todavía existían reuniones sociales donde se hace música. Pero así se trate de reuniones mundanas como las del salón del siglo XIX, o de intelectuales, la música que habrá de escucharse será muy variada según los ambientes: música académica de cámara, jazz, canciones de *music-hall*, o tango.

La vigencia de juegos populares propios de las fiestas anuales o patronales, como por ejemplo, los de "El gallo enterrado", las "tiradas de gallos" y "tiradas de cuartos", que aparecen como "juegos indígenas" en Jujuy. Las pechadas (destrezas ecuestres) y la cucaña (suerte de palo enjabonado) también aparecen en esta categoría de juegos asociados, muchas veces, a las fiestas cívicas.

La sala familiar sufre transformaciones que llevan a un cambio muy radical en su actividad musical. La funcionalidad de la casa, por diversas razones, y esto afecta especialmente la sala. De la disposición de una casa con vestíbulo y sala a la calle (aun las más humildes), se pasa al recinto único de recepción y, luego, al *living-room* "todo uno" de los años cincuenta. La sala, en las casas que la conservan, es abandonada, lo que significa que su infaltable piano quede en desuso.

Para bailar, en las grandes reuniones se recurre a una orquesta de baile y en las pequeñas se cuenta con el fonógrafo. Desde el comienzo del período hasta los años treinta, inclusive, fue muy frecuente que en las salas familiares se llevaran a cabo ceremonias de casamiento, con sus fiestas correspondientes



un piano, un pequeño conjunto instrumental o una orquesta de salón proveían la música necesaria. Esta serían de teatro o sinfónica, en las marchas de entrada y salida; música religiosa durante la ceremonia y luego música de danza, ya que las fiestas de casamiento eran todavía con baile. Según fuese el origen o nivel de la familia, podía aquí incluirse, junto con música de salón, música popular extranjera o aquella más propia de la sala familiar.

Desde mediados de siglo hasta el nuevo siglo⁶:

En la Capital Federal fueron famosos los “carritos de la Costanera” que vendían “choripán” (pan francés con chorizos criollos a la parrilla) hacia la década de los sesenta y luego trasladaron ese nombre a los lujosos restaurantes allí emplazados, para retomar sus formas iniciales en los barrios más pobres o en ocasiones propias por la acumulación de público potencialmente comprador. Los “panchos” (salchicha en panes llamados ambos “de Viena”) se expendían en el centro y en los barrios de todas las ciudades y en pocos pueblos; las pizzas multiplicaron sus variedades y sus bocas de expendio y las hamburguesas (bifes de carne picada en panes circulares de masa tipo “Viena”) pasaron a ser mercancía competitiva en distintas empresas multinacionales que las tienen como especialidad.

Para 1950, la música en la sala, como se la ha conocida, desaparece. El *combinado*, radio-tocadiscos, le ha jugado a muerte. Al comienzo de la década ha aparecido el disco de vinilo, microsurco y de larga duración. Ya no tiene sentido “hacer música” en el piano para entretener la velada, ni menos para bailar. Esto no significa que ha desaparecido la música en la casa, pero la recreación ha perdido seriedad. Se ha acentuado la audición por los medios de difusión, a los que se le agrega la televisión, que ya no es competencia de la recreación musical sino de la misma audición. Pero por entonces hace su aparición el nativismo en círculos de la alta sociedad, prestigiando las canciones de corte tradicional, acompañadas de guitarra. Esta de moda, en las casas, las guitarreadas. Mas la gran difusión de la música popular es por medio de la radio y, luego, con la aparición de las cintas grabadas en caja cerrada (cassette), para poner en aparatos reproductores portátiles.

El catering como empresa deservicio en argentina:

Para entender como se desarrolla el catering en Argentina definiré nuevamente su significado:

Es una palabra de origen inglés, y significa el servicio dedicado a proveer comida y bebida para fiestas, eventos, presentaciones, bodas, etc. En algunos casos los salones de fiesta u hoteles proveen estos servicios junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas en trasladar los

⁶ Devoto Fernando y Madero Marta. **La Argentina entre multitudes y soledades de los años 30 a la actualidad. Tomo III.** Editorial Santillana, septiembre de 1999, Aguilar, Taurus, Alfaguera S.A., Bs. As. Argentina.



comestibles a un sitio alejado. El servicio puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Con esta definición y según lo indagado en la historia Argentina se puede deducir que el desarrollo de la historia del servicio de catering en el país es muy joven, afianzándose recién en las últimas décadas del siglo pasado.

Pero esto no quiere decir que existan grandes empresas desarrollando diferentes variantes del servicio, y que estén día a día construyendo la historia del Catering en Argentina.

Por otro lado se puede citar a un gran antecedente del servicio de catering, que fueron los banquetes, con una diferencia fundamental que es el servicio.



III

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA DEL CATERING:

Ya conocida toda la historia del Catering es fundamental conocer la estructura, el alcance, las operaciones del catering y los estilos, como la definición de Gastronomía, entre otros aspectos, que son las diferentes variables en esta industria de servicio.

La estructura de la Industria del Catering:⁷

El termino catering significa *"Proporcionar alimentos como negocio"*. La palabra se utiliza para hacer referencia a todos los establecimientos relacionados con uno o más de los siguientes servicios:

- provisión de alimentos;
- provisión de bebidas;
- provisión de alojamiento.

Junto con uno o más de los servicios citados, puede proporcionar otros servicios tales como instalaciones para conferencias o entretenimiento.

Alcance de la industria del Catering:

Para muchas personas, lo primero que le viene al pensamiento cuando se menciona la palabra catering, es un hotel, sea este el caso o no, el hecho es que pocas personas conocen la amplia gama de diferentes tipos de operaciones de catering que existen. La siguiente figura presenta la amplia variedad de los diversos sectores e la industria del catering:



⁷ Ibidem página 5



Retrato del jefe de cocina:

Los primeros restaurantes y la cocina francesa:

A finales del siglo XIX aparecieron instalaciones para comer fuera de casa de elevada categoría. Tomaron como modelo los establecimientos que se habían abierto en Francia, unos 120 años antes, y el término francés restaurante se usó para describirlos. El término cuisine se utilizó para describir el estilo de cocción. La experiencia europea fue importada a Gran Bretaña para dirigir dichos restaurantes y esto determinó que se aplicase la denominación de estilo francés a la preparación de los alimentos, a la organización de la cocina, al uniforme y al lenguaje. La Revolución Francesa de 1789 había provocado la emigración de algunos jefes de cocina franceses que tuvo una notable influencia en estos avances.

Jefe de Cocina: cocinero:

A pesar que el termino cocinero había sido empleado desde la época anglosajona, la década de 1860-70 vio la aparición del hotel con su cocina francesa y el uso del término chef (traducción literal, jefe de cocina). A su vez, el término de cocinero quedo relegado para las casas de huéspedes.

En la década de 1980-90 se generalizó el término chef (jefe de cocina) que puede aplicarse tanto a cocineros masculinos como femeninos en diversas modalidades de catering. Las barreras tradicionales de la demarcación por sexos se habían diseminado y trabajaban más mujeres en las cocinas de hoteles y restaurantes encontrando a los hombres en el catering institucional.

Gastronomía:

Por definición, gastronomía es el estudio del arte y de la ciencia de la buena comida y del buen vino. Aparece como material de estudio en el siglo XVI, al ser considerada una medida para conservar la salud de quienes gozaban de las mejores mesas. Al igual que sucedió con otras materias, la aparición de la prensa escrita, desarrolló considerablemente la literatura y, en consecuencia, el estudio de la gastronomía.

Operaciones del Catering:

Catering por contrato:

Es un sistema por el que las necesidades de catering son contratadas con una empresa externa de catering. Por ejemplo, muchas empresas que proporcionan comidas en sus instalaciones para sus empleados establecen acuerdos con contratistas de catering para organizar y llevar a cabo la operación. En algunos casos solamente se reciben las comidas cocidas y el mantenimiento y el servicio son organizados por el cliente. En otros casos los



contratistas pueden trabajar en las instalaciones del cliente a tiempo completo para desarrollar el catering como una operación total.

Un principio importante es acomodar la provisión de catering a las necesidades exactas del cliente.

Catering mediante licencia:

Esta operación particular de catering es similar en principio a los establecimientos asociados con empresas cerveceras que asegura unas ventas fijas para su producto. Una licencia es una concesión comercial por la que un minorista obtiene generalmente el derecho en exclusiva para vender al por menor los productos de una empresa o distribuir sus servicios.

Las características básicas de una licencia se basan en que quien concede la licencia proporciona a quien recibe la licencia diversos productos estándar, para que sean vendidos. La empresa que concede la licencia es la que controla el diseño y la calidad de los productos. La mayoría de las empresas que conceden licencias son grandes compañías que operan a nivel nacional.

Catering Popular:

El término "catering popular" describe puntos de venta orientados hacia un mercado masivo.

Las características del catering popular son:

- menús diseñados para lograr el máximo empleo de los medios disponibles;
- mantenimiento de precios, componentes del menú, servicio, decoración;
- impone una propuesta de sistemas;
- generalmente consiste en comida rápida;
- en la operación suele aplicarse tecnología de punta;
- impone, por lo general, un esfuerzo en publicidad y comercialización.

En las grandes empresas la publicidad es de carácter nacional. El mantenimiento de la calidad y del precio del producto es un factor importante en la publicidad y en la venta.

Catering de Sistemas:

El término catering de sistemas se aplica a aquellas operaciones que son planificadas, organizadas y costeadas de principio a fin y que se orientan hacia un mercado específico. El catering de sistemas tiene una considerable diversidad de aplicaciones, variando desde el popular hasta el de fines exclusivos en el mercado.

Las características son:

- está orientado a satisfacer necesidades particulares
- los menús son limitados
- los platos son completamente estandarizados
- implica el empleo de equipo especializado que sustituye parte del proceso tradicional en la producción y servicio de alimentos.



Catering para Celebraciones:

Casi todos los grandes hoteles y restaurantes disponen de instalaciones independientes para banquetes destinadas para celebraciones especiales, que pueden disponer de personal propio y dirección especializada. Las celebraciones típicas incluyen:

- recepciones de bodas,
- cócteles,
- bailes,
- banquetes,
- promociones de empresas,
- conferencias,
- recepciones,
- reuniones,
- pasarelas de moda,
- almuerzos especiales.

El Catering para Celebraciones puede ser llevado a cabo también por otros procedimientos tales como:

- Salas para banquetes: constituyen una empresa especializada.
- Contratistas de catering externo: pueden funcionar desde instalaciones donde se preparan alimentos tales como un restaurante, panadería, pub, etc.. El catering es servido en diversas ubicaciones tales como casas privadas, salones alquilados o en una gran tienda de campaña.
- Cocinas móviles: similar al catering externo aunque utilizando cocinas móviles para cocinar "in situ" tal como en la zona donde se rueda una película.

El Catering para Celebraciones requiere una especial habilidad organizativa, y en el caso de catering externo, también abundante capacidad de improvisación. En las celebraciones debe llegarse a acuerdos con el cliente sobre muchos aspectos además de los alimentos y bebida. Pueden incluir la decoración, Maestro de Ceremonias, un tema, y los mismos deben ser organizados con anterioridad a la celebración. Uno de los grandes atractivos del catering externo como negocio es que precisa un capital relativamente bajo para iniciarse en pequeña escala.

Estilos de Catering:

Influencia francesa:

La cocina francesa ha supuesto el estilo predominante durante finales del siglo XIX y comienzos del XX. Supuso la base para lo que posteriormente se estableció como la cocina de estilo internacional en hoteles y restaurantes. Esta cocina tradicional de clase alta es denominada algunas veces como "haute cuisine" (alta cocina). Aunque ha producido diversas incorporaciones, variaciones, alternativas y revoluciones. Estos avances han estado influenciados, según grados diversos, por diversos factores, tales como:



- un incremento de la demanda para comer fuera de casa;
- una mayor variedad de clientes procedentes de todas las clases sociales y nacionalidades;
- la explotación comercial;
- disponibilidad de nuevos productos no incluidos en las recetas tradicionales;
- diferentes puntos de vista sobre la comida sana.

Las clasificaciones exactas resultan difíciles de realizar porque produce superposición entre las diversas operaciones que presentan muchas características comunes. A continuación se definen dos clasificaciones útiles:

✓ La Clasificación Industrial Estándar: utilizada para los informes estadísticos del gobierno que analizan y comparan industrias diferentes, divide a la industria en 5 categorías:

- Hoteles y otros establecimientos residenciales: proporcionan alojamiento amueblado con alimentos y bebidas a solicitud de los viajeros y residentes temporales.
- Restaurantes, cafés y snackbar: establecimientos no residenciales que suministran alimentos para su consumo en las instalaciones con o sin bebida.
- Tabernas con licencia: dedicadas principalmente al suministro de licores alcohólicos para su consumo en/o fuera de las instalaciones. En las categorías, el suministro de alimentos es un anexo al de las bebidas.
- Clubes: proporcionan alimentos y bebidas a los socios e invitados.
- Catering por contrato: proporcionan servicios de catering en organizaciones cuya actividad es distinta del catering.

✓ Una Clasificación Alternativa en 8 sectores:

- Tabernas con licencia
- Restaurantes y Cafés
- Catering en la educación clubes
- Hoteles y otros alojamientos turísticos
- Catering en Industrias y Oficinas
- Catering en centros sanitarios
- Catering por contrato"



IV

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Uno de los pasos fundamentales para realizar una inversión es conocer si ésta va a cumplir con los objetivos, por lo cual la mejor forma de conocer esto, es mediante una investigación de mercado, la cual consta de varios pasos, que es necesario cumplir para lograr un mejor resultado.

Investigación de mercado:

Esta investigación se realizará en base a un estudio de mercado, que según Kotler es "un proceso que identifica y define las oportunidades y problemas de mercado, vigila y evalúa las acciones y el rendimiento del mercado y comunica los hallazgos y sus implicaciones a la gerencia. La investigación de mercado se orienta hacia los proyectos y tiene un principio y un fin."

Otra definición es la que aportan Jerome Mc. Carthy y William D. Perreault⁸, que es: "la investigación de mercado permite conocer a los clientes".

Además agregan que el concepto de marketing establece que los directivos deben atender las necesidades de los clientes. Hoy, sin embargo, muchos de ellos se encuentran aislados en las oficinas de la compañía, muy lejos de los clientes potenciales. Significa que deben recurrir a la investigación de mercado, o sea, a procedimientos con los que se consigue y analiza nueva información para ayudar a la toma de decisiones. Una de las tareas más importantes de un investigador es descubrir los "hechos" que no se encuentren contenidos en el sistema de información de marketing.

El constante perfeccionamiento de los métodos de investigación hace cada día más fiable la información recavada. Ello ha impulsado a las empresas a invertir más en la investigación de mercados, pues le proporciona resultados más seguros.

El método de cinco pasos en la investigación de mercado:

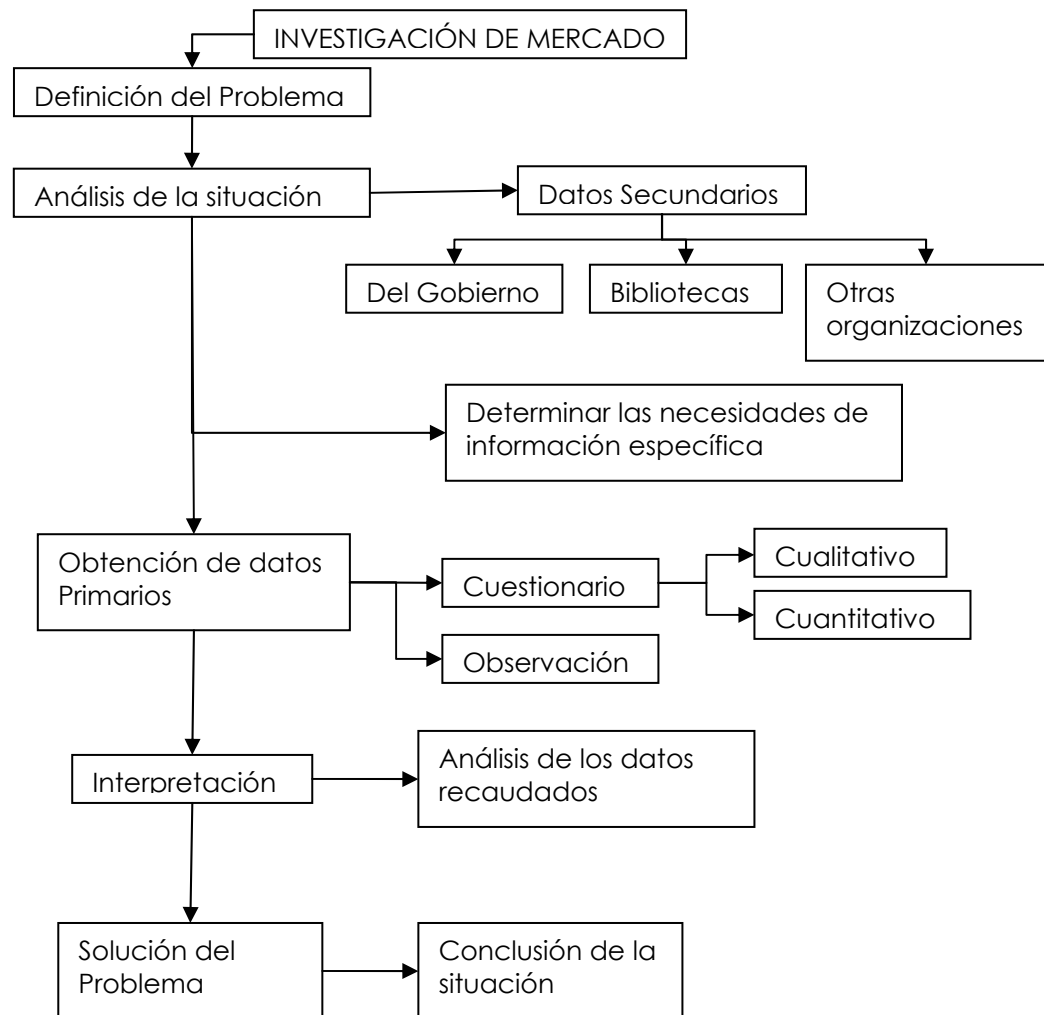
El proceso de investigación de mercados es una aplicación de cinco pasos del método científico, que incluye:

1. Definición del problema.

⁸ Mc. Carthy Jerome y Perreault William D.. **Marketing, teoría y práctica**. Undécima edición. Editorial Irwin. Madrid, España, 1993.



2. Análisis de la situación.
3. Obtención de información específica sobre el problema.
4. Interpretación de datos.
5. Solución de problemas.



1. Definición del problema:

El Problema de esta investigación sería determinar la situación del Catering para Celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007. Queriendo conocer la oferta existente, y diferenciarla según las características, además de la demanda y sus hábitos de consumo, gustos y/o preferencias en el servicio de catering para celebraciones.



2. Análisis de la situación:

La información que cuento surge de la recopilación de datos secundarios, los cuales me hicieron llegar a la siguiente conclusión:

El alimento es un elemento central del catering, el cual ha adquirido diferentes características según las culturas, pero en este siglo XXI, gracias a la globalización las diferentes culturas se pueden conocer y entremezclar. El catering también tiene como característica de que se puede realizar en diferentes lugares, que se han ido modificando con el pasar de los años, como los salones de las casas, los clubes, o los teatros, hasta que hoy en día existen salones construidos especialmente para brindar el servicio de catering.

El motivo del catering puede ser muy variado, desde festejos sociales, como casamientos, cumpleaños, reuniones o también puede realizarse en eventos comerciales, tales como desayunos de trabajo, conferencias, promociones de productos.

3. Obtención de datos Primarios:

Con la información que cuento, junto con mis objetivos de investigación, determine que la información que me resta por averiguar es la oferta de servicios de catering existente en la ciudad de Lincoln en el año 2007, definir las características de esta oferta, además de las características de la demanda y sus hábitos de consumo con respecto al servicio de catering.

Estos datos me permitirán construir los instrumentos de recolección de datos primarios.

Los instrumentos a utilizar son la entrevista a informantes claves que se realizarán a los dueños de los servicios de catering para celebraciones, la observación a los salones utilizados para estos eventos; además de hacer encuestas a los habitantes de la ciudad de Lincoln, lo cual me permitirá conocer las características de los mismos.

La entrevista según José Rubio y Jesús Varas⁹ es uno de los principales instrumentos al servicio de la investigación social. Según los objetivos se pueden encontrar tres tipos; clínica, de orientación y de investigación. La entrevista de investigación tendría un objetivo más encaminado a producir información válida para diseñar programas de intervención social o introducir mejoras en los mismos, mientras que la entrevista clínica y la entrevista de orientación serían formas que además de buscar información materializa la intervención en un proceso terapéutico.

También se puede clasificar según el grado de estructuración y directividad, por lo que la entrevista estructurada o directiva, al dar mayor iniciativa al entrevistador, permite un grado de libertad menor para el entrevistado,

⁹ Rubio José y Varas Jesús. **El Análisis de la realidad en la intervención social, Métodos y Técnicas de investigación**. Editorial CCs. Madrid, España.



mientras que la entrevista abierta concede un protagonismo mayor al entrevistado, estando este menos dirigido por parte del entrevistador, lo que aporta a la entrevista un grado de libertad más elevado.

Por lo dicho anteriormente y según las necesidades de investigación será ideal utilizar una *entrevista de investigación estructurada*.

Siguiendo con lo que dicen José Rubio y Jesús Varas la encuesta estadística es como "una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población".

Los tipos de encuesta son personal, telefónica y por correo. Según las respuestas que admiten pueden ser preguntas cerradas y preguntas abiertas.

Por lo tanto en esta investigación se realizarán *encuestas personales con preguntas cerradas y abiertas*.

La observación científica según Sabino¹⁰ consiste en percibir activamente la realidad exterior con el propósito de obtener los datos que han sido definidos como de interés para la investigación. La observación cotidiana no puede ser científica, pues no está orientada hacia objetos precisos de estudio, no es sistemática y carece de controles.

El principal inconveniente de la observación reside en la reacción que puede provocar la presencia del observador, una alteración o modificación en la conducta de los sujetos observados, destruyendo la espontaneidad de los mismo y aportado datos.

Para evitar inhibiciones o alteraciones en la conducta de los sujetos, se trata de pasar lo más desapercibido posible, actuando de tal manera que el observador no parezca con contornos nítidos ante los observados sino como parte del "telón de fondo". Este tipo de observación se suele llamar *simple*.

En un proceso inverso, el observador en vez de pasar desapercibido, trata de integrarse a la acción de los observados, de participar de ella como si se tratara de un miembro más del grupo. Denominándola observación *participante*.

Después de lo analizado, determinaré a la observación a realizar en los salones donde se realizan eventos como *observación participante*.

¹⁰ Sabino Carlos A.. **el proceso de investigación**. Editorial Lumen-Humanitas. 3ra edición Impreso en Argentina, 1996.



ZONA DE ESTUDIO

Toda esta inversión se proyecta sobre la ciudad de Lincoln, por lo que es necesario conocerla, tanto como su ubicación, un poco de su historia y además como se comportan los habitantes y su forma de festejo más particular.

Ciudad de Lincoln:

Ubicación:

Se encuentra ubicada al noroeste de la Provincia de Buenos Aires, República Argentina. De características netamente agropecuarias, dentro de la cual se destaca la producción tambera, también cabe destacar la actividad comercial. Su economía se basa en la actividad agropecuaria (y sus derivados) de su amplia zona de influencia. El turismo también tiene su lugar (Parque Municipal General San Martín y el Carnavalincoln), lo que hace de Lincoln un centro muy conocido y visitado.

Dentro de su superficie (5.781,54 kilómetros cuadrados), se disfruta de un clima templado pampeano y de los beneficios ofrecidos por el relieve de la llanura pampeana.

El partido encierra las localidades de Lincoln (ciudad cabecera), Arenaza, Balsa, Bayauca, Bermúdez, Carlos Salas, Coronel Martínez de Hoz, El Triunfo, Fortín Vigilancia, Las Toscas, Pasteur, Roberts y Triunvirato. Además de limitar con los partidos bonaerenses de Junín, General Viamonte, 9 de Julio, Carlos Casares, Pehuajó, Carlos Tejedor, Florentino Ameghino, General Pinto y Leandro N. Alem.





Datos de Interés general:

Vías de acceso

Las vías de comunicación con la Capital Federal Argentina (320 Km. de distancia) son muy accesibles: servicios de colectivos, media y larga distancia (LA ESTRELLA y PULLMAN GENERAL BELGRANO, entre otros) con una amplia disponibilidad horaria. Y así como también, esta importante ciudad cuenta con servicios de colectivos a todo el país y países limítrofes, lo mismo que a ciudades y localidades vecinas (EMPRESA CRISTIAN).

Una ruta que pasa, es la Ruta Provincial Nº 50, la cual es la vía de comunicación más accesible a las localidades vecinas.

El Ferrocarril Sarmiento es un importante medio para el transporte del cereal a los puertos, a los molinos harineros y aceiteras que procesan las oleaginosas.

Esta ciudad cuenta también con un importante servicio de transporte aéreo. El Aero Club Municipal dispone de pistas no pavimentadas, pero de muy buen estado, a lo que se suma el servicio mecánico especializado de excelente nivel, para la circulación de aviones de hasta 4 plazas.

Fiestas y eventos

Febrero: Carnavales. Es la fiesta tradicional de Lincoln. Se lleva a cabo durante 6, 7 u 8 noches, y atrae una afluencia turística notable.

El atractivo principal de este evento lo constituye el desfile de carrozas, que en oportunidades alcanzan los diez metros de largo y cuatro de ancho. Realizadas artesanalmente, representan verdaderas obras de arte.

También dentro del desfile participan máscaras, minicarrozas, comparsas, murgas y los famosos "cabezudos".

Paralelamente se realiza el Corso Infantil. La última noche se realiza la elección de la Reina del Carnaval. El espectáculo fue declarado de Interés Turístico Provincial, denominándose a Lincoln "CAPITAL DEL CARNAVAL ARTESANAL".

Monumentos

- * General San Martín (en el Parque General San Martín)
- * Al Gaucho (en el Parque General San Martín)
- * Bernardino Rivadavia y Eva Perón (en la Plaza Bernardino Rivadavia)
- * Abraham Lincoln (Patio Cívico de la Municipalidad y Escuela Nacional que lleva su nombre)
- * Martín de Yrigoyen (Acceso del mismo nombre)
- * Domingo Faustino Sarmiento (en la Plaza Sarmiento, en la Escuela Nº Provincial Nº 1 y en la Biblioteca Popular Municipal)
- * A la Madre (en la Parroquia Inmaculada Concepción)



Lugares de interés

Parque Municipal General San Martín: ubicado a la salida de la ciudad, ocupa alrededor de 53 hectáreas y es un lugar especial para el descanso y la recreación.

Rodeado de una importante y frondosa vegetación, el Complejo Recreativo Integral allí ubicado cuenta con natatorios, cancha de golf, de tenis, fútbol, rugby, pista de atletismo, velódromo, hipódromo, lago artificial, juegos infantiles, restaurante y confitería, sector de camping y parrillas.

Además posee un museo en el que se atesoran elementos pertenecientes al patrimonio histórico del Partido.

Historia:

Creación:

El territorio que posteriormente pertenecería al partido de Lincoln, allá por 1850, era parte de esa inmensa llanura que se extendía desde el curso superior del río Salado hasta las márgenes de río Colorado en el sur. Continuas incursiones de malones, con sus secuelas de robos, saqueos, incendios, etc., determinaron, en forma constante, luchas con las fuerzas del ejército en intentos de imponer su hegemonía.

El establecimiento de fronteras seguras y la posterior ampliación de las mismas eran principales objetivos del gobierno.

La lucha por la organización, desde Caseros hasta Cepeda y Pavón, produjo un período de inestabilidad en las fronteras norte y oeste de la provincia de Buenos Aires, retardando la consolidación de las líneas de seguridad, permitiendo que se recrudeciera la actividad depredatoria de los malones. El elemento indígena de la región estaba compuesto, en forma predominante, por indios Ranqueles. Los primeros intentos de colonización en este inconmensurable desierto, tierras de nadie, se produjeron al promediar el siglo XIX, en lo que hace a la concesión gratuita de tierras en la frontera, disposiciones por las cuales las autoridades intentaban de alguna manera, extender la civilización a través de su acción colonizadora.

En la década de 1860 puede decirse que comenzó el doblamiento en forma más efectiva. Hacia 1864 dichos establecimientos, ubicados al exterior del río Salado, había sobrepasado, a lo que era en 1872/74 la línea de frontera, dando lugar a que las autoridades gubernamentales pensarán en la necesidad y convivencia de producir un avance de las mismas, a fin de proteger las vidas y las haciendas de los pobladores.

En 1865, a estos últimos acontecimientos se sumó, en abril, la guerra entre el Paraguay y nuestro país, razón que, ante la perspectiva inmediata de la marcha obligada de las tropas de frontera interna, hizo acelerar la creación de nuevos partidos en la provincia de Buenos Aires, entre ellos Lincoln.



El nombre del Partido:

El 14 de abril e 1865 ocurrió el asesinato del presidente norteamericano Abraham Lincoln, mientras presenciaba una función teatral en Washington. La noticia se conoció en Buenos Aires a fines del mes de mayo siguiente. Reunida la Cámara de Diputados de la provincia de Buenos Aires, se aprobó un proyecto de ley presentado por los legisladores, estableciendo que el primer pueblo que se fundara en la provincia se llamaría Lincoln, en homenaje al ilustre americano.

El 19 de julio se promulgó la ley que dividía en 27 partidos la campaña situada al exterior del Río Salado y por decreto del 31 de agosto siguiente, se reclamó la creación del partido, fijándose sus límites.

El pueblo:

Para la fecha de la creación del Partido de Lincoln ya había pobladores y un almacén, el cual se instaló en la intersección de dos huellas, que pretendía ser caminos, almacén que sirvió de punto de llegada cuando las diligencias o galeras empezaron a aparecer en esos lugares, almacén que su dueño junto a otros pobladores que levantaron sus ranchos de barro y paja se constituyeron en los iniciadores de esa incipiente población, gauchos e indios que cabalgaban esa franja de frontera en tierra de nadie, que animaban las reuniones de almacén cuando se armaban jugadas de taba y carreras cuadreras, porque el almacén de ese tiempo, como mojón señalaba rumbos.

Esos comerciantes, esos indios mansos, esos gauchos con todos sus antecedentes que nadie les pregunta si eran buenos o malos, que levantaron sus ranchos de paja y barro, que buscaron el agua abriendo jaguales, que fueron poco a poco tendiendo huellas en el desierto, buscando los primeros medios de comunicación, esos fueron los primeros habitantes del pueblo más tarde fue Lincoln¹¹.

Los primeros comerciantes:

Hasta fines del siglo XIX todavía se encontraban diseminados en la campaña algunas viejas pulperías, tal vez ya las últimas porque iban siendo desplazadas por comercios más modernos, a los que se los denominó "boliche", sin las antiguas rejas que separaban al pulpero del parroquiano y en una transformación ya más acorde con la nueva época, con los mostradores de estaño y los cajones tipo baúl que se usaban para la yerba, azúcar y otras mercaderías de este tipo lo que se mantuvieron por mucho tiempo más fueron las carreras cuadreras, jugadas de taba y naipes, que en los boliches de campaña casi hasta el año cuarenta se mantenían, a lo que se agregaba la

¹¹ Banegas Fortunato. **Historia del Pueblo de Lincoln**. Editorial El Trébol, Capital Federal, Argentina mayo de 1984.



cancha de bochas, que con el correr del tiempo también desapareció y hasta hoy en los barrios existen negocios que venden artículos de primera necesidad exclusivamente y su denominación es despensa o almacén en algunos casos. Así como las pulperías tuvieron su época y pasaron, también los “boliches” con sus viejas costumbres, hoy ya son historia.

La conformación de los barrios:

A fines del siglo XIX y principios del XX, ya con su nuevo edificio parroquial, su edificio municipal, las primeras escuelas primarias como la N° 2, creada en 1904, el ferrocarril que llegó en 1893 y algunos otros adelantos de importancia, el pueblo se fue estirando, fue saliendo de su primitiva estructura que se desarrollaba alrededor de la plaza, la población al ir aumentándose paulatinamente fue buscando su expansión más hacia las fuerzas del centro de la planta urbana, tal vez por el propio crecimiento o tal vez por el aspecto económico, porque al aumentar en la parte céntrica la construcción también aumentaba su costo, dado a que se iban ajustando a nuevas normas y se alejaba así de esa zona la posibilidad de adquisición de los menos pudientes, motivo por el cual se fueron alejando hacia orillas, donde con menos costos, aunque no con las comodidades de aquellas, levantaban casitas, algunas muy modestas que fueron dándole vida a barrios en la periferia de la ciudad. Uno de esos barrios, el más importante de la época, tuvo una condición especial, fue el denominado barrio de la “Estación”, donde que con la llegada del ferrocarril Sarmiento que es el que llega a Lincoln, está situada al norte de la ciudad, y de ahí hacia el sur se sitúa el resto de la población porque el ferrocarril bordea el perímetro de la ciudad por el lado Norte y este se extiende desde ahí hacia el sur. El ferrocarril vino a suplantarse las viejas “galeras” o “diligencias”, que fueron desapareciendo, aún cuando algunas líneas de este transporte permanecieron varios años más, por el motivo que el ferrocarril unió los pueblos que se alineaban en su recorrido de Este a Oeste, no existiendo líneas ferroviarias de Sur a Norte. Hasta que no vino el progreso automotor debían comunicarse por medio de la tracción a sangre, o sea la “galera”, ese fue el motivo porque este transporte se mantuvo algunos años después de la llegada del ferrocarril. Las galeras llegaban al centro de la ciudad y su parada por lo general era establecida en el Hotel principal del pueblo, hoy llamado Hotel Impala.

Al barrio la Estación la llegada del ferrocarril le dio vida propia, construyéndose varios e importantes edificios de características muy singulares, proliferando los negocios, especialmente en el ramo hotelero y comercial. Existió en esa época y muchos años después, frente a la estación, un amplio y complejo edificio de una gran estructura, todo sobre una sola planta, contaba con un amplio y cómodo salón, mesas de billar y confitería, por la parte lateral, un espléndido salón teatro, con más de 400 butacas y palcos altos y bajos, con un cómodo escenario, transformado en cine y durante años fue ocupado por diversas entidades para realizar bailes, especialmente de carnaval.

Otros negocios, especialmente hoteles, pensiones y almacenes, aclarando que en aquellos años se denominaba “fonda” al negocio que tomaba pasajeros con habitación y comida, de la misma manera que los almacenes de menor



poderío económico se les decía “boliche”, donde se despachaba al menudeo artículos de primera necesidad y a su vez bebidas al mostrados, por copas en aquellos mostradores que desde hace muchos años ya no existen.

Al Sudoeste fue creado un barrio que cobró impulso cuando se construyó el Hospital Municipal, dándole nombre al barrio. En el otro extremo de la ciudad, hacia el este, se levantaba otro viejo barrio que se extiende hacia la Plaza España.

El perímetro del pueblo de Lincoln fue trazado simétricamente, formando una especie de cuadrado que tiene 22 cuadras de Sur a Norte y 18 de Este a Oeste, con dos avenidas paralelas de Norte a Sur y una avenida de Este a Oeste.

La sociedad Linqueña:

A principios del siglo pasado las familias linqueñas gozaban de esparcimientos familiares, hasta que en los primeros años de esa época se creó el Club Social, donde se reunían las familias del barrio céntrico en tertulias y periódicamente bailables, pero un tanto condicionado por la política dominante de la época, dominada la concurrencia del oficialismo que era conservador.

Distribución poblacional actual

La planta urbana más conformada se halla delimitada por el anillo de circunvalación (avenidas Chacabuco -Maipú, Menarvino – Ayacucho, Salta – Tucumán y San Lorenzo – Perón) que comprende un rectángulo de 20 por 16 manzanas, es decir 320 manzanas en total. Hacia lo bordes nordeste y sudeste se encuentran zonas de quintas y chacras alternándose con usos urbanos, que son considerados de expansión.¹²

Se observan desbordes de la planta fundacional hacia el noreste y noroeste siguiendo los caminos de acceso. La principal entrada a la ciudad se produce desde la ruta nacional Nº188 hacia Gral. Villegas.

El borde noreste de la planta urbana se encuentra delimitado también por el ramal ferroviario que vincula a la ciudad con Capital Federal y Gral. Villegas. La localización de la estación ferroviaria generó una primera consolidación hacia el cuadrante norte de la ciudad, aunque posteriormente se equilibra por la centralidad que ejerce el área comercial – administrativa alrededor de la plaza Rivadavia.

De acuerdo a los accesos, sistemas de movimiento y a la estructura vial jerarquizada, se observa que la micro-región que conforman la ciudad, las chacras y minifundios que la rodean y abastecen, se estructuran a lo largo del corredor noreste de la ciudad (Acceso Hipólito Irigoyen) y en menor medida en el eje noroeste y sudeste que vincula a la ciudad con las rutas 188 y 50 hasta los límites de la planta urbana.

La estructura vial jerarquiza propia del territorio urbano, se organiza a través del mencionado anillo de circunvalación y de dos ejes conformados y

¹² Tauber Fernando, Delucchi Diego, Longo Jorge, Bognanni Lidia. **Lincoln reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo**. Argentina julio de 2000.



perpendiculares entre sí: el par de las avenidas Massey y Leandro N. Alem y la avenida 9 de Julio y 25 de Mayo cuya continuación conecta a la ciudad con las rutas 188 y 50. En la interacción de ambos ejes se localiza la plaza Rivadavia, que se transforma en el espacio público referente de encuentro urbano y sirve de marco a las Instituciones más significativas de la ciudad.

El crecimiento poblacional de la ciudad se ha dado principalmente al noroeste, con la presencia de numerosos conjuntos habitacionales de planes provinciales y nacionales. Asimismo, al norte de las vías del ferrocarril, en el sector de acceso a la ciudad, se observan nuevos asentamientos poblacionales.

La población de la ciudad de Lincoln se distribuye en 42 barrios. Si sólo consideramos el territorio que hoy tiene características urbanas o peri urbanas, sintetizado en barrios con identidad propia. En 2001 la población asciende a 41.127 habitantes, distribuidos en 14.688 viviendas (2.8 hab/viv) asentadas en 482 manzanas de uso mixto (residencial, comercial, institucional).

De acuerdo a la estructura morfológica, social y de uso se visualizan cinco divisiones:

- 1) Un área centro consolidada, concentradoras de servicios e instituciones, con una fuerte densificación de la línea municipal en viviendas de una y dos plantas. Tiene una proporción de habitantes por vivienda bastante inferior al promedio lo que denota a la terciarización del sector, con el espacio verde más caracterizado de la ciudad (plaza Rivadavia) y las proporciones por habitante por manzana, vivienda por manzana y densidad bruta y neta son en general mayores al promedio, lo que indica su alto grado de consolidación.
- 2) Algunos barrios con identidad, adyacentes al área central, también consolidados en su morfología, con perfiles de una o dos plantas y tipologías heterogéneas, en su uso, en general residencial de viviendas individuales en lote propio, con algunas industrias menores, y con un uso comercial y de servicios propios del barrio. En su antigüedad y grado de consolidación, parte densifican la construcción hasta la línea municipal, parte se retiran y dejando pequeños jardines al frente, y en una pequeña proporción aún permanecen terrenos vacantes. Los barrios son: Clínica Oeste, Escuela Especial, Bar Sevillano, Club Lincoln, El Linqueño, Tanque del Agua, Tortis, Bomberos, Club Independiente, Escuela Nº 1, La Placita y La Estación. Tienen una proporción de habitantes por vivienda inferior al promedio, y las proporciones de habitantes por manzana, vivienda por manzana, densidad bruta y neta son en general superiores al promedio, lo que también los ubica como barrios consolidados.
- 3) En otros barrios, también cercanos al área del centro, aunque situándose hacia los bordes de la planta urbana y más dispersos, se alterna la vivienda en lote propio con algunos aún vacantes, en general caracterizados por el intenso uso residencial y la presencia de algunos equipamientos urbanos y de servicios. Los barrios son: Damico, San José, Cocco, Almacén Mundo, Materno Infantil, Plaza España, Bar Moreno, Jabonería, Norte, Escuela 3, Parque, Sagrado Corazón, Escuela 18, Cavul, La Palmera, Escuela Normal, Matadero y Rivadavia; concentran más de la mitad de la población de la



ciudad. Tienen una proporción de habitante por vivienda similar al promedio, y las proporciones de habitantes por manzana, vivienda por manzana, densidad bruta y neta son similar o levemente superior al promedio, que los sitúa como barrios consolidados aunque con algún nivel de dispersión.

- 4) Conjuntos habitacionales en lote propio o en propiedad horizontal de planes oficiales que caracterizan a barrios como Banco Provincia, Plan 100, Fonavi, Don Vicente, Coprovico y Obrero. Tienen una relación habitante por vivienda en general muy superior al promedio, como las proporciones habitantes por manzana, viviendas por manzana y densidades neta y bruta que también son superiores al promedio, lo que muestra el uso intensivo de la manzana y de la vivienda. En ellos se ha concentrado parte del crecimiento poblacional de la ciudad.
- 5) Por último, barrios ya más de borde localizados en el extremo del cuadrante oeste de la planta urbana y al norte de las vías del ferrocarril, con un mayor nivel de dispersión, menor cobertura de servicios, pero con identidad. Es el caso de La Rural y Jardín al norte, Los Aromos, Cadal y Ciudad Oculta al oeste. La relación habitantes por vivienda es levemente superior al promedio, sin espacios verdes conformados y las proporciones de habitantes por manzana, vivienda por manzana, densidad bruta y neta son inferiores al promedio, lo que los ubica como barrios en proceso de consolidación, con cierto índice de dispersión, que se acentúa en su zona de chacras. No obstante presentan las tasas más elevada de crecimiento poblacional, entre otros factores por la oferta de terrenos vacantes a precios inferiores que los sectores más céntricos.



VI

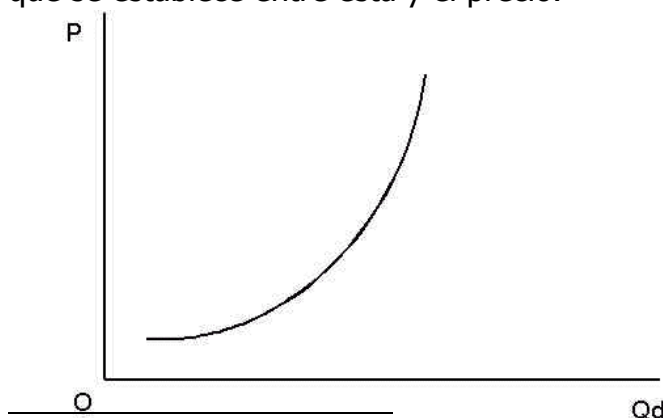
OFERTA

Debido a que ya se conoce como se debe desarrollar una empresa de Catering para Celebraciones, además de la mejor forma de realizar una investigación para que la inversión se realice según los gustos y las cualidades de los habitantes de la ciudad de Lincoln. Ahora será necesario tener en cuenta las partes que podrán hacer que el proyecto de sus frutos, estas son la oferta y la demanda, además se tendrá en cuenta la forma de estudiarlos mejor.

Oferta:

"Cantidad de bienes y servicios que entran en el mercado provenientes de proveedores, a un precio dado y en un período de tiempo determinada."¹³

La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios. La ley de la oferta establece básicamente que cuanto mayor sea el precio mayor será la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a llevar al mercado, y viceversa; cuanto mayor sea el período de tiempo considerado, por otra parte, más serán los productores que tendrán tiempo para ajustar su producción para beneficiarse del precio existente. La curva de oferta, esquemáticamente mostrada a continuación, expresa la relación básica que se establece entre ésta y el precio. La *curva de oferta*, esquemáticamente mostrada a continuación, expresa la relación básica que se establece entre ésta y el precio.¹⁴



¹³ Fragoso José Nanclares. **Marketing y Planificación para Restaurantes**. Editorial Paraninfo. Australia, 2001.

¹⁴ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/O.htm#oferta> 25 de junio de 2007



El análisis de la oferta, por ello, suele hacerse considerando tres diferentes horizontes de tiempo: el muy corto plazo, el corto plazo y el largo plazo. En el primero de los casos, la oferta existente está configurada por el stock de mercancías inmediatamente disponible para su venta, es decir por una cantidad fija. Ello hace que la cantidad ofrecida dependa directamente del precio: a un determinado precio algunos oferentes no querrán vender, esperando un precio más alto, en tanto que otros estarán dispuestos a hacerlo; a medida que aumente el precio, naturalmente, crecerá el número de quienes integran esta segunda categoría.

La oferta a corto plazo está conformada por el flujo de bienes que llegan al mercado procedentes de las empresas existentes, de acuerdo con su capacidad de producción, y variará también de acuerdo al precio de los bienes ofrecidos. Dicha oferta será mayor de acuerdo al precio, tal como en el caso anterior, pero estará también determinada por los costos de producción. Estos podrán disminuir hasta cierto punto, a medida que se aumenta la cantidad producida y se obtienen rendimientos mayores, pero finalmente más allá de cierto punto tenderán a crecer, debido a los rendimientos decrecientes a escala.

El análisis de largo plazo resulta más complejo, pues se asume en tal caso que tanto el equipo para producir las mercancías como el número de empresas dispuestas a entrar al mercado pueden variar, de acuerdo al precio y a las expectativas sobre el mismo, así como en función de cambios en la tecnología y el proceso productivo. La oferta de una mercancía en el largo plazo dependerá, entonces, de los tipos de rendimiento que puedan esperarse para la inversión de capital nuevo en ese sector de la producción en comparación con otros. Por todas estas razones tanto el coste de producción por unidad como el precio pueden bajar, aun cuando la oferta aumente en el largo plazo, tal como ocurre frecuentemente con nuevos productos que se incorporan al mercado.

En cualquier momento de tiempo dado la oferta, en la práctica, reflejará el funcionamiento de influencias y decisiones que se toman tanto en el corto como en el largo plazo, así como de la multitud de factores que han sido esbozados en la exposición anterior.



VII

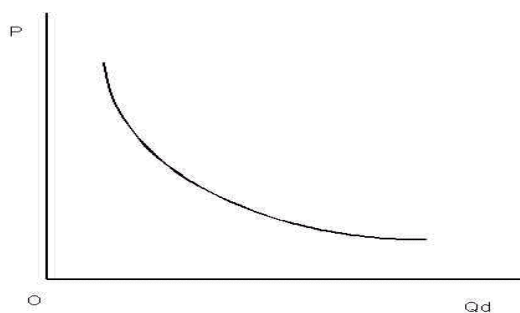
DEMANDA

"Es la cantidad de bienes y servicios que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir a un cierto precio y en un momento determinado, dependerá de la capacidad económica, de los gustos, de la calidad, de los precios, de la escasez y de la competencia". José Nanclares Frago

Demanda:

La demanda, como concepto económico, no se equipara simplemente con el deseo o necesidad que exista por un bien, sino que requiere además que los consumidores, o demandantes, tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho bien. La demanda total que existe en una economía se denomina *demanda agregada* y resulta un concepto importante en los análisis macroeconómicos.¹⁵

La cantidad de mercancías que los consumidores están dispuestos a comprar depende de un conjunto bastante amplio de variables: de su precio, de la utilidad que les asignen, de las cantidades que ya posean, del precio y disponibilidad de otras mercancías sustitutivas y complementarias, de sus ingresos y de las expectativas que tenga acerca de su renta futura y la evolución de los precios. De hecho, sin embargo, los economistas tienden a simplificar estas relaciones suponiendo que todas esas variables, salvo el precio, permanecen constantes, y estableciendo así la relación entre esas dos variables principales: precio y cantidad demandada. La función que así se obtiene se gráfica mediante la *curva de demanda* que, contrariamente a las convenciones matemáticas, presenta la variable independiente, el precio, P , en el eje vertical y la variable dependiente, la cantidad demandada, Q , en el horizontal.



¹⁵ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/D.htm#demanda%20de%20dinero>. 25 de junio de 2007



La pendiente de la curva sirve para ilustrar cómo aumenta la demanda a medida que desciende el precio. Cuando esto último ocurre no sólo se alienta a los compradores existentes a demandar una cantidad mayor de la mercancía, sino que además se incorporan al mercado nuevos compradores que -al nivel anterior de precios- no podían adquirir el bien. La demanda de éstos, que hasta allí se encontraba en un estado potencial, para convertirse entonces en demanda *efectiva*.

Curvas similares a la de la ilustración podrían obtenerse si se relacionara la demanda con los otros factores, ya mencionados anteriormente, que influyen sobre su comportamiento. Así, si aumenta la renta del consumidor, éste tenderá a comprar más de la mercancía, salvo que dicho aumento sea tal que, de acuerdo a sus preferencias, escoja comprar entonces otros bienes sustitutivos: un pequeño aumento en los ingresos de los individuos puede llevarlos a aumentar la demanda de pasajes de transporte terrestre, pero un ingreso mayor, probablemente, hará descender ésta e incrementar la demanda de pasajes aéreos. Este tipo de fenómeno permite hablar de bienes *inferiores* y *superiores* dentro de los bienes sustitutivos: los últimos son los que se demandan de preferencia a medida que aumenta la renta del consumidor.

La ley de la demanda, entonces, se deriva de ciertas suposiciones básicas: a) los consumidores se comportan de modo que intentan maximizar la utilidad total que obtienen al gastar una renta dada; b) cuanto mayor sea la cantidad de una mercancía, en relación a las cantidades de otras que el consumidor ya posea, menor será la utilidad adicional que obtenga de nuevas unidades de dicha mercancía. Esta ley, conocida como la ley de la utilidad marginal decreciente, determinará entonces que el consumidor tenderá a distribuir sus ingresos entre las diversas mercancías disponibles de modo tal que la utilidad marginal que obtenga de una unidad adicional de gasto, sea la misma para todas las mercancías.



VIII

NIVEL SOCIO ECONÓMICO

Es vital para el Marketing y el Análisis de las Comunicaciones poder clasificar a la población según su capacidad de consumo o gasto.¹⁶

El acceso más simple para esta caracterización sería el dato sobre el nivel de ingreso de la población que, por razones diferentes no es accesible en Argentina.

Índice de Nivel Socio Económico recomendado

Expresa un aspecto dinámico y cambiante de cualquier sociedad.

Se transforma, por lo tanto, la manera en que puede ser medido y cambia la vigencia de los parámetros utilizados.

La profunda crisis recesiva argentina iniciada en 1998 y agudizada en el año 2002 des actualizó el Índice definido en 1996. Por tanto, se condujo un proceso de Revisión y actualización.

Definición del Índice de Nivel Socioeconómico:

Establece de manera indirecta la capacidad de gasto de un hogar Ecuación de Nivel Socioeconómico Cálculo de los pesos de las variables que la integran.

Las dimensiones seleccionadas son las que muestran mayor correlación con la variable dependiente: *Ingresos familiares*.

Principal sostén del hogar:

En marketing, las estratificaciones socios económicos se basaron tradicionalmente en características del **Jefe del Hogar**, es decir de aquel miembro reconocido como tal por los demás y que suele asumir la mayor responsabilidad económica o de toma de decisiones.

Dado que en el plano del consumo el hogar se inscribe económica y socialmente según el miembro que más aporta a su sustento, esta vertiente sociológica basada en la distribución del poder decisional dentro del hogar, ha sido reemplazada en el Índice de la A.A.M. –desde una vertiente económica– por el concepto de Principal Sostén del Hogar (PSH), tal como se aplica en Europa.

Las encuestas de A.A.M. demostraron que el jefe de Hogar y el PSH coinciden en el 80% de los casos. En otro 10% la jefatura del hogar es

¹⁶ Shmeichiel Norah. **Índice de nivel socioeconómico Argentino, 1996. Principales localidades.** Asociación Argentina de Marketing



compartida por ambos miembros de la pareja nuclear, y en 10% restante el PSH no coincide con el concepto sociológico de Jefe.

El PSH es el miembro del hogar que más aporta al presupuesto y la economía familiar a través de su ocupación principal, aunque no es necesariamente quien percibe el mayor ingreso.

- El peso de cada variable es:

Dimensión	Peso %
Tipo de ocupación del PSH (Principal Sostén del Hogar)	32
Cantidad de aportantes	9
Educación del PSH	13
Cantidad de autos(de 15 ó menos años de antigüedad)	22
Posesión de Internet-Computadora-Tarjeta de débito	19
Atención Médica	5
Total	100

- Puntaje de las variables incluidas en la Ecuación del Nivel Socioeconómico 2002.

Ocupación	Puntos
Dueño, socio de empresas	32
Técnicos	12
Profesional	16
Comerciante	10
Autónomos	7
Empleado	7
Obrero	6
Pasivo, jubilado	4
Desocupado	2
Cantidad de aportantes	Puntos
4 o más	9
2 - 3	7
1	1
Nivel Educacional del PSH	Puntos
Universitario completo	13
Universitario incompleto- Terciario- Secundario completo	4
Secundario incompleto- Primario completo- Primario incompleto	0
Bienes	Puntos
Internet	8
computadora	6
Tarjeta de Débito	5
Cantidad de autos	Puntos
2 o más	22
1	11



Atención Médica	Puntos
Privada – Obra Social - Prepaga	5
Hospital Público	0

- Puntaje de los Estratos:

NSE	Límite	
	Inferior	Superior
Alto 1	57	100
Alto 2	48	56
Medio alto	37	47
Medio Típico	29	36
Bajo superior	17	28
Bajo inferior	12	16
Marginal	0	11



4. Unidad de Análisis:

- Oferta de Catering para Celebraciones en la ciudad de Lincoln
- Demanda de Catering para Celebraciones en la ciudad de Lincoln

4.1. Variables:

Oferta:

- Empresas que ofrecen el servicio
- Calidad de servicio
- Máxima capacidad de producción/ promedio de producción
- Eventos que se más realizan

Dimensiones de la oferta:

Empresas que ofrecen el servicio:

Este indicador me permitirá averiguar cuales son las empresas existentes en la ciudad de Lincoln, para después poder estudiarlas y conocerlas.

Calidad de servicio:

Satisfactoria

Insatisfactoria

Muy satisfactorio

Este indicador se medirán por medio de la utilización de las encuestas a los habitantes de la ciudad de Lincoln, los cuales serán interrogados sobre cómo fue su experiencia con las empresas de catering, tanto como si contrató el servicio o si acudió a una celebración donde había servicio de catering. Así se podrá determinar cuál de las dimensiones está conforme con la realidad.

Máxima capacidad de producción:

De 1 a 100

De 199 a 200

De 299 a 300

De 399 a 400

De 499 a 500

De 599 a 600

De 699 a 700

De 799 a 800

De 899 a 900

De 999 a 1000

1000 o más



Este indicador, denominado, máxima capacidad de producción de cada una de las empresas de catering de la ciudad de Lincoln será medido mediante las entrevistas a los dueños de las empresas de catering, esto me permitirá conocer la capacidad de cada uno y poder clasificarlos y determinar cuales son competencia.

Eventos que se realizan con más frecuencia:

Casamiento
Cumpleaños de 15
Cumpleaños en general
Despedida de año
Fiesta de fin de curso
Noche de los destacados
Reuniones empresariales
Ferias
Otros

Este indicador me permitirá conocer cuáles son las celebraciones que más utilizan servicios de catering en la ciudad de Lincoln. Estas dimensiones fueron tomadas de las entrevistas con los dueños de las empresas de catering para celebraciones. Y se le preguntará a los habitantes de la ciudad de Lincoln a cuales de estos eventos ha concurrido en el año 2007.

Demanda:

- Gustos/ preferencias
- Nivel Socioeconómico
- Características demográficas

Dimensiones de la demanda:

Gustos/Preferencias:

Formalidad
Puntualidad
Calidad
Informalidad
Innovación

Este Indicadores me permitirán conocer cuales son las cualidades que tiene que tener un servicio de catering según los gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad de Lincoln. Las dimensiones fueron tomadas de las entrevistas con los dueños de servicios de catering en Lincoln.



Nivel Socioeconómico

Alto 1
Alto 2
Medio Alto
Medio Típico
Bajo Superior
Bajo Inferior
Marginal

Para estas dimensiones es necesario tomar otros indicadores, que me permitan dividir a la sociedad en Niveles, lo cual será un punto esencial para la segmentación del mercado y se obtendrá la información mediante las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Lincoln. Estas Dimensiones e Indicadores fueron tomadas de las publicaciones de la Asociación Argentina de Marketing

Los indicadores a utilizar son los siguientes:

- Tipo de ocupación del Principal Sostén del Hogar:

Dueño, socio de empresas
Profesionales
Técnicos
Comerciantes, artesanos, empleados especializados
Autónomos
Empleados
Obrero
Pasivos (jubilados, pensionados)
Desocupados

- Cantidad de Aportantes:

4 o más
2 – 3
1

- Educación del PSH

Universitario completo o Postgrado
Universitario incompleto
Terciario
Secundario Completo
Secundario Incompleto
Primario completo
Primario Incompleto
Ninguno



- Cantidad de autos (de 15 o menos años de antigüedad)

2 o más

1

- Posesión de Internet
- Computadora
- Tarjeta de débito
- Atención Médica
- Privada
- Obra Social
- Prepaga
- Hospital Público

Características demográficas:

- Edad:

De 15 a 17

De 18 a 25

De 26 a 35

De 36 a 45

De 46 a 55

De 56 en adelante

Esta es otra de las dimensiones que me permitirá segmentar el mercado de la ciudad de Lincoln. Determine tomar estos rangos debido a que el universo de estudio está constituido a partir de varones y mujeres de 15 años en adelante. Se obtendrán mediante las encuestas. El rango esta tomado desde esta edad, debido a que por más que no tengan una decisión económica si tienen la decisión fundamental desde su fiesta de 15 años. A las cuales no solo organizan, si no que también deciden que se va a realizar en la misma.



5. Estudio de Campo

5.1. Universo de Estudio

En el caso de que nuestro universo esté compuesto por un número relativamente alto de unidades, será prácticamente imposible examinar cada una de las unidades que la componen¹⁷. En vez de realizar esa fatigosa tarea, procederemos a extraer una muestra de ese universo, o sea un conjunto de unidades que nos represente la conducta del universo en su conjunto. Una **muestra** no es más que eso, una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo.

Lo que se busca al emplear una muestra es que se obtenga conclusiones semejantes a las que lograríamos si estudiáramos el universo total. Cuando una muestra cumple con esta condición la llamamos **muestra representativa**. Sus conclusiones son susceptibles de ser generalizadas al conjunto del universo, aunque para ello debemos añadir un cierto margen de error en nuestras proyecciones. No puede saberse nunca a priori si la muestra obtenida es o no representativa.

Según lo dicho anteriormente, solamente tendré que utilizar una muestra del universo en las encuestas realizadas sobre los habitantes de la ciudad de Lincoln. Los otros instrumentos se aplicarán sobre todo el universo, siendo estos posibles de estudiar en su totalidad.

Universo Nº 1:

Informantes claves: dueños de los servicios de catering para celebraciones:

- Adrián Sánchez
- Pizza Demetriu's
- Pedro Porta de Eco le Cua
- Blues
- Juberá Recepciones

Universo Nº 2:

Salones utilizados para eventos:

- Salón Social y Cultural Asociación Española de socorros mutuos
- Sociedad Rural de Lincoln
- River Plate
- Salón de fiestas Adrián Sánchez
- Gimnasio Club Rivadavia de Lincoln
- Taxia eventos

Universo Nº 3:

Habitantes de la ciudad de Lincoln. Según el censo 2001¹⁸ la tabla poblacional es la siguiente.

¹⁷ Ibidem página 28

¹⁸ www.ec.gba.bov.ar/estadistica/FTP/censo/piramid/lincoln.xls, 1 de Julio de 2007



EDAD	TOTAL	TOTAL VARONES	TOTAL MUJERES
TOTAL	41.127	20.146	20.981
0-4	3.316	1.659	1.657
5-9	3.393	1.785	1.608
10-14	3.468	1.772	1.696
15-19	3.327	1.721	1.606
20-24	2.918	1.477	1.441
25-29	2.663	1.313	1.350
30-34	2.550	1.255	1.295
35-39	2.506	1.221	1.285
40-44	2.396	1.172	1.224
45-49	2.404	1.226	1.178
50-54	2.393	1.175	1.218
55-59	2.147	1.066	1.081
60-64	1.926	949	977
65-69	1.588	758	830
70-74	1.483	634	849
75-79	1.218	491	727
80-84	813	280	533
85-89	448	148	300
90-94	146	38	108
95 Y MÁS	24	6	18

De acuerdo a la investigación que se va a aplicar determiné que la población a estudiar va a ser tanto varones como mujeres a partir de los 15 años en adelante. Esto lo determiné de esta manera debido a que a partir de esa edad empieza de manera más frecuente la concurrencia a diferentes eventos donde brinden servicio de catering. Además de ser una edad donde el cuestionario puede ser aplicado sin tener mayores dificultades.

La manera de calcular la muestra que sugieren los autores José Rubio y Jesús Varas¹⁹ es la siguiente:

$$N = \frac{O^2 P (1-P) n}{E^2 (n-1) + O^2 P(1-P)}$$

Donde:

N, es el número de elementos de la muestra

¹⁹Ibidem página 27



O, es el nivel de confianza, que puede variar según se desee, por lo que puede ser de 68,3%, 95,5% o 99,7%. Por lo que para esta investigación he elegido de 68,3%.

P (1-P), es la varianza poblacional, lo cual es de 0,5

E, es el error permitido, puede variar de entre un 2,5% y un 2%.

n, es el tamaño de la población, lo cual es de 26.176

$$N = \frac{68,3^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5) \cdot 30.950}{2,5^2 \cdot (30.950 - 1) + 68,3^2 \cdot 0,5(1-0,5)}$$

$$N = \frac{4.664,89 \cdot 0,25 \cdot 30.950}{6,25 (30.949) + 4.664,89 \cdot 0,25}$$

$$N = \frac{36094586.38}{193431.25 + 1.166,22}$$

$$N = \frac{36094586.38}{194597.47}$$

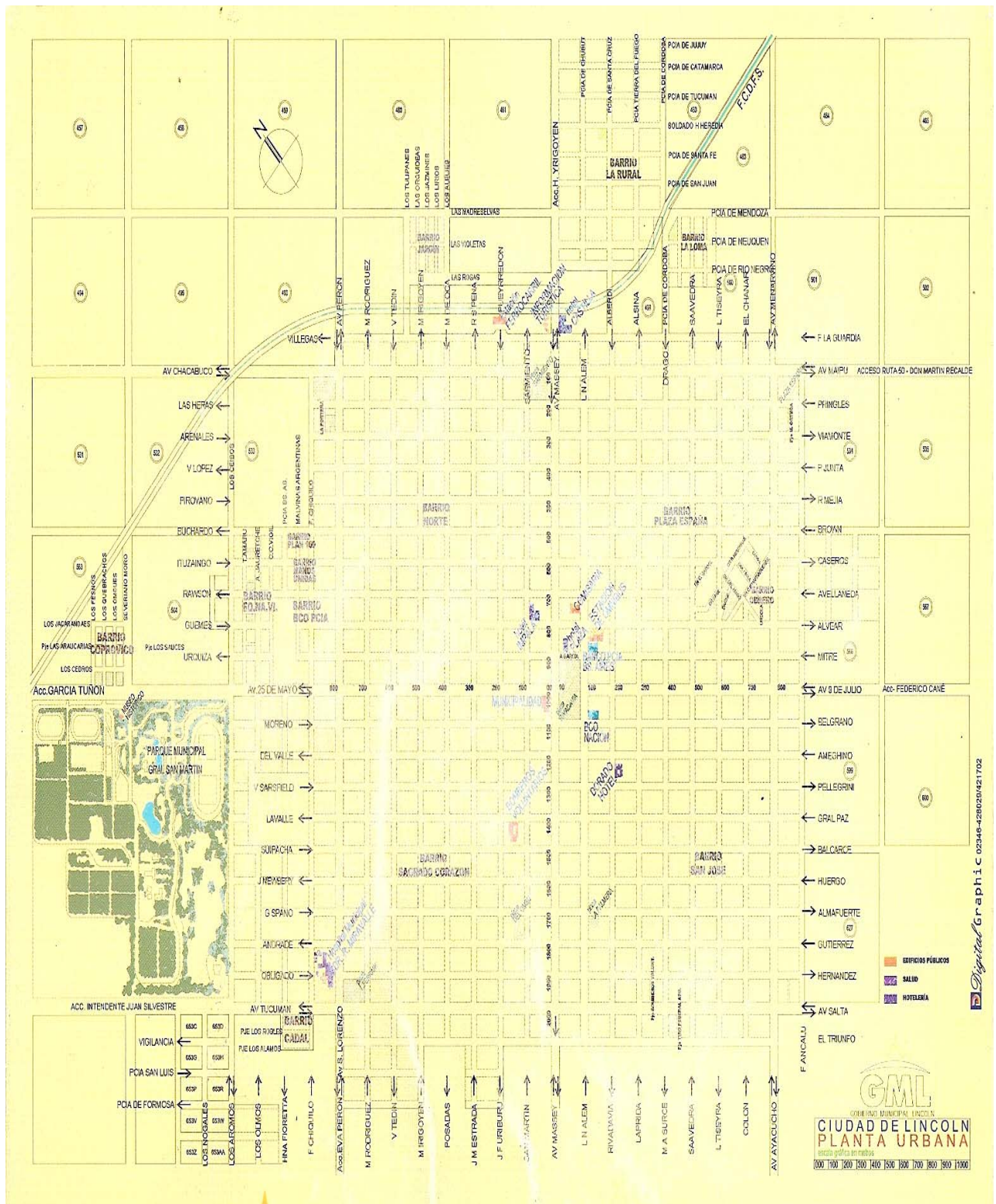
$$N = 185,4$$

Por lo que la muestra a investigar es de 185 personas. Después de haber obtenido el número de la muestra, debo determinar la forma en que realizaré el muestreo, según con lo que plantean José Rubio y Jesús Varas hay distintos diseños pero distinguen dos grupos: los probabilísticos y los no probabilísticos. Además los separan en sub. grupos. Según esta investigación la forma que se realizará el muestreo será de forma probabilística aleatorio estratificado, que consiste en dividir el universo en diferentes niveles o estratos de tal manera que cada uno de ellos contenga unidades muestrales similares entre sí, pero diferentes al resto de estratos. Por los que dividiré a la ciudad de Lincoln en cuatro zonas donde se realizarán las encuestas de la siguiente manera:

- Se tomarán solamente las cuadras que se encuentran en la parte interna del cuadrante formado por las Av. Chacabuco, Maipú, Menarvino, Ayacucho, Salta, Tucumán, San Lorenzo y Pte. Perón, evitando el barrio obrero por su estructura. Siendo un total de 307 cuadras habitables.
- En tres de los cuadrantes se deberán hacer 46 encuestas y solamente en una de ella 47, eligiendo la perteneciente al Barrio Plaza España.
- La manera de elegir la casa que será encuestada será empezando del lado norte, tomando las calles que vayan en dirección hacia el oeste y se encuestará aquella casa que se encuentre en la esquina sur de la cuadra. Debido a que hay mayor cantidad de cuadras, se realizarán las 46 o 47



encuestas respectivas de cada cuadrante y se dejarán sin encuestar aquellas que sobren.





5.2. Entrevistas

Encuesta a los dueños de las empresas de catering para celebraciones de la ciudad de Lincoln en el año 2007²⁰:

1. ¿Cuales son los eventos que más se han realizado en la ciudad de Lincoln en el año 2007?
2. ¿Usted a estos eventos que le ofrece?
3. ¿Cuales de estos servicios tiene mayor demanda?
4. ¿Algunos de esos servicios son característicos de la ciudad de Lincoln?
5. ¿Según el nivel socioeconómico de los demandantes varía el servicio?
6. ¿Qué nivel socioeconómico es el mayor demandante del servicio de catering?
7. ¿Cuál su máxima capacidad de producción?
8. ¿Cuáles son las etapas más frecuentes para la organización de un evento de catering?
9. ¿Qué características cree usted que puede tener un servicio de catering? Según los gustos de cada consumidor (formalidad, puntualidad, calidad, informalidad, innovación).

Según lo expuesto por los dueños de las empresas de catering, se pueden separar a estos en dos tipos diferentes de servicio;

- El primero con un servicio de comidas de mayor elaboración, que se puede dividir a su vez en dos, unos con un producto dirigido a lo innovador, como lo es el de Ecco Le Cua, y por otra parte el más tradicional de las empresas de Adrián Sánchez y Juberá Recepciones.
- El segundo es de productos más sencillos, denominados minutas, y las empresa que lo brindan son Pizzas Demetrio's y Blues.

Estas empresas también tienen diferentes capacidades de producción, así tenemos a Sánchez y Juberá que van hasta mil personas, a diferencia del resto que rondan como máximo las 500 a 600 personas.

La mayoría de los dueños de las empresas coinciden en que la característica fundamental que tiene que tener un servicio de catering es la calidad, y no se debe dejar de lado otras características como la puntualidad, la innovación, la informalidad en algunos aspectos, el servicio de los mozos, entre otras características.

Con respecto al nivel socio económico más demandante coinciden la mayoría en que es la clase media, aunque otros también tienen como clientes a la clase baja, como Blues.

²⁰ Ver anexo II



5. Observaciones

Observación a los salones donde se puede realizar servicios de catering para celebraciones en la ciudad de Lincoln en el año 2007:

1. Capacidad
2. Ambientación (como esta conformado el lugar)
3. Servicios adicionales que brinda el salón
4. Ubicación
5. Fotos

Nombre del salón	
Encargado del salón	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
Ambientación	
Cantidad de ambientes	
Utilización	
Metros cuadrados totales	
Servicios adicionales que brinda el salón	
Ubicación	
Imágenes del lugar	



Nombre del salón	
Social y Cultural Asociación Española de socorros mutuos	
Encargado del salón	
Comisión Directiva	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
280	200
Ambientación	
Cantidad de ambientes	5
Utilización	Fiestas familiares, y encuentros poli artísticos
Metros cuadrados totales	390.82 m ²
Servicios adicionales que brinda el salón	
Ninguno	
Ubicación	
Alvear 59	
Imágenes del lugar	
 	



Nombre del salón	
Sociedad Rural de Lincoln	
Encargado del salón	
Varela Gustavo	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
1400	700 en conferencia 400 ubicadas en mesas
Ambientación	
Cantidad de ambientes	4
Utilización	Salon de fiestas y conferencias
Metros cuadrados totales	462 m ²
Servicios adicionales que brinda el salón	
Ninguno	
Ubicación	
Cuartel IV	
Imágenes del lugar	
	



Nombre del salón	
River Plate/ Luis Pastorino	
Encargado del salón	
La comisión	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
260	120
Ambientación	
Cantidad de ambientes	5
Utilización	Reuniones
Metros cuadrados totales	100 m ²
Servicios adicionales que brinda el salón	
Ninguno	
Ubicación	
Urquiza 340	
Imágenes del lugar	
	



Nombre del salón	
Salón de fiestas Adrián Sánchez	
Encargado del salón	
Panteneti Fabian	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
500	297
Ambientación	
Cantidad de ambientes	6
Utilización	Fiestas familiares y sociales
Metros cuadrados totales	420 m ²
Servicios adicionales que brinda el salón	
Alquiler de vajilla y mobiliario	
Ubicación	
Chacabuco 725	
Imágenes del lugar	





Nombre del salón	
Gimnasio Club Rivadavia	
Encargado del salón	
Secretaría	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
1004	800
Ambientación	
Cantidad de ambientes	8
Utilización	Eventos deportivos Fiestas familiares y sociales
Metros cuadrados totales	1500 m ²
Servicios adicionales que brinda el salón	
Ninguno	
Ubicación	
Fortín Ancalú y Mitre	
Imágenes del lugar	





Nombre del salón	
Taxia eventos	
Encargado del salón	
Fassano Sergio	
Capacidad	
Personas paradas	Personas sentadas
800	320
Ambientación	
Cantidad de ambientes	5
Utilización	Cumpleaños, casamientos, conferencias
Metros cuadrados totales	550 m ²
Servicios adicionales que brinda el salón	
Ninguno	
Ubicación	
Acceso Garcia Tuñon s/ numero	
Imágenes del lugar	





5.4. Encuestas

Dirigida hacia los habitantes de la ciudad de Lincoln:

Edad:

De 15 a 17

De 18 a 25

De 26 a 35

De 36 a 45

De 46 a 55

De 56 en adelante

Sexo:

Femenino

Masculino

¿Cuál es la máxima educación que tiene el jefe de hogar?

Universitario completo o Postgrado

Universitario incompleto

Terciario

Secundario completo

Secundario incompleto

Primario completo

Primario incompleto

Ninguna

¿Ha realizado en el año 2007, en la ciudad de Lincoln alguna celebración donde se contrató el servicio de catering?

Si

No

¿Cuál es la empresa de catering que contrastó?

.....

¿Cómo fue su experiencia con la empresa que brindó el catering?

Satisfactoria

Insatisfactoria

Muy satisfactoria

¿Por qué? Preguntar en caso que sea insatisfactoria

.....

¿Cuál fue el motivo del evento?

Casamiento

Cumpleaño en general

Fiesta de fin de curso



Reuniones empresariales
Cumpleaños de 15
Despedida de año
Noche de los destacados
Ferias

¿Dónde se realizó el evento?

Restaurant
Confitería bailable
Salón específico
Club deportivo
Casa de familia
Otro

¿Ha Concurrido en la Ciudad de Lincoln, en el año 2007, a alguna celebración donde había servicio de catering?

Si
No

¿Conoce cuál fue la empresa que fue contratada para brindar el servicio de catering?

Si
No

¿Cuál es el nombre de la empresa?

.....

¿Cómo fue su experiencia con la empresa que brindó el catering?

Satisfactoria
Insatisfactoria
Muy satisfactoria

¿Porqué? Preguntar en caso que sea insatisfactoria

.....

¿Cuál fue el motivo del evento?

Casamiento
Cumpleaño en general
Fiesta de fin de curso
Reuniones empresariales
Cumpleaños de 15
Despedida de año
Noche de los destacados
Ferias

¿Dónde se realizó el evento?



Restaurant
Confitería bailable
Salón específico
Club deportivo
Casa de familia
Otro

¿Cuál de las siguientes características le da más importancia en un servicio de catering? Enumerar según la preferencia

Formalidad
Calidad
Innovación
Puntualidad
Informalidad

¿Cuál es la ocupación del principal sostén del hogar?

Dueño, socio de empresas
Profesional
Técnico
Comerciante, artesano, empleado especializado
Autónomo
Obrero
Empleado
Pasivo (jubilado, pensionado)
Desocupado

¿Qué cantidad de personas trabajan en el hogar?

4 o más
2 – 3
1

¿Qué cantidad de autos hay en el hogar de menos de 15 años de antigüedad?

2 o más
1

Posee Computadora

Si
No

Posee Internet

Si
No

Posee Tarjeta de Débito

Si
No



Posee atención médica privada o mutual

Si

No

¿Si usted tiene que concurrir a una celebración con qué le gustaría encontrarse?

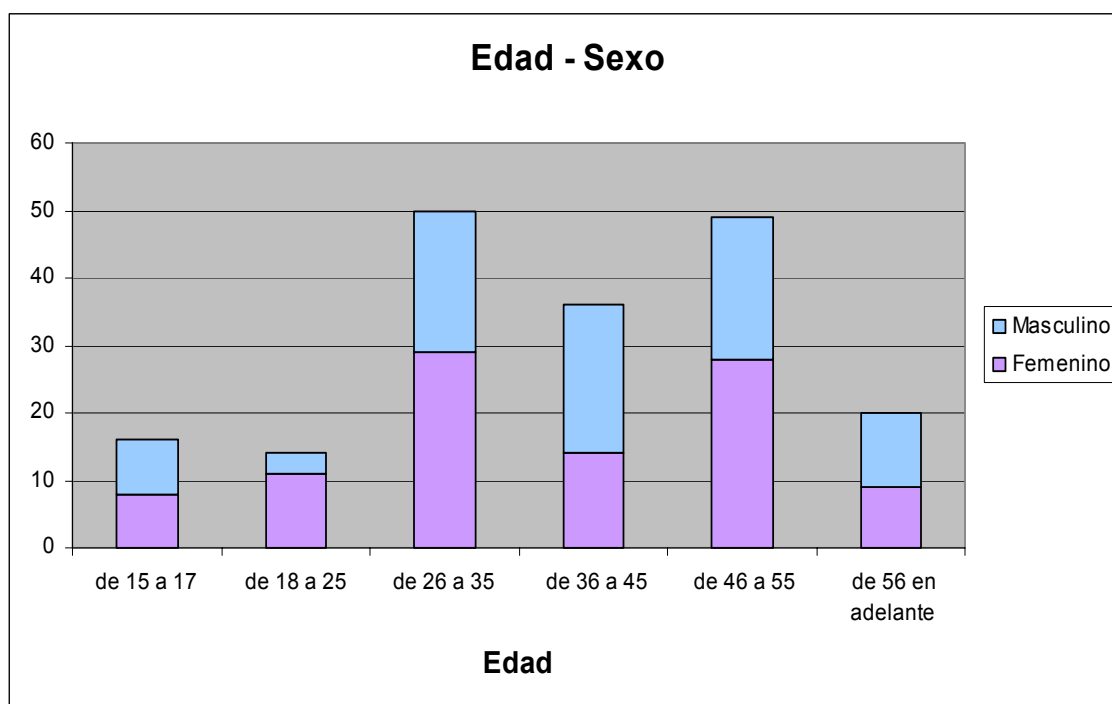
.....



6. Conclusiones

Características demográficas de los encuestados:

	de 15 a 17	de 18 a 25	de 26 a 35	de 36 a 45	de 46 a 55	de 56 en adelante	TOTALES
Femenino	8	11	29	14	28	9	99
Masculino	8	3	21	22	21	11	86
TOTALES	16	14	50	36	49	20	185



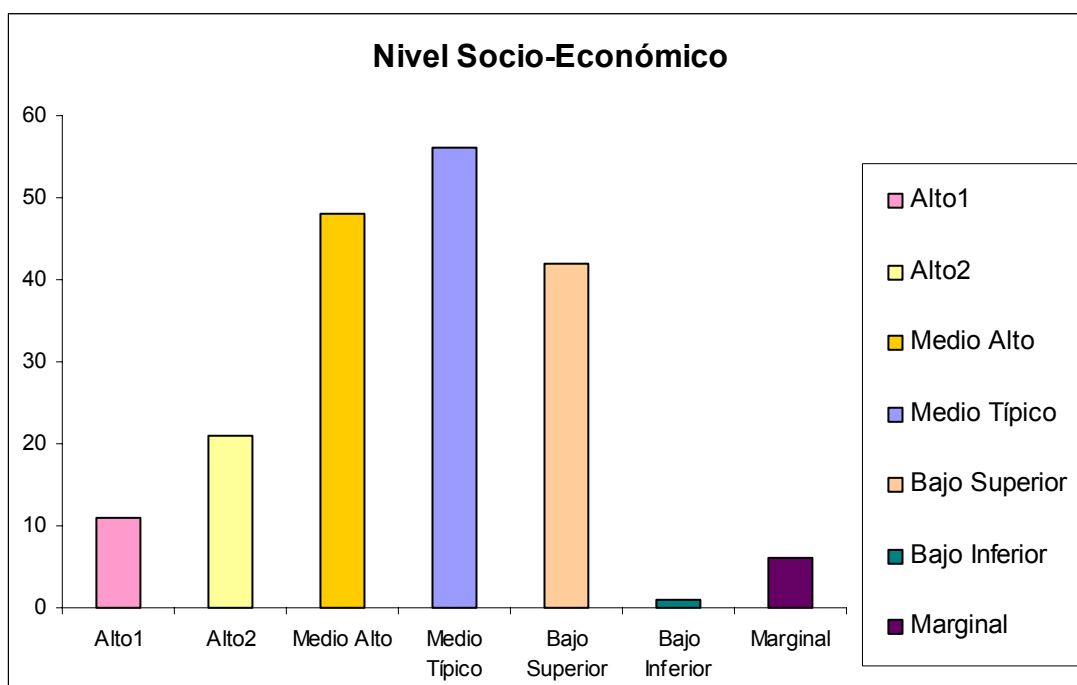
Este gráfico representa a los habitantes de la ciudad de Lincoln que fueron encuestados. Habiendo una mayoría de encuestados en el rango de entre 26 a 35 años con un 28 % del total y entre 46 a 55 representando el 26.5 %. El tercer grupo es el de los que van entre los 36 a 45 años siendo estos el 19.5%. Predominando el sexo femenino en todos los grupos.

Según la lectura del gráfico la mayoría de los encuestados son mayores de 25 años.



Características socio económicas:

Nivel Socio-Económico	
Alto1	11
Alto2	21
Medio Alto	48
Medio Típico	56
Bajo Superior	42
Bajo Inferior	1
Marginal	6
TOTAL ENCUESTADOS	185



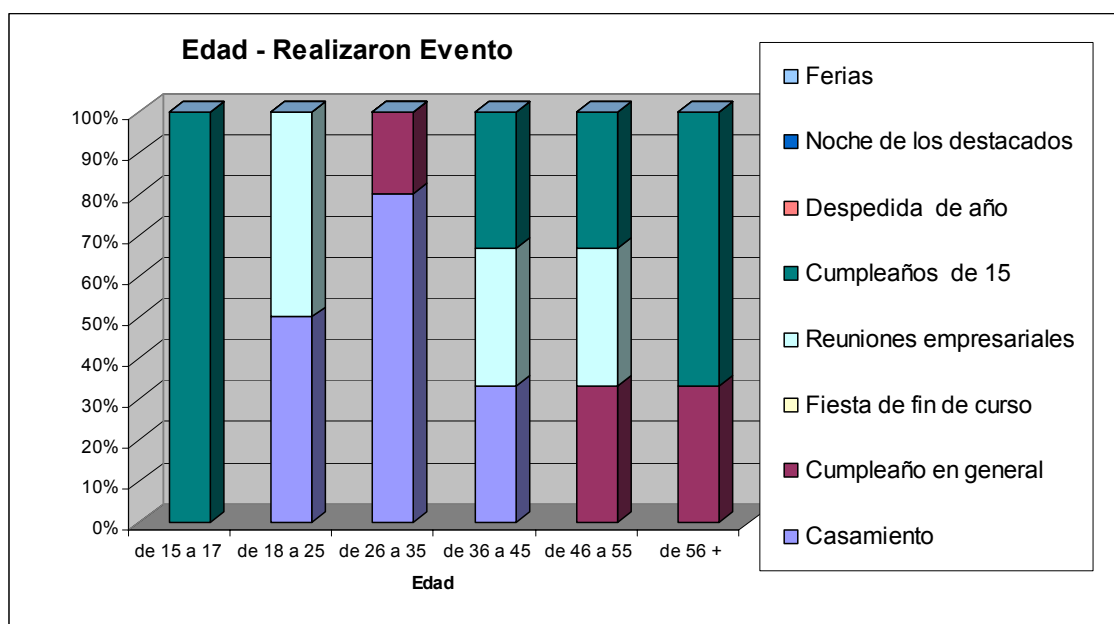
En este gráfico se puede ver de forma muy clara las diferentes clases sociales encuestadas. Las cuales están divididas de la misma manera que la Asociación Argentina de Marketing lo hace. El gráfico nos demuestra que el nivel Medio Típico es el predominante, continuándole el Medio Alto y después el Bajo Superior. Además se ve que hay una mayor cantidad de Alto 2 que de Alto 1. Y finalizando la lista está el Marginal que tiene un mayor porcentaje que el Bajo Inferior.



Análisis de la demanda

➤ **Según la edad**

	de 15 a 17	de 18 a 25	de 26 a 35	de 36 a 45	de 46 a 55	de 56 +	TOTALES
Casamiento	0	1	4	1	0	0	6
Cumpleaño en general	0	0	1	0	1	1	3
Fiesta de fin de curso	0	0	0	0	0	0	0
Reuniones empresariales	0	1	0	1	1	0	3
Cumpleaños de 15	4	0	0	1	1	2	8
Despedida de año	0	0	0	0	0	0	0
Noche de los destacados	0	0	0	0	0	0	0
Ferias	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES	4	2	5	3	3	3	20

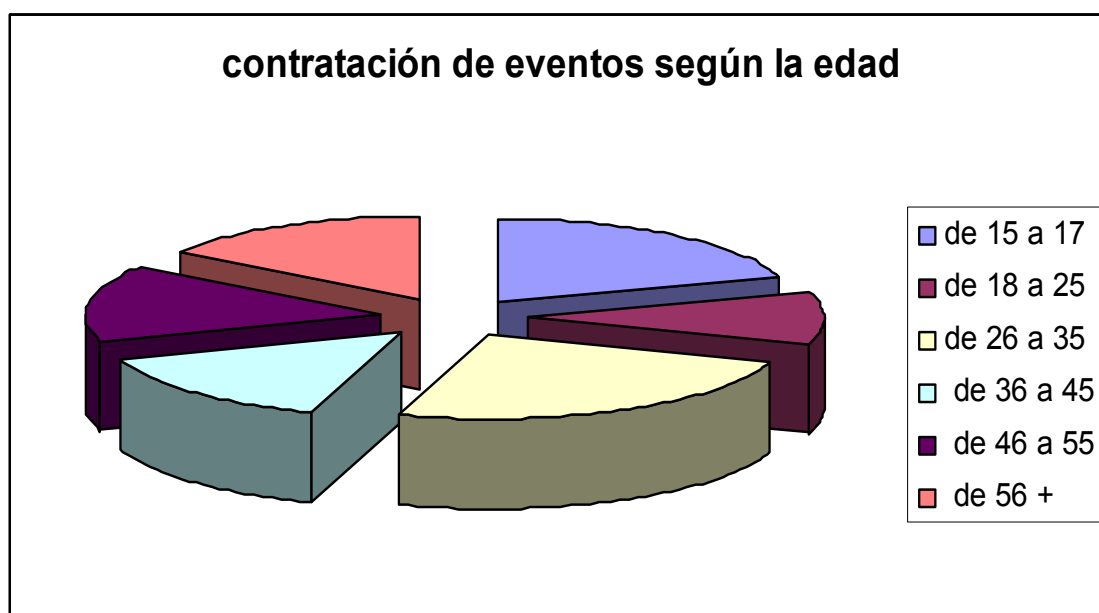


Este gráfico se ha separado en rangos de edad y según esta variable cuál fue el evento que realizaron. Los resultados son los siguientes de 15 a 17 años han realizado solamente cumpleaños de 15. en el rango de 18 a 25 años la mitad realizó casamientos y la otra mitad reuniones empresariales. En cambio de 26 a 35 años el 80% realizó casamiento y el 20% restante contrató una empresa de catering para realizar un cumpleaños. En el rango de 36 a 45 años en cambio se realizaron 3 tipos diferentes de eventos con el mismo porcentaje, y estos son Casamiento, reuniones empresariales y cumpleaños de 15. Algo similar sucede



en el rango de entre 46 a 55, los cuales realizaron 3 tipos diferentes de eventos con el mismo porcentaje pero los eventos realizados fueron cumpleaños de 15, reunión empresarial y un cumpleaños. Por último se encuentra el rango de 56 años en adelante, donde predominan el cumpleaños de 15 un 66.66% sobre el cumpleaños en general en un 33.33%.

	de 15 a 17	de 18 a 25	de 26 a 35	de 36 a 45	de 46 a 55	de 56 +
TOTALES	20%	10%	25%	15%	15%	15%

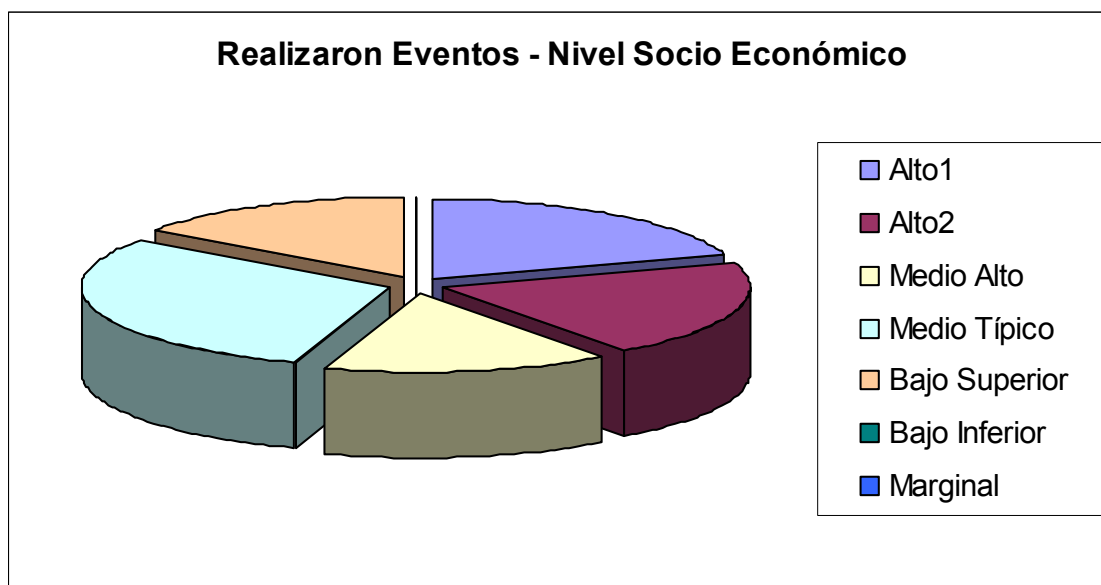


Con este gráfico podemos terminar de analizar cual es el comportamiento del demandante según la edad. Por lo que no demuestra que el mayor demandante de servicios de catering son aquellas personas que tienen entre 26 y 35 años, lo cual coincide también con el rango de edad más encuestado. Pero lo sigue un rango que tiene un menor porcentaje de encuestados que es el de 15 a 17 años y tiene un 20% de demanda del servicio. El tercer grupo de demandantes con un 15% cada uno, se encuentran 3 rangos de edad que son los de 36 a 45, de 46 a 55 y de 56 en adelante. Y por último los menores demandantes del servicio de catering son aquellas personas de entre 18 a 25 años con 10% solamente.



➤ **Según el nivel socio económico:**

Nivel Socio-Económico	Realizaron Eventos
Alto1	4
Alto2	4
Medio Alto	3
Medio Típico	6
Bajo Superior	3
Bajo Inferior	0
Marginal	0
TOTAL ENCUESTADOS	20

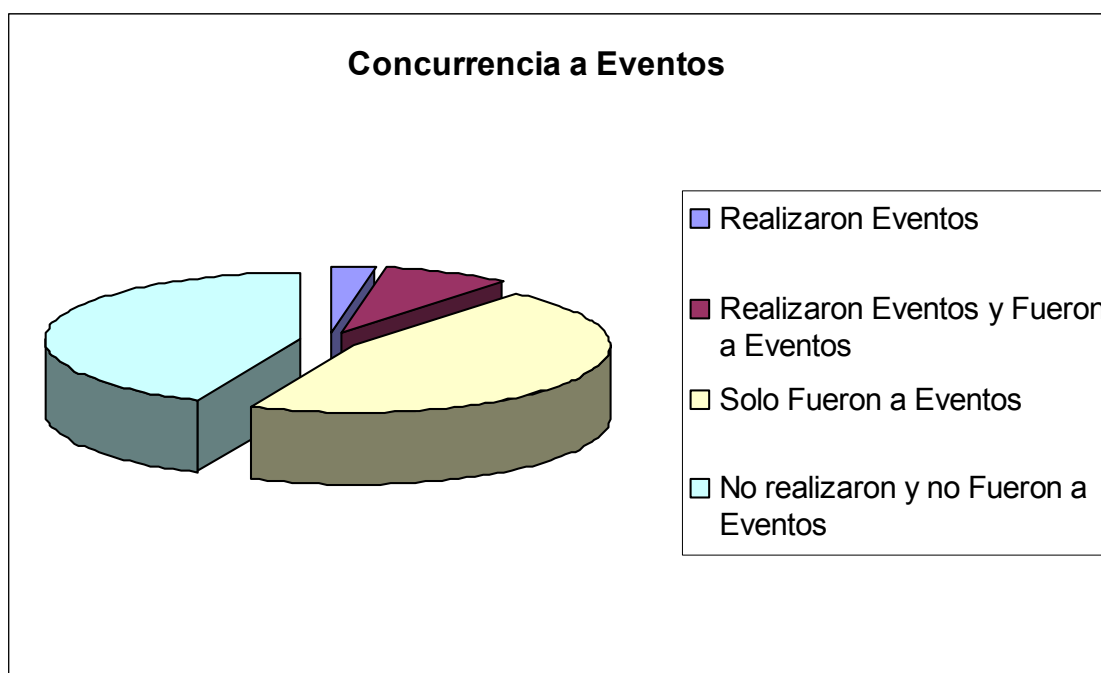


Según este gráfico el mayor demandante del servicio de catering es el nivel Medio Típico con un 30% de demanda, coincidiendo con lo dicho por la mayoría de los informantes claves. El nivel socioeconómico que lo sigue como demandante es el Alto 1 y Alto 2 con el mismo porcentaje. Y por último se encuentran el nivel Medio Alto y Bajo superior con un 15% de demanda. Además nos encontramos que aquellos 2 niveles más bajos de la escala no han realizado ningún tipo de contratación.



➤ **Total de demandantes y usuarios del servicio.**

Realizaron Eventos	5
Realizaron Eventos y Fueron a Eventos	15
Solo Fueron a Eventos	85
No realizaron y no Fueron a Eventos	80
TOTAL ENCUESTADOS	185

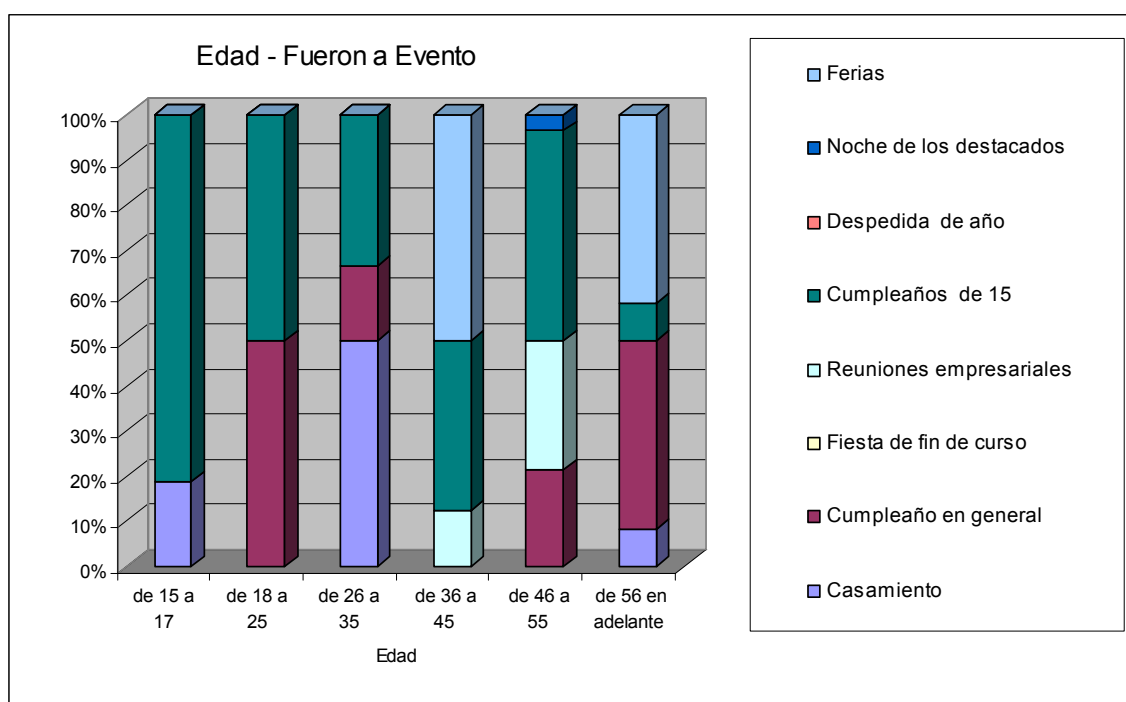


En este gráfico separe a las personas en aquellas que contratan el servicio de catering, a las cuales ya las analizamos, de aquellas que solamente hacen uso del servicio sin tener que pagarlo. Y lo que me demuestra es que la mayoría de los encuestados fueron a eventos pero no contrataron el servicio. También hay una gran mayoría que no fueron a eventos, y ni contrataron el servicio. De aquellos demandantes del servicio hay dos grupos, los que solamente contrataron que son una minoría que no llegan al 3%, y los que fueron a otro evento además del contratado que son un 8% del total demandante.



➤ **Según la edad a que evento fueron:**

	de 15 a 17	de 18 a 25	de 26 a 35	de 36 a 45	de 46 a 55	de 56 en adelante	TOTALES
Casamiento	3	0	12	0	0	1	16
Cumpleaño en general	0	1	4	0	6	5	16
Fiesta de fin de curso	0	0	0	0	0	0	0
Reuniones empresariales	0	0	0	1	8	0	9
Cumpleaños de 15	13	1	8	3	13	1	39
Despedida de año	0	0	0	0	0	0	0
Noche de los destacados	0	0	0	0	1	0	1
Ferias	0	0	0	4	0	5	9
TOTALES	16	2	24	8	28	12	90



En el gráfico se puede observar según la edad a que tipo de evento fueron, de esta manera se constata lo que dijeron los dueños de las empresas de catering de que el evento que más se realiza es el cumpleaños de 15, y que en todos los grupos de edad han concurrido a un evento de este tipo. Luego están el resto de los cumpleaños que contrataron servicio de catering en el cual participaron 4 grupos de edad, que son los de 18 a 25, de 26 a 35, de 46 a 55 y 56 en adelante. A los casamientos han ido de tres grupos diferentes de edad en cambio a las Ferias y Reuniones empresariales solo han ido de 2 grupos.



➤ **Gustos y preferencias:**

¿Cuáles de las siguientes características le da más importancia en un servicio de catering				
Formalidad	Calidad	Innovación	Puntualidad	Informalidad
11,63%	27,12%	23,10%	19,72%	18,44%



Los gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad de Lincoln, se determinó mediante las encuestas donde se le dio para que enumeren las características que se le daban, dándole el número 1 al que más preferían y el 5 al que meno.

De las investigación se concluye que la característica que mas prefieren es la de Calidad con un 27.12% de los votos, luego la siguen en orden de preferencia la Innovación (23.10%), la Puntualidad (19.72%), la Informalidad (18.44%) y por último la Formalidad con el 11.63%.

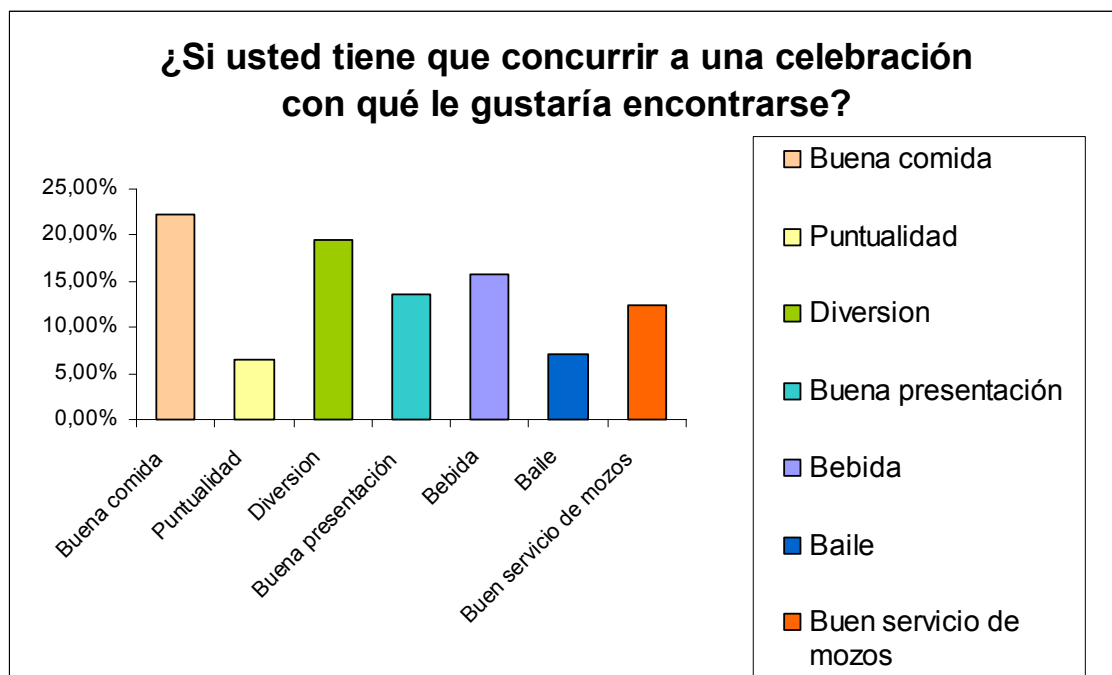
Además de este análisis se puede agregar el hecho en la encuesta, cuando se les pregunto a los encuestados con que le gustaría encontrarse en una celebración y las respuestas fueron las siguientes.



¿Si usted tiene que concurrir a una celebración con qué le gustaría encontrarse?

Buena comida	Puntualidad	Diversión	Buena presentación	Bebida	Baile	Buen servicio de mozos
22,16%	6,49%	19,46%	13,51%	15,68%	7,03%	12,43%

¿Si usted tiene que concurrir a una celebración con qué le gustaría encontrarse?



Las respuestas fueron variadas pero las encerré en estas 7 características o exigencias. Las cuales fueron elegidas de la siguiente manera buena comida en un 22.16 %, Diversión en un 19.46%, Bebida en un 15.68%, buena presentación 13.51%, buen servicios de mozos 12.43%, Baile 7.03% y Puntualidad 6.49%.

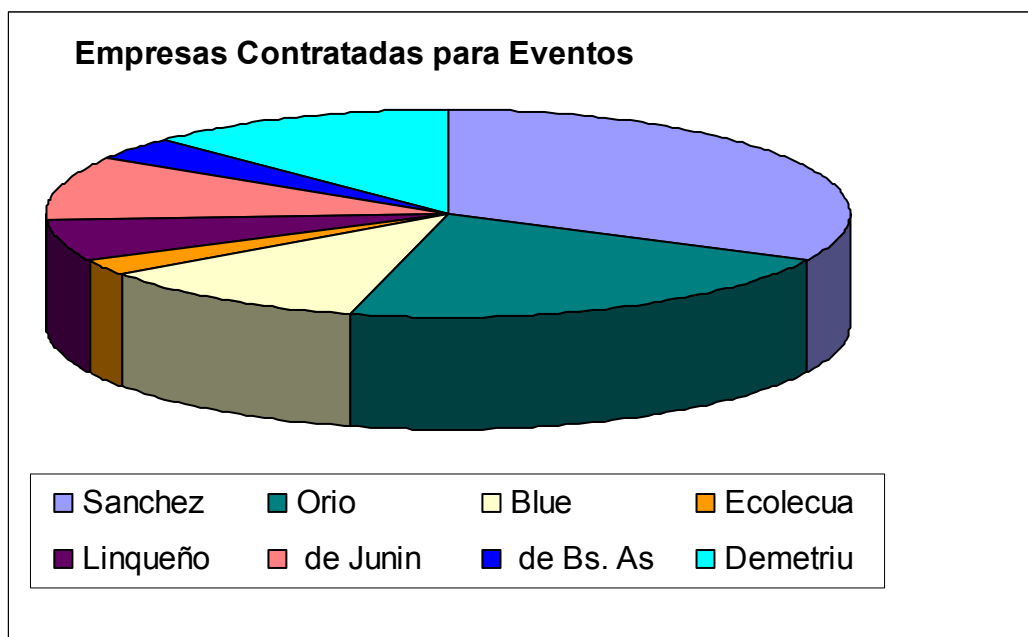
De esta manera y luego junto con el análisis de la calidad de servicio de catering se podrá llegar a una conclusión de que es lo que la gente le da más importancia y puede tanto favorecer o hundir a una empresa que brinde este tipo de servicios.



Análisis de la oferta:

➤ **Empresas que brindan el servicio:**

Empresa Contratada	TOTALES	Sánchez	Orio	Blue	Ecolecua	Lingueño	de Junín	de Bs. As	Demetriu
TOTALES	80	26	17	9	2	5	8	3	10



En lo que en este gráfico se comparó es la parte del mercado que posee cada una de las empresas participantes del mercado en la ciudad de Lincoln.

La empresa de Adrián Sánchez posee la mayor parte con un 32,5% del total, siguiéndolo el Sr. Orio, dueño de la empresa Juberá Recepciones, igualmente con un buen porcentaje del mercado que llega al 21.25%. Después siguiéndolos desde un menor por porcentaje se encuentra Demetriu con un 12.5%, Blues con un 11.25 y las empresas de la ciudad de Junín con un 10%. Las empresas son El Linqueño con un 6.25%, empresas de la ciudad de Buenos Aires con el 3.75% y Eco le Cua con el 2.5% del mercado.

Según lo analizado por las encuestas a los habitantes de la ciudad de Lincoln, nos encontramos con que en el mercado de empresas de servicios de catering de la ciudad, están participando no solo empresas de esta localidad, sino que también de la ciudad vecina de Junín, como es la empresa Carmen Paliöff Catering. Esta empresa realiza servicios de catering en Lincoln desde hace más de siete años, su producto se lo puede comparar con las empresas Juberá Recepciones y Adrián Sánchez, debido a que brindan un servicio completo, abarcando desde la comida hasta la mantelería y la organización de los eventos. Además sirven el mismo tipo de comida, es decir más tradicional, no



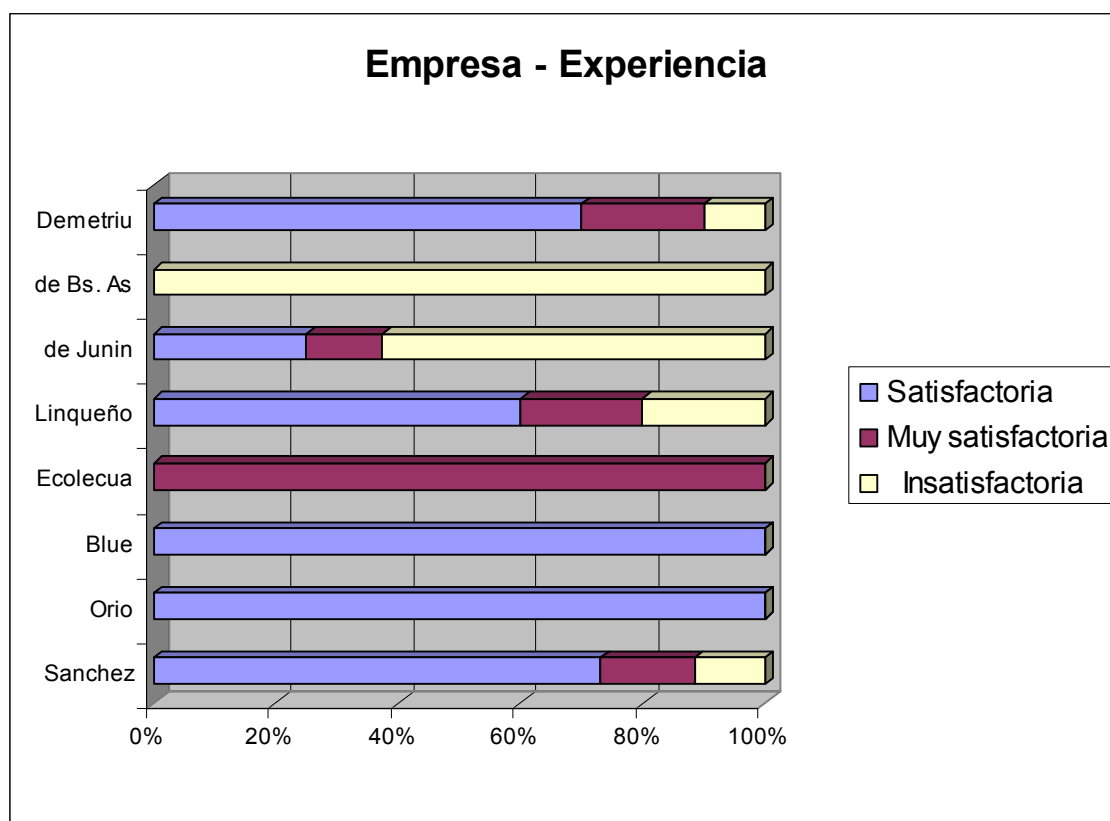
como el resto de las empresas que se especializaban en productos menos elaborados.

Una característica fundamental de esta empresa es que es contratada mayormente para bodas y en un segmento medio alto y alto.

Esta empresa debe ser considerada por las demás empresas, debido a que le esta ocupando un porcentaje considerable del mercado, así como también lo hacen las empresas que vienen desde la ciudad de Buenos Aires, que tienen como característica fundamental de brindar un servicio dirigido hacia los extractos más altos, económicamente, de la sociedad Linqueña.

➤ **Calidad del servicio de catering:**

	Sanchez	Orio	Blue	Ecolecua	Linqueño	de Junin	de Bs. As	Demetriu	TOTALES
Satisfactoria	19	17	9	0	3	2	0	7	57
Muy satisfactoria	4	0	0	2	1	1	0	2	10
Insatisfactoria	3	0	0	0	1	5	3	1	13
TOTALES	26	17	9	2	5	8	3	10	80



Lo que se puede observar en este gráfico es la calidad del servicio de catering brindado por las empresas analizadas anteriormente. Esto se obtuvo mediante las encuestas a los habitantes de la ciudad de Lincoln, a las cuales se les preguntó cómo había sido su experiencia, tanto aquellos que contrataron el



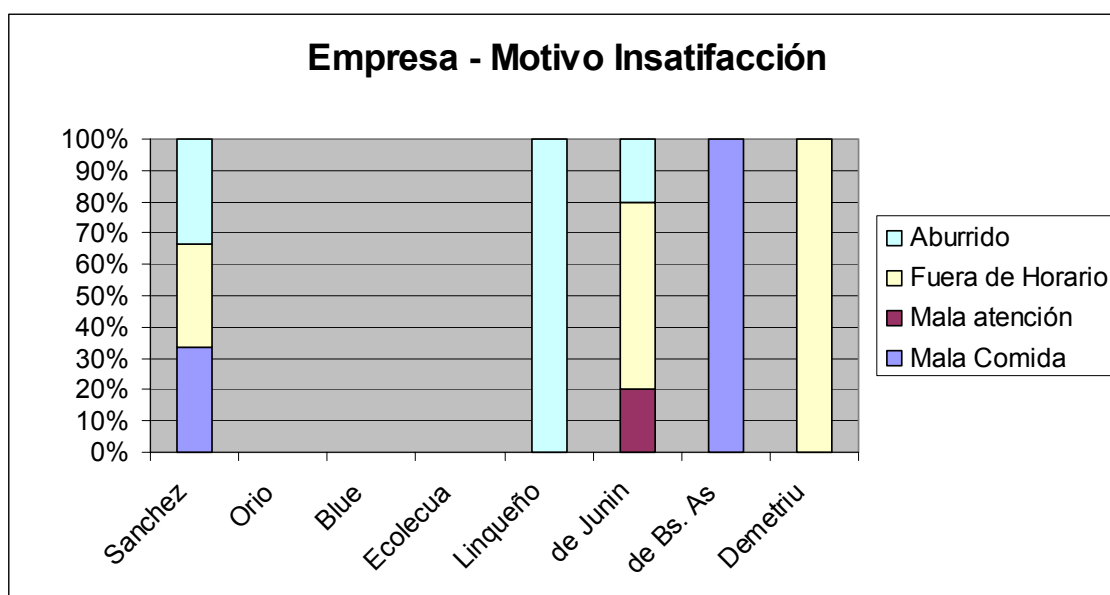
servicio, como a aquellos que solamente fueron a algún tipo de evento. A estos se les dio tres opciones, Satisfactoria, Insatisfactoria y Muy satisfactoria.

Lo que se ve en el grafico es cada una de las empresas y la experiencia de los usuarios.

Analizando que solamente Eco le Cua ha sido la única empresa que recibió la mejor categorización con un 100% de experiencia Muy Satisfactoria, en cambio, las empresas Blues y Orio, han obtenido un 100% de experiencia Satisfactoria, que no deja de ser bueno. Las empresas que tiene que revisar su servicio son Demetrio con un 10% de Insatisfacción, Sánchez con un 11.5% de Insatisfacción por parte de los demandantes, El Linqueño que les sigue con un 20%, las empresas de Junín con un 62.5% y finalmente las empresas de Buenos Aires con un 100% de malas experiencias en su servicio.

Además de analizar la insatisfacción les preguntamos el porque de la situación y estas son las respuestas:

	Sanchez	Orio	Blue	Ecolecua	Linqueño	de Junin	de Bs. As	Demetriu	TOTALES
Mala Comida	1	0	0	0	0	0	3	0	4
Mala atención	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Fuera de Horario	1	0	0	0	0	3	0	1	5
Aburrido	1	0	0	0	1	1	0	0	3
TOTALES	3	0	0	0	1	5	3	1	13



En este gráfico se analiza aquellas empresas que fueron calificadas con una calidad Insatisfactoria y se puede observar el motivo de la misma.

La empresa que menor porcentaje de insatisfacción tiene es Demetriu y el problema que se observa es la de brindar el servicio fuera de horario, en cambio en la empresa Sánchez los motivos de insatisfacción se divide en Aburrido, Fuera de Horario y Mala Comida, los tres tienen el mismo porcentaje. Quien le sigue en porcentaje de insatisfacción es El Linqueño, el cual tiene



como inconveniente es que el servicio es aburrido, en cambio para las empresas de Junín el problema se divide en un 20% lo considera aburrido, otro tanto que tiene una mala atención y en un 60% que brinda el servicio fuera de horario. Por último están las empresas de Buenos Aires que tiene un 100% de insatisfacción y se centra en que la comida es mala.

Aunque los porcentajes de insatisfacción son pocos, este análisis debe ser tomado con mucha conciencia por los dueños de las empresas de catering. Porque pueden ser indicadores para problemas futuros o solamente inconvenientes ya resueltos.

➤ **Eventos que más se realizan:**

	Casamiento	Cumpleaño en general	Fiesta de fin de curso	Reuniones empresariales	Cumpleaños de 15	Despedida de año	Noche de los destacados	Ferías
Organizaron	6	3	0	3	8	0	0	0
Fueron	16	16	0	9	39	0	1	9
Total	22	19	0	12	47	0	1	9



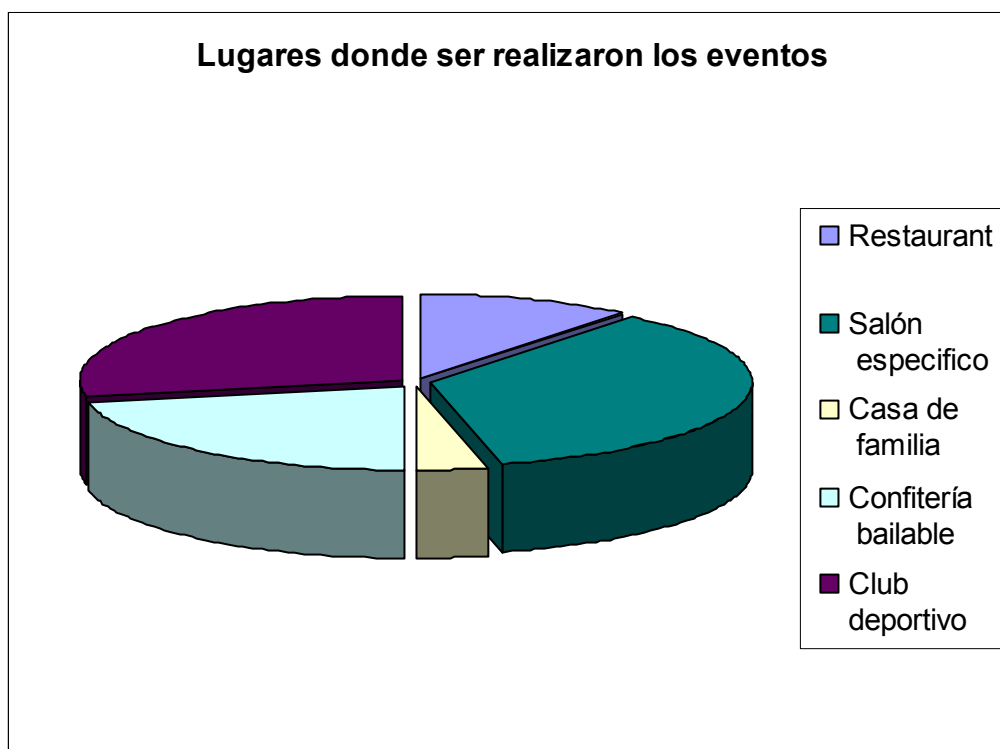
Lo que se puede observar es la lista de los eventos que más se realizan en la ciudad de Lincoln, este dato lo obtuve de las entrevistas con los informantes claves, el porcentaje de cada uno de estos, en cambio lo obtuve de las encuestas realizadas a la población de Lincoln. De lo que se puede concluir que ambos coinciden en que el evento que más se realiza es el de cumpleaños de 15, siguiéndolo los casamientos. Después se encuentran los cumpleaños y reuniones empresariales entre un 20% y 10%, luego están las Ferias con un 8% y la noche de los destacados con un 1%. El resto de los eventos



nombrados por los dueños de las empresas de catering para celebraciones, no se han realizado todavía en el año 2007, debido a que son eventos que se realizan en los meses últimos del año.

➤ **Análisis de la infraestructura existente para la realización de eventos**

Lugares donde se realizaron los eventos	TOTALES	Restaurant	Salón específico	Casa de familia	Confitería bailable	Club deportivo
TOTALES	110	12	39	4	24	31



En este gráfico se observa los lugares en donde se han realizado los servicios de catering, el dato se obtuvo mediante el análisis de las encuestas, lo que determina es que el más utilizado son los salones específicos, que esta compuesto por La Asociación Rural de Lincoln, el salón de Adrián Sánchez, River Plate, Taxia Eventos, Asociación Española. Luego se encuentran los clubes deportivos, que es el Club Rivadavia, siguiendo las confiterías bailables, que son dos La Esquina disco y Ego. En cuarto lugar está el restaurant El Linqueño y Eco le Cua, y finalizando la lista están las casas de familias.



7. Conclusión final

La empresa de catering para celebraciones pertenece a unas de las industrias más crecientes en la actualidad, la de servicios, o la industria sin chimeneas como la denominan muchos. Este tipo de comercialización tiene un surgimiento no muy lejano, coincidiendo su mayor explosión y difusión, en el siglo pasado, donde se fueron dando diferentes acontecimientos que le fueron dando forma a la industria del servicio. Tales como la liberación femenina, su llegada al trabajo; hechos que se fueron acrecentando con el correr de los tiempos, llegando a ser algo muy común en este siglo.

Aunque la industria de los servicios no era conocida como tal, las empresas que enlazan la comida, la bebida y la acción de hacerlo fuera de la casa viene desde mucho antes, como se puede ver en las Pulperías, que existían tanto en la parte rural como en la urbana de la República Argentina.

Pero volviendo a lo que es el servicio de catering, podemos hacer una comparación del menú que se servía en 1918 en la ciudad de Lincoln, en el cual la comida estaba compuesta por mayonesa de gallina, fideos finos y de postre podía encontrarse crema moka o frutas surtidas. Comparándolo con los menús que hoy brindan las empresas de catering en Lincoln, no tiene mucha similitud, debido a que se suele realizar asados, pollo arrollado y algo de copetín, o algunos se especializan en pastas como Eco Le Cua, o en pizzas y picadas, de manera más informal como lo hacen tanto Blues y Demetrio.

Gracias al estudio que se ha hecho, he podido determinar algunas características en el catering de Lincoln, y también algunas características del mercado.

Las características más relevantes son las impuestas por los gustos de los demandantes y de los clientes potenciales, estos tienen como preferencia la calidad, que envuelve tanto al servicio como la comida, debido a que la población de Lincoln se caracteriza por ser de buen comer, según lo dicho por los dueños de las empresas de catering, además de ser una de las características más repetidas en la entrevista.

También determine que la diferencia que separa a las diferentes empresas, se da en los diferentes menús principalmente, diferenciando a cuatro grupos, aquellas



que brindan un servicio más típico que son Sánchez y Orio, luego algo más específico como lo realizado por Eco Le Cua, también esta lo informal y más rápido como es el servicio de pizzas de Blues y Demetrio, y para finalizar están los servicios de las ciudades de Junín y Buenos Aires que se caracterizan en ser innovadores. Según estas características podemos obtener otra característica de la población de Lincoln, debido a que la mayor demanda la tienen las empresas que dan un servicio tradicional, obteniendo más de la mitad del mercado.

Otra de las cualidades que se puede observar de los demandantes es que aunque más de la mitad de la población ha concurrido a algún tipo de evento donde había servicio de catering menos del 14% lo contrató, demostrándose de esta manera que la mayoría de los eventos son con una gran cantidad de invitados. Además el motivo de más demanda son los cumpleaños de 15 y los casamientos. Y que la clase más demandante es la Media Alta y las Alta 1 y 2, debido a que no es un bien de necesidad primaria.

Todas estas conclusiones, demuestran que la hipótesis no esta del todo correcta, debido a que la oferta es buena en calidad; según la mayoría de los encuestados además de la cantidad de empresas que brindan el servicio parece ser suficiente para la demanda existente. Aunque lo que me ha surgido después del análisis es que hay un nicho no explotado, y mi propuesta es la siguiente:

La propuesta se enfoca en uno de los nichos menos explotados, como son los eventos cotidianos, que la mayoría de la población celebra que son los cumpleaños. Proponiendo un servicio clásico, de menos valor y fomentar la celebración de estos eventos en la propia casa, y con la ventaja de que se tiene que desligar de las tareas más tediosas y cansadoras, y que solamente se tiene que preocupar de disfrutar y divertirse. De esta manera se puede conjugar las características más votadas como buena comida, diversión, bebida y un buen servicio de mozos. Esto le permitirá a la persona que desean y espera que todo su evento sea el mejor y que su sueño se convierta en sonrisas...



8. Bibliografía

1. Cafferata Dario A. LINCOLN. Una historia desconocida. Editorial Grafer Chivilcoy, provincia de Buenos Aires Argentina 2004.
2. Kotler Philip, Bower John y Makens James. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Editorial Prantice may. México, 1997
3. Taylor Eunice y Taylor Jerry. Fundamentos de la Teoría y Práctica del Catering. Editorial Acribia S.A.. Zaragoza, España, 2001.
4. Devoto Fernando y Madero Marta. Historia de la vida privada en Argentina. País Antiguo. De la colonia a 1810. Tomo I. Editorial Santillana, septiembre de 1999, Aguilar, Taurus, Alfaguera S.A., Bs. As. Argentina.
5. Devoto Fernando y Madero Marta. **La Argentina plural 1870-1930 Tomo II.** Editorial Santillana, septiembre de 1999, Aguilar, Taurus, Alfaguera S.A., Bs. As. Argentina.
6. Doctor Victor Tau Anzoátegui. **Inmigración en Argentina** Editorial Planeta Argentina S.A.I.C. Buenos Aires, Argentina, 2000
7. Devoto Fernando y Madero Marta. **La Argentina entre multitudes y soledades de los años 30 a la actualidad. Tomo III.** Editorial Santillana, septiembre de 1999, Aguilar, Taurus, Alfaguera S.A., Bs. As. Argentina.
8. Mc. Carthy Jerome y Perreault William D.. **Marketing, teoría y práctica.** Undécima edición. Editorial Irwin. Madrid, España, 1993.
9. Rubio José y Varas Jesús. **El Análisis de la realidad en la intervención social, Métodos y Técnicas de investigación.** Editorial CCs. Madrid, España.
10. Sabino Carlos A.. **el proceso de investigación.** Editorial Lumen-Humanitas. 3ra edición Impreso en Argentina, 1996.
11. Banegas Fortunato. **Historia del Pueblo de Lincoln.** Editorial El Trébol, Capital Federal, Argentina mayo de 1984
12. Tauber Fernando, Delucchi Diego, Longo Jorge, Bognanni Lidia. **Lincoln reflexiones y datos para una estrategia de desarrollo.** Argentina julio de 2000.



13. Fragoso José Nanclares. **Marketing y Planificación para Restaurantes**. Editorial Paraninfo. Australia, 2001.
14. <http://www.eumed.net/cursecon/dic/O.htm#oferta> 25 de junio de 2007
15. <http://www.eumed.net/cursecon/dic/D.htm#demanda%20de%20dinero>. 25 de junio de 2007
16. Shmeichiel Norah. **Índice de nivel socioeconómico Argentino, 1996. Principales localidades**. Asociación Argentina de Marketing



Adrián Sánchez

1. ¿Cuales son los eventos que más se han realizado en la ciudad de Lincoln en el año 2007?
Cumpleaños de 15 es el que más se realiza. Luego los que seguirían son casamientos, y para fin de año serían los de fines de curso y despedida de año de las escuelas.
2. ¿Usted a estos eventos que servicios le ofrece?
Para los casamientos se realiza algo cada una hora algo diferente: recepción, plato caliente, postre, torta, mesa de dulce, traspase y desayuno.
Para cumpleaños de 15 se hace una recepción mas chica con bandeja, plato frío de fiambre, plato caliente, postre, mesa de dulce y desayuno.
En las fiestas de fin de año, plato frío, plato caliente, postre y una torta.
3. ¿Cuales de estos servicios tienen mayor demanda?
Algo intermedio, un plato frío, plato caliente, postre y mesa de dulce.
4. ¿Algunos de esos servicios son característicos de la ciudad de Lincoln?
No, lo que predomina acá es el buen comer. En otros lugares se tiene en cuenta la porción.
5. ¿Según el nivel socioeconómico de los demandantes varía el servicio?
Si, porque se agregan diferentes detalles, plato de sitio, tres copas, fundas.
6. ¿Qué nivel socioeconómico es el mayor demandante de su servicio de catering?
La clase media.
7. ¿Cuál es su máxima capacidad de producción?
En un solo evento hasta 800 personas. En una sola noche, en tres eventos hasta 1.000 personas. Lo más común es entre 100 hasta 150 personas.
8. ¿Cuáles son las etapas más frecuentes para la organización de un evento de catering?
Se realizan entre 7 u 8 reuniones.
9. ¿Qué características cree usted que puede tener un servicio de catering?
Según los gustos de cada consumidor.
Los horarios, los cuales se van planeando en las reuniones. Además la innovación en los manteles y en la vajilla.



Pizzas Demetriu's

1. ¿Cuales son los eventos que más se han realizado en la ciudad de Lincoln en el año 2007?
Cumpleaños de 15, despedidas en los términos de curso.
2. ¿Usted a estos eventos que servicios le ofrece?
Completo desde la comida que se compone de sándwich fríos, diferentes tipos de pizza, empanadas y postre. Además de los mozos, vajilla, mesas, sillas, bebida también.
3. ¿Cuales de estos servicios tienen mayor demanda?
Como la pizza es mi especialidad, es lo que seguro me piden.
4. ¿Algunos de esos servicios son característicos de la ciudad de Lincoln?
No sabría decirte, yo creo que no.
5. ¿Según el nivel socioeconómico de los demandantes varía el servicio?
Puede ser que mi servicio que yo brindo es uno de los más económicos.
6. ¿Qué nivel socioeconómico es el mayor demandante de su servicio de catering?
El intermedio.
7. ¿Cuál es su máxima capacidad de producción?
Hasta 300, como es un servicio que se puede comer sin cubiertos, y en los boliches se puede hacer hasta 450 personas
8. ¿Cuáles son las etapas más frecuentes para la organización de un evento de catering?
Unos días antes preparo la vajilla, avisar a los mozos, y si el salón no tiene sillas ni mesas, hay que conseguirlas y acomodarlas.
9. ¿Qué características cree usted que puede tener un servicio de catering?
Según los gustos de cada consumidor.
Puntualidad es lo que más exigen, que salga todo bien y la calidad del menú. Además mi servicio se caracteriza por la informalidad.



Pedro Porta de Eco le Cua

1. ¿Cuales son los eventos que más se has realizado en la ciudad de Lincoln en el año 2007?

Es variado desde empresariales, como casamientos y fiestas de cumpleaños, últimamente con el tema del agro las empresas multinacionales hacen reuniones.

2. ¿Usted a estos eventos que servicios le ofrece?

Completo, desde el catering, la comida, bebida, vajilla, el servicio y hasta algunas veces el salón.

3. ¿Cuales de estos servicios tienen mayor demanda?

El catering, a veces más que la bebida que pude venir por otro lado.

4. ¿Algunos de esos servicios son característicos de la ciudad de Lincoln?

Normalmente por la zona puede ser la carne, aunque no es lo que yo le brindo porque me especializa es pescado, pizza y pastas.

5. ¿Según el nivel socioeconómico de los demandantes varía el servicio?

No tanto, porque lo que la gente cree es que los menús pueden ser muy diferentes, pero no es así porque lo que más costoso no es la comida sino todo lo que se tiene que mover alrededor, que no varía.

6. ¿Qué nivel socioeconómico es el mayor demandante de su servicio de catering?

La clase media

7. ¿Cuál es su máxima capacidad de producción?

Lo que mas hice son 200, 300, con un promedio de 150 personas.

8. ¿Cuáles son las etapas más frecuentes para la organización de un evento de catering?

Básicamente como estamos en el interior todo varía mucho es todo más de palabra, pero la entrevista con el cliente la hago, y se tiene que tener en cuenta que puedan faltar algunos productos, por la existencia o por el precio, además de darles ideas y después hasta una semana antes del evento no nos vemos.

9. ¿Qué características cree usted que puede tener un servicio de catering?

Según los gustos de cada consumidor.

Depende cual sea el evento, hay cumpleaños de 40 y 50 que son muy informales, lo más formal es el casamiento, generalmente la exigencia pasa por la calidad, no tanto con la puntualidad. A la innovación yo le doy importancia, e intento influir a los clientes, para que elijan algo nuevo.



Blues

1. ¿Cuales son los eventos que más se han realizado en la ciudad de Lincoln en el año 2007?
Fiesta de 15 y casamientos pero en menor cantidad.
2. ¿Usted a estos eventos que servicios le ofrece?
Servicio de pizza, entrada, tabla de fiambre, postre.
3. ¿Cuales de estos servicios tienen mayor demanda?
Pizza, los platos más elaborados no me han pedido.
4. ¿Algunos de esos servicios son característicos de la ciudad de Lincoln?
No
5. ¿Según el nivel socioeconómico de los demandantes varía el servicio?
Algunos piden, la tabla de fiambre y una recepción, en cambio otros van directamente a la pizza. Además cambian las mesas, que están vestidas, y algunas veces comen de parado.
6. ¿Qué nivel socioeconómico es el mayor demandante de su servicio de catering?
Medio, y bajo.
7. ¿Cuál es su máxima capacidad de producción?
Hicimos la fiesta de los destacados que había 450 personas y tranquilamente podemos hacer hasta 600.
8. ¿Cuáles son las etapas más frecuentes para la organización de un evento de catering?
Una o dos reuniones, después la ubicación de las mesas queda a cargo nuestro.
9. ¿Qué características cree usted que puede tener un servicio de catering?
Según los gustos de cada consumidor.
La calidad, y el servicio es fundamental, que los mozos sean activos y que trabajen.



Jubera Recepciones

1. ¿Cuales son los eventos que más se han realizado en la ciudad de Lincoln en el año 2007?
Cumpleaños de 15 y casamientos
2. ¿Usted a estos eventos que servicios le ofrece?
Le brindo un servicio completo, entrada, plato principal y postre. Además del servicio de mozos y la contratación de la música y del que filma también.
3. ¿Cuales de estos servicios tienen mayor demanda?
Un servicio básico, con una recepción y un plato principal.
4. ¿Algunos de esos servicios son característicos de la ciudad de Lincoln?
No, para nada.
5. ¿Según el nivel socioeconómico de los demandantes varía el servicio?
Si porque le van agregando diferentes cosas al servicio.
6. ¿Qué nivel socioeconómico es el mayor demandante de su servicio de catering?
La clase media.
7. ¿Cuál es su máxima capacidad de producción?
Hice hasta mil personas, aunque ahora ya no lo estoy tomando a estos eventos tan grandes, que la mayoría son ferias y hay que andar todo el día.
8. ¿Cuáles son las etapas más frecuentes para la organización de un evento de catering?
Una reunión para arreglar el tema de la comida y no mucho más.
9. ¿Qué características cree usted que puede tener un servicio de catering?
Según los gustos de cada consumidor.
La calidad de la comida y la puntualidad creo que es lo que más exigen.