Proyecto de Investigación en Territorio "SMT en Datos"
Evaluación de la experiencia ciudadana en eventos organizados por la Municipalidad de San Miguel de Tucumán

Presentación

El presente documento describe el **"Proyecto de investigación en territorio SMT en Datos",** una iniciativa impulsada por la Municipalidad de SMT. Este proyecto tiene como objetivo general recopilar información detallada sobre la experiencia de los asistentes a diversos eventos masivos organizados en la ciudad.

Esta investigación se fundamenta en la necesidad de comprender en profundidad las percepciones, expectativas y comportamientos de los ciudadanos que participan en estas actividades. El fin último es evaluar y posibilitar mejoras sustanciales en futuros proyectos de características similares planificados por la Municipalidad de SMT. La realización de eventos masivos representa una parte importante de la interacción entre la administración municipal y la ciudadanía, por lo que resulta crucial contar con información empírica que permita conocer en profundidad las expectativas, necesidades y el comportamiento de los asistentes.

A través de este proyecto, se busca obtener *insights* valiosos que contribuyan a optimizar el servicio ofrecido a los ciudadanos y la organización general de los eventos, considerando que estos a menudo son producto de una articulación público-privada. Los hallazgos de esta investigación permitirán identificar aquellos aspectos específicos de los eventos que requieren mejoras y que deben ser relevados y tenidos en cuenta para presentaciones futuras. La información recabada también posibilitará calcular la concurrencia y el nivel de satisfacción de los ciudadanos con las instalaciones y la organización de la seguridad del evento.

Objetivo General

Recopilar información sobre la experiencia de los asistentes a cada evento para identificar cuáles son las percepciones de los presentes y evaluar posibles mejoras en futuros proyectos de iguales características planificados por la Municipalidad de SMT.

Objetivos Específicos

- **Conocer las expectativas, necesidades y comportamiento de los asistentes** en eventos masivos organizados por la Municipalidad de SMT.
- **Evaluar el servicio a los ciudadanos y la organización del evento,** siendo el mismo producto de una articulación público-privada.
- **Identificar qué aspectos del evento necesitan mejoras** que pueden ser relevadas y tenidas en cuenta para futuras presentaciones.
- **Calcular la concurrencia y el nivel de satisfacción de los ciudadanos** con las instalaciones y la organización de la seguridad del evento.

Marco Metodológico

Este proyecto de investigación se define en función de los objetivos específicos planteados para la comprensión y evaluación de la experiencia de los asistentes a los eventos organizados por la Municipalidad de SMT. La estrategia metodológica general se centra en la recopilación y análisis de datos primarios provenientes directamente de los participantes de los eventos, a través de instrumentos cuantitativos y cualitativos. Para alcanzar los objetivos específicos, se propone la implementación de las siguientes etapas y métodos:

1. Identificación de las expectativas, necesidades y comportamiento de los asistentes: Se emplearán métodos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos mediante la realización de **encuestas de tipo estructurada y semi-estructurada,** a realizarse durante el evento para obtener información sobre las motivaciones de asistencia, las necesidades expresadas y las observaciones sobre su comportamiento dentro del evento.

2. Evaluación del servicio a los ciudadanos y la organización del evento: Para evaluar la calidad del servicio y la organización, se incluirán en los instrumentos de recolección de datos **escalas de valoración y preguntas específicas** dirigidas a conocer la percepción de los asistentes sobre aspectos como la información proporcionada, la atención del personal, la fluidez en el desarrollo del evento, la señalización, entre otros. Se buscará identificar tanto los aspectos positivos como las áreas de oportunidad en la gestión del evento.

3. Identificación de aspectos del evento que necesitan mejoras: A través del análisis de las respuestas obtenidas en las encuestas y otros métodos cualitativos, se procederá a identificar los patrones de insatisfacción o las sugerencias de los asistentes. Se priorizarán aquellos aspectos que sean mencionados con mayor frecuencia o que tengan un impacto significativo en la experiencia general.

4. Cálculo de la concurrencia y el nivel de satisfacción con las instalaciones y la seguridad: La concurrencia se determinará a través de los registros de asistencia disponibles para cada evento y cantidad de entradas vendidas de forma física y virtual. El nivel de satisfacción con las instalaciones (accesibilidad, comodidad, limpieza, etc.) y la organización de la seguridad se evaluará mediante preguntas específicas en las encuestas, utilizando escalas de valoración para cuantificar el nivel de satisfacción de los asistentes.

5. Análisis de datos: El análisis de los datos recopilados se realizará mediante **técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales para los datos cuantitativos,** permitiendo calcular frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar, así como identificar posibles correlaciones entre diferentes variables. Los datos cualitativos serán analizados mediante **análisis de contenido** para identificar temas recurrentes y patrones significativos en las experiencias y percepciones de los asistentes.



Para este estudio se utilizó una **muestra probabilística aleatoria simple,** compuesta por **249 personas encuestadas de manera presencial** durante el recital de la banda Bandana, realizado el 4 de julio de 2026 en el Palacio de los Deportes de San Miguel de Tucumán.

El número correspondiente de asistentes es **742** (aforo informado del evento). La muestra representa un **33,6% del total de asistentes,** permitiendo trabajar con un **nivel de confianza del 95%** y un **margen de error estadístico de ±5,1%,** parámetros que otorgan validez científica a los resultados obtenidos.

La **recolección de datos** se realizó a través de **planillas digitales individuales,** cargadas online mediante la plataforma **Surveyheart.** El cuestionario incluyó **preguntas cerradas, de opción múltiple y abiertas,** lo que permitió combinar un abordaje **cuantitativo y cualitativo** de las percepciones ciudadanas.

Los datos fueron luego **exportados de manera offline a una planilla Excel,** donde se consolidaron y analizaron estadísticamente. Este procedimiento garantizó la trazabilidad y sistematización de la información, fortaleciendo la transparencia del proceso y facilitando su posterior visualización, interpretación y difusión pública.

Esta metodología se inscribe en un enfoque de investigación social aplicada en territorio, orientada a la mejora continua de las políticas culturales del municipio. Permitiendo captar tanto **información cuantitativa** (frecuencias, porcentajes, medias) como **cualitativa** (opiniones espontáneas y percepciones) sobre la experiencia de los asistentes.

Resultados esperados

Los resultados de este proyecto de investigación proporcionarán información valiosa para la Municipalidad de SMT, permitiendo tomar **decisiones informadas para la planificación y ejecución de futuros eventos,** con el objetivo de mejorar continuamente la experiencia de los ciudadanos. Esta iniciativa forma parte del compromiso municipal con la mejora continua, la transparencia y la participación ciudadana.

Evento Evaluado: Concierto de Bandana
Fecha: 4 de julio de 2026
Lugar: Palacio de los Deportes - SMT
Asistentes: 742 personas (aforo total del evento).

Resultados de investigación

Se encuestaron **249 personas** durante el evento, según el análisis de la planilla de datos.

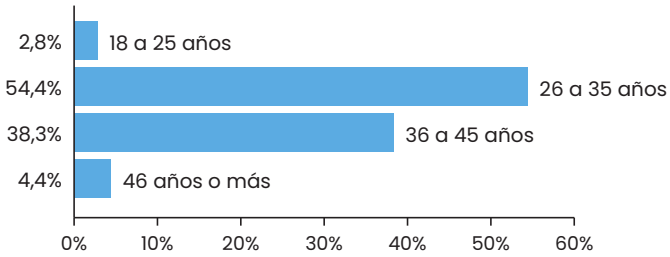
- **33,6 %** Representa el total de los asistentes.
- **95%** de Confianza
- **± 5,1%** de margen de error
- Se encuestó de manera aleatoria a hombres y mujeres.

Hallazgos de investigación

1. Características Generales del Público:

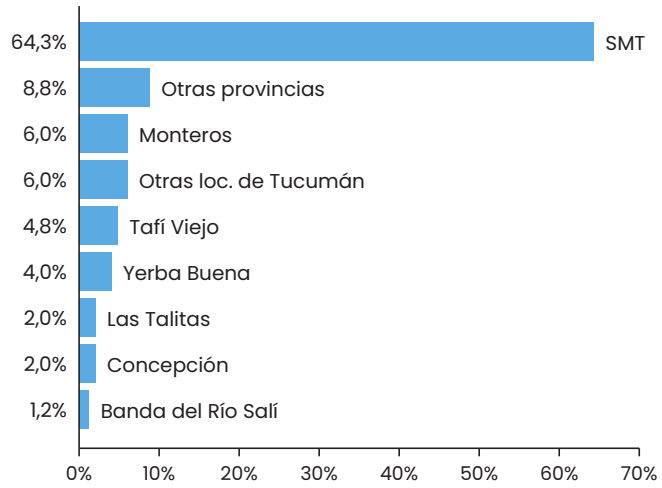
- El **promedio de edad** de los asistentes fue de **35 años,** con un rango que va desde los **18** hasta los **64 años.**
- La **edad más frecuente** fue **35 años.**
- El **92,7%** del público tiene **entre 26 y 45 años:** se trata de la convocatoria más concentrada en un mismo grupo etario de la serie de estudios, coherente con una generación que acompañó a la banda en sus inicios.
- **Aforo por género:**
  - **74,3%** Mujeres
  - **24,5%** Hombres
  - **1,2%** No binario

Se observa un **marcado predominio femenino,** muy superior al de eventos anteriores (Las Pelotas 54,8%; Estelares 59,3%; Virus 55%), en línea con el público histórico de la banda.



Distribución de asistentes por rango de edad (sobre 248 respuestas válidas).

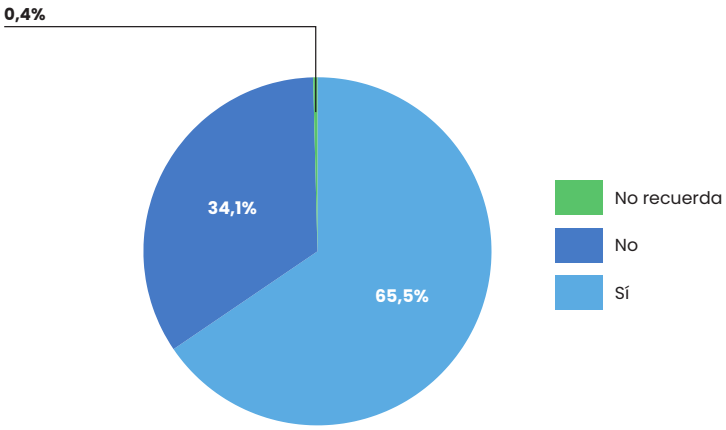
2. Procedencia:



- **San Miguel de Tucumán:** 64,3%
- **Monteros:** 6,0%
- **Tafí Viejo:** 4,8%
- **Yerba Buena:** 4,0%
- **Las Talitas:** 2,0%
- **Concepción:** 2,0%
- **Banda del Río Salí:** 1,2%
- **Otras localidades de Tucumán (menos del 1% cada una):** 6,0% (La Cocha, Famaillá, Río Seco, San Andrés, Aguilares, Lules, Burruyacu, entre otras)
- **Otras provincias:** 8,8% (Salta 3,2%; Jujuy 2,0%; Catamarca 1,2%; Santiago del Estero 0,8%; Buenos Aires y Mendoza 1,6%)
- **No respondieron:** 0,8%

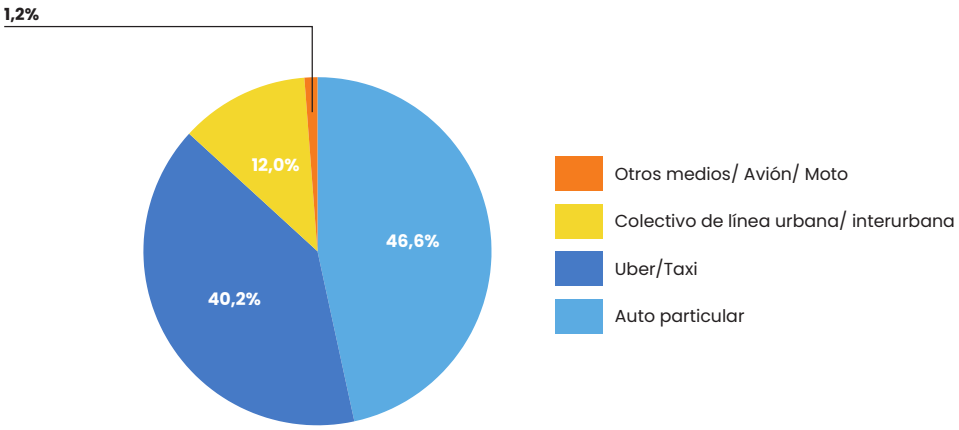
Esto significa que, según el análisis de las encuestas, **predominó el público local** —casi dos de cada tres asistentes provinieron de la capital—, con un **aporte destacado de otras provincias (8,8%),** principalmente del NOA, lo que evidencia la capacidad del evento para atraer visitantes de la región.

Por otro lado, el **65,5%** era la primera vez que asistía al Palacio de los Deportes y el **34,1%** ya había asistido. Dato que confirma que el espacio logra **convocar nuevos públicos y ampliar su alcance cultural,** con una proporción de primeras visitas similar a la del concierto de Virus (65%) y superior a la de Las Pelotas (51,8%).



3. Transporte:

- **Auto particular:** 46,6%
- **Uber/Taxi:** 40,2%
- **Colectivo de línea urbana/interurbana:** 12,0% (urbana 6,4%; interurbana 5,6%)
- **Otros medios/Avión/Moto:** 1,2%



El análisis de estos datos muestra que el **transporte privado** fue la opción predominante para llegar al evento: **el auto particular (46,6%)** y **Uber/Taxi (40,2%)** suman el **86,8%** de las respuestas. Esto sugiere que los asistentes priorizan la comodidad y la rapidez para su traslado, algo esperable en un evento nocturno de invierno.

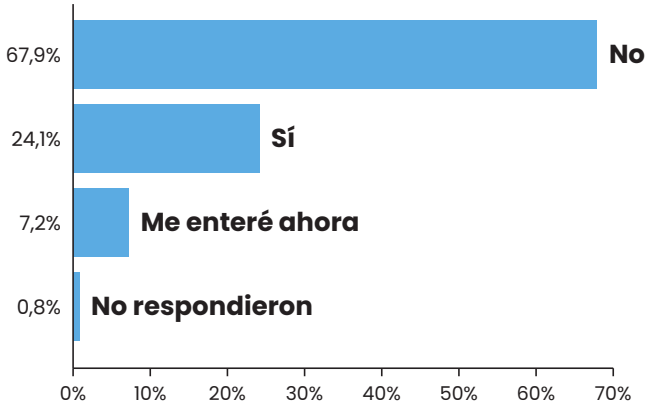
El uso de **Uber/Taxi** alcanza el valor más alto de los últimos estudios (Las Pelotas 37,3%; Estelares 30,3%), mientras que el **colectivo urbano/interurbano (12,0%)** mantiene una participación estable. La **moto** prácticamente desaparece (0,4%), probablemente por las bajas temperaturas. Esto sugiere:

- Que la gestión del estacionamiento y los accesos vehiculares siguen siendo un punto a planificar.
- La oportunidad de ordenar zonas de ascenso y descenso para Uber/Taxi, que ya representan cuatro de cada diez traslados.

4. Imagen

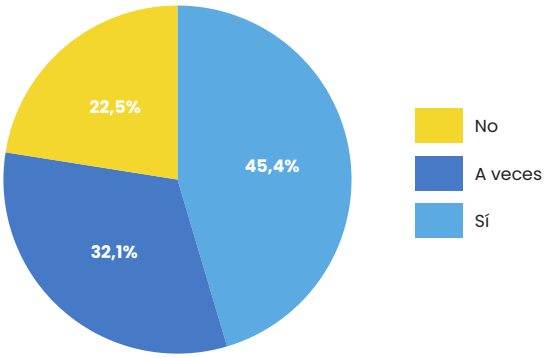
Conocimiento de la productora:

- El **67,9%** de los encuestados **no conocía a la productora** previo al evento.
- El **24,1%** afirmó conocerla.
- Un **7,2%** se enteró de su existencia en el propio evento.

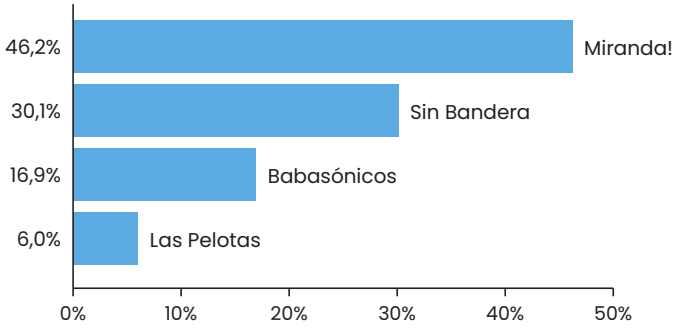


5. Perfil musical del público

Al consultar a los asistentes sobre sus preferencias musicales, el **45,4%** se considera parte del **público rockero,** un 32,1% "a veces" y un **22,5%** respondió que no. A diferencia de eventos anteriores (Las Pelotas 70%; Calamaro 69,1%), se trata de un **público más diverso y ligado al pop,** lo que confirma la capacidad del Palacio para convocar audiencias de distintos géneros.



Consultados sobre su interés en otras propuestas musicales (pregunta de opción múltiple), los asistentes manifestaron:



Se destaca **Miranda!,** que además encabeza los artistas más pedidos de manera espontánea (ver punto 8), consolidándose como una **propuesta de alta demanda** para este segmento de público.

6. Organización, infraestructura y seguridad

La gran mayoría de los asistentes encuestados sintió que el lugar fue seguro, y las calificaciones para la organización y la infraestructura fueron muy positivas.

- El **85,1%** calificó con la máxima valoración ("Muy bien") la seguridad y organización del evento, y un 11,2% la calificó como "Bien" (**96,4% de valoración positiva**), la calificación máxima más alta de los últimos estudios.



- En cuanto a la infraestructura del Palacio de los Deportes, el **75,9%** la calificó con la máxima valoración y un 18,5% como "Bien" (**94,4% positiva**). Además, el **95,2%** afirmó que le gustó el Palacio como lugar para recitales.

- El **91,6%** de los asistentes encuestados **sintió que el lugar fue seguro.**

Este alto porcentaje —en línea con Las Pelotas (91,5%) y Tekis (92%)— demuestra que la planificación y ejecución de las medidas de seguridad, el personal de staff y el entorno en general lograron generar un **ambiente de confianza** para el público.

Solo **4 personas (1,6%)** manifestaron no sentirse seguras, mientras que un **4,4%** respondió "No lo sé" y un 2,4% no contestó. Entre las sugerencias aparecen pedidos puntuales de mayor seguridad e iluminación en los alrededores del predio y de mejor trato del personal de ingreso.

Esto infiere que la seguridad del evento fue un punto fuerte, generando una experiencia positiva que contribuye directamente a la alta satisfacción y al deseo de volver a asistir.

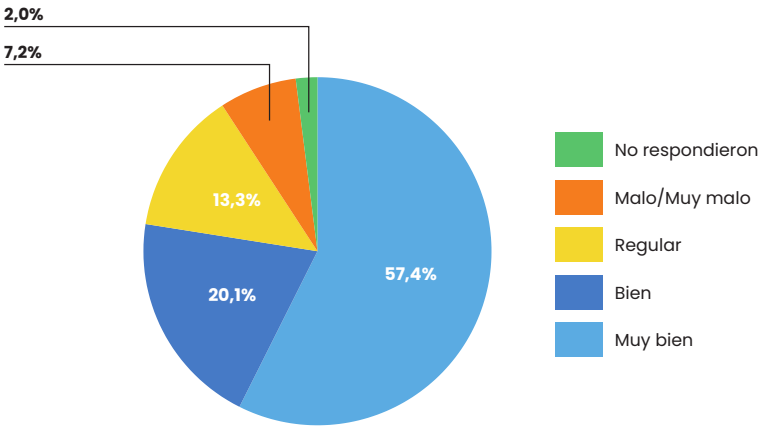
7. Gastronomía

La presencia de una oferta gastronómica variada fue considerada muy importante por la gran mayoría de los participantes.

- **90,4%** de los participantes valoraron como "**Importante**" o "**Muy importante**" la presencia de una oferta gastronómica en el lugar del evento **(66,3% "Muy importante", 24,1% "Importante").**

En cuanto a la valoración del paseo gastronómico instalado durante la actividad:

- **57,4%** calificó con la máxima valoración **(Muy bien)** el Paseo Gastronómico y un **20,1%** como "**Bien**".
- Un **13,3%** lo calificó como "Regular" y un **7,2%** como "Malo" o "Muy malo".



A diferencia de eventos anteriores, la valoración positiva del paseo gastronómico desciende (77,5% frente al 91,2% en Las Pelotas). Las sugerencias de los asistentes permiten identificar las causas: **pocos puntos de venta, filas largas para comprar bebidas, falta de venta en la parte superior** y pedidos de mayor variedad, incluyendo opciones sin TACC.

8. Descripción del evento

Las palabras más recurrentes para describir el evento, según las respuestas de los asistentes, incluyen: **“Hermoso”, “Espectacular”, “Lindo”, “Excelente”, “Muy bueno”, “Genial”, “Increíble”,** “Buenísimo”, “Divertido”, “Organizado”, “Bello”, “Fantástico”, “Épico”.

Se destaca la aparición de **“Nostálgico”** y **“Reencuentro”** entre las respuestas, que reflejan el componente emotivo de un público que acompañó a la banda en sus inicios.

Nuevos eventos - Top 5 artistas más pedidos:

Los artistas más solicitados por los asistentes para futuros eventos en el Palacio de los Deportes son:

Miranda!
Babasónicos
Sin Bandera
Jesse & Joy
Ricardo Arjona

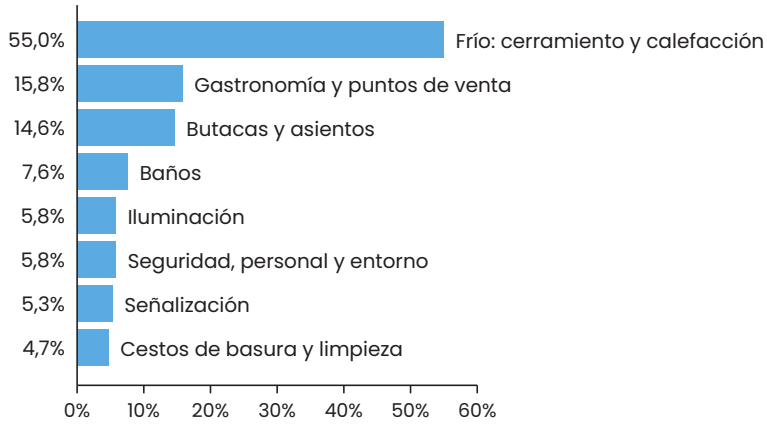
Les siguen Abel Pintos, Lali, Los Piojos, Luciano Pereyra, Tini y Rosalía.

El listado confirma el perfil **pop y latino** del público, con una fuerte preferencia por artistas y bandas que marcaron a la misma generación, lo que abre la posibilidad de una programación orientada a este segmento.



9. Mejoras sugeridas para el lugar

En respuesta a la pregunta sobre qué mejorarían del lugar, el **24,0%** de quienes respondieron indicó que "**Nada**" necesitaba mejoras. Entre quienes sí realizaron sugerencias, las temáticas más recurrentes fueron:



- **Frío: cerramiento y calefacción (55,0%):** el reclamo central del evento. Los asistentes piden cerrar o cubrir los laterales, calefacción o climatización para las fechas de invierno.
- **Gastronomía y puntos de venta (15,8%):** más puestos de comida y bebida, venta en la parte superior, menos filas y más variedad.
- **Butacas y asientos (14,6%):** butacas en las tribunas, asientos más cómodos, numeración y más espacio entre sillas.
- **Baños (7,6%):** cantidad, acceso y reposición de papel.
- **Iluminación (5,8%), seguridad y entorno (5,8%), señalización interna (5,3%)** y **cestos de basura (4,7%).**

Porcentajes calculados sobre 171 encuestados que propusieron al menos una mejora (se combinaron las dos preguntas abiertas del formulario); una misma respuesta puede mencionar más de un tema.

Conclusiones:
Los datos revelan la presencia de un **público adulto-joven muy homogéneo** (el 92,7% tiene entre 26 y 45 años), **marcadamente femenino** (74,3%) y más diverso en sus gustos musicales que en eventos anteriores: menos de la mitad se considera rockero. Dos de cada tres asistentes visitaron el Palacio de los Deportes por primera vez, y casi 9 de cada 100 llegaron desde otras provincias.

La **organización del evento** fue evaluada de manera muy positiva: el 85,1% le otorgó la máxima calificación y el 96,4% la valoró positivamente. La **infraestructura** obtuvo un 94,4% de valoración positiva, aunque el **frío** se impuso como el principal aspecto a mejorar: más de la mitad de las sugerencias pide cerramiento o calefacción para eventos de invierno.

El **paseo gastronómico** registró una valoración inferior a la de eventos anteriores, asociada a la escasez de puntos de venta y a las filas para comprar bebidas, por lo que se recomienda ampliar la oferta en futuras fechas.

Finalmente, el **91,6%** de los asistentes se sintió **seguro,** lo que se infiere como indicador positivo.

En conjunto, los resultados muestran un alto nivel de satisfacción general y un público mayoritariamente nuevo para el Palacio, lo que permite considerar al evento como una experiencia exitosa y una oportunidad para diversificar la programación.

Ficha Técnica
Ubicación: Palacio de los Deportes, Parque 9 de Julio, SMT
Fecha de relevamiento: 4 de julio de 2026
Aforo total del evento: 742 asistentes
Casos encuestados: 249 (muestra aleatoria simple)
Encuestadores: 10 personas
Error: ±5,1% · **Nivel de confianza:** 95%
Instrumento: Surveyheart digital + exportación Excel
Supervisión: Subdirección de Planificación Estratégica – Gerencia de Datos
Articulación: Secretaría de Cultura SMT

Diseño y procesamiento de la información
Unidad de Gestión del Desempeño y Evaluación