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 **330 personas encuestadas de manera presencial** durante el recital de la banda Las Pelotas, realizado el 4 de octubre de 2025 en el Palacio de los Deportes de San Miguel de Tucumán.

El número correspondiente de asistentes es **1612** (aforo informado del evento). La muestra representa un **20,5% del total de asistentes,** permitiendo trabajar con un **nivel de confianza del 95%** y un **margen de error estadístico de ±4,8%,** 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 Las Pelotas
Fecha: 4 de octubre de 2025
Lugar: Palacio de los Deportes - SMT
Asistentes: 1612 personas (aforo total del evento).

Resultados de investigación

Se encuestaron **330 personas** durante el evento, según el análisis de la planilla de datos.

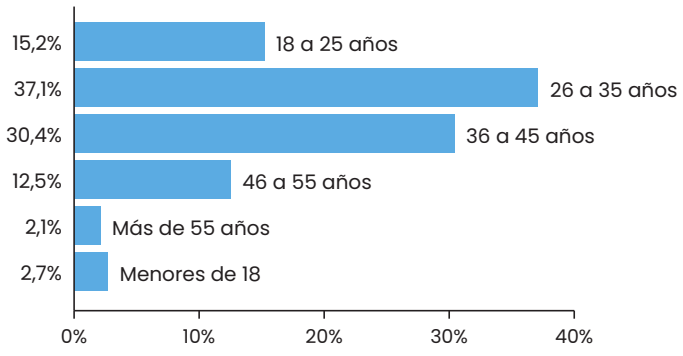
- **20,5 %** Representa el total de los asistentes.
- **95%** de Confianza
- **± 4,8%** de margen de error
- Se encuestó de manera aleatoria a hombres y mujeres.

Hallazgos de investigación

1. Características Generales del Público:

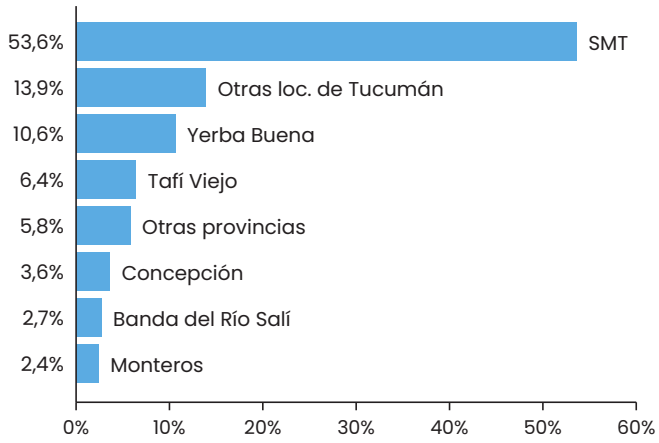
- El **promedio de edad** de los asistentes fue de **35 años,** pero la curva describe una amplia diversidad, desde los **14** hasta los **81 años.**
- La **edad más frecuente** fue **30 años.**
- El **67,5%** del público tiene **entre 26 y 45 años,** núcleo etario que define el perfil de la convocatoria.
- **Aforo por género:**
  - **54,8%** Mujeres
  - **43,9%** Hombres
  - **0,9%** Prefiere no contestar
  - **0,3%** No binario

La asistencia es equilibrada entre ambos géneros, con un **leve predominio femenino,** en línea con lo observado en los conciertos de Virus (55%) y Estelares (59,3%).



Distribución de asistentes por rango de edad (sobre 329 respuestas válidas).

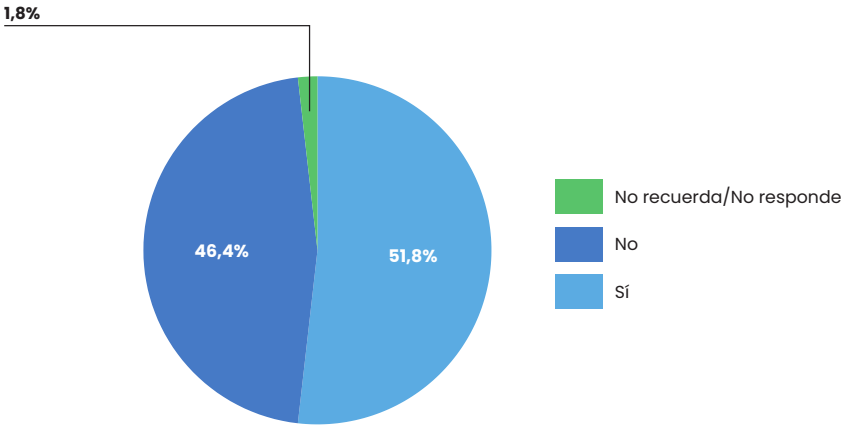
2. Procedencia:



- **San Miguel de Tucumán:** 53,6%
- **Yerba Buena:** 10,6%
- **Tafí Viejo:** 6,4%
- **Concepción:** 3,6%
- **Banda del Río Salí:** 2,7%
- **Monteros:** 2,4%
- **Otras localidades de Tucumán (menos del 2% cada una):** 13,9% (Lules, Aguilares, Juan B. Alberdi, Alderetes, Famaillá, Las Talitas, Bella Vista, Simoca, entre otras)
- **Otras provincias:** 5,8% (Santiago del Estero, Catamarca, Jujuy, Córdoba y Salta)
- **No respondieron:** 0,9%

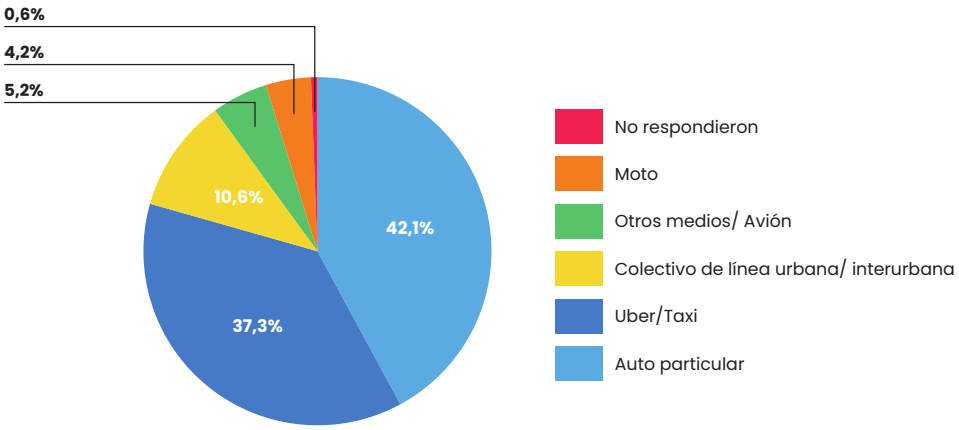
Esto significa que, según el análisis de las encuestas, **predominó el público local** —más de la mitad de los asistentes provino de la capital—, pero se registró un aporte importante del Gran San Miguel de Tucumán, del interior de la provincia y, en menor medida, de provincias vecinas, con **Santiago del Estero** a la cabeza.

Por otro lado, el **51,8%** era la primera vez que asistía al Palacio de los Deportes y el **46,4%** ya había asistido (un 1,8% no recuerda o no contestó). Dato que confirma que el espacio sostiene un **equilibrio entre la fidelización de su público habitual y la captación de nuevos públicos,** con una proporción de primeras visitas similar a la registrada en el concierto de Estelares (48,3%).



3. Transporte:

- **Auto particular:** 42,1%
- **Uber/Taxi:** 37,3%
- **Colectivo de línea urbana/interurbana:** 10,6% (urbana 6,7%; interurbana 3,9%)
- **Otros medios/Avión:** 5,2% (avión 1,8%)
- **Moto:** 4,2%
- **No respondieron:** 0,6%



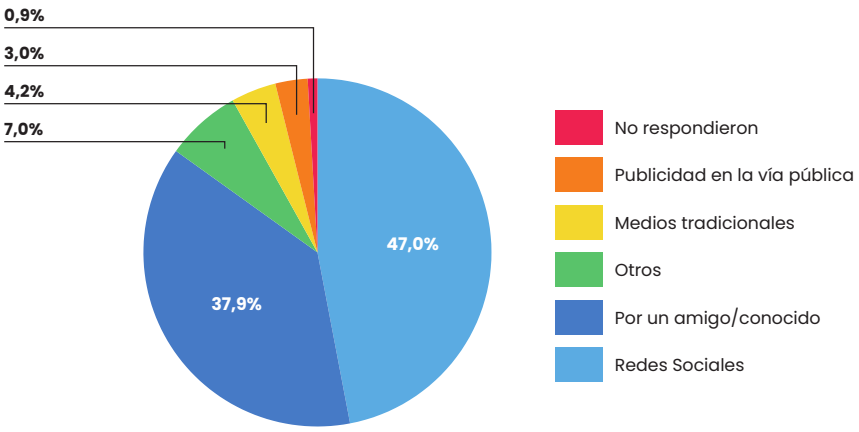
El análisis de estos datos muestra que el **transporte privado** continúa siendo la opción predominante para llegar al evento: **el auto particular (42,1%)** y **Uber/Taxi (37,3%)** suman el **79,4%** de las respuestas. Sin embargo, a diferencia del concierto de Estelares, el uso del auto propio desciende (de 56,8% a 42,1%) y crece el de **Uber/Taxi** (de 30,3% a 37,3%), lo que permite inferir una mayor conciencia vial respecto del manejo de autos particulares en un evento con venta de bebidas alcohólicas.

El **colectivo urbano/interurbano (10,6%)** muestra un leve repunte respecto del evento anterior, y la presencia de asistentes que llegaron **en avión (1,8%)** es coherente con el público proveniente de otras provincias. Esto sugiere:

- Que el estacionamiento y los accesos vehiculares siguen siendo un desafío logístico, tal como lo señalan los propios asistentes en las mejoras sugeridas.
- La oportunidad de coordinar puntos de ascenso y descenso para Uber/Taxi y reforzar frecuencias de transporte público en los horarios de ingreso y salida.

4. Difusión:

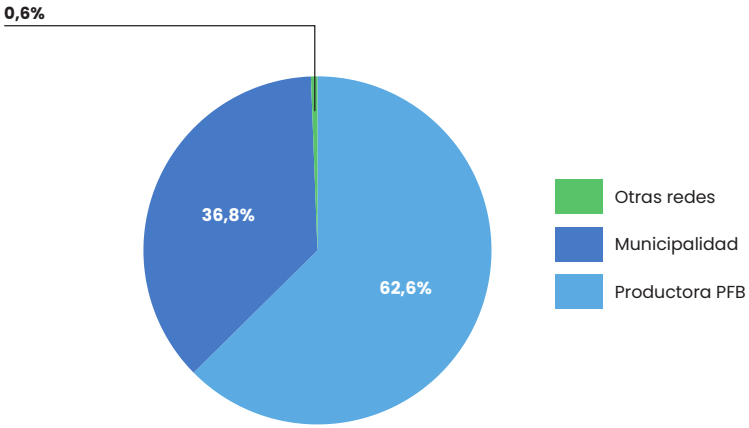
- **Redes Sociales:** 47,0% (redes de la productora PFB: 97 personas - 62,6%; redes de la Municipalidad: 57 personas - 36,8%; otras redes: 1 persona - 0,6%).
- **Por un amigo/ conocido:** 37,9%
- **Otros:** 7,0%
- **Medios tradicionales:** 4,2% (diarios/ radios /TV)
- **Publicidad en la vía pública:** 3,0%
- **No respondieron:** 0,9%



Los datos muestran que la principal vía de difusión del evento fueron las **redes sociales,** con un 47,0% de los encuestados. Dentro de este grupo, la **productora PFB** fue la más efectiva, seguida por las **redes de la Municipalidad,** que en esta oportunidad alcanzaron un peso significativamente mayor que en eventos anteriores (36,8% de las menciones en redes, frente al 19,5% en Estelares).

Es menester destacar el rol de la difusión **“boca en boca”,** que alcanzó un **37,9%,** el valor más alto registrado en la serie de estudios (Estelares 26,3%; Virus 33,1%; Tekis 27,3%). Esto refuerza la idea de que la comunicación personal y la identificación con la banda fueron claves en la convocatoria. Los medios tradicionales y la publicidad en vía pública (7,2% en conjunto) siguen aportando alcance a públicos menos digitalizados.

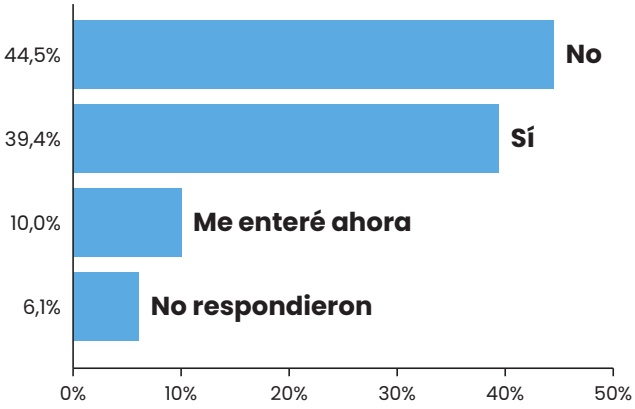
Subgráfico desprendido del análisis de Redes Sociales:



5. Imagen

Conocimiento de la productora PFB: se mantiene un nivel de reconocimiento similar al de estudios anteriores.

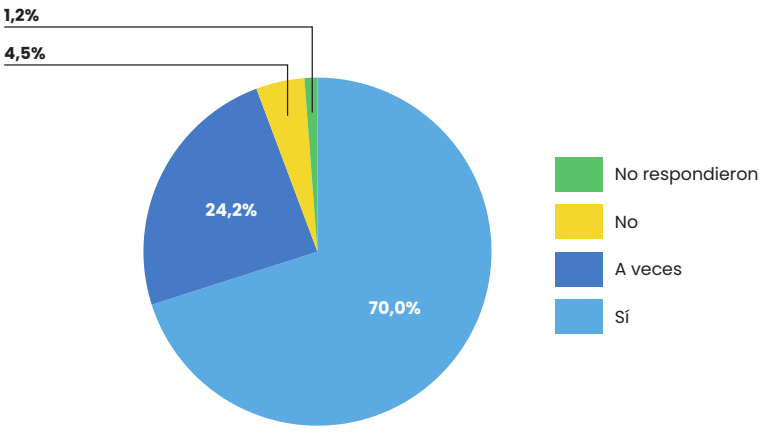
- El **44,5%** de los encuestados **no conocía a la productora** previo al evento.
- El **39,4%** afirmó conocerla.
- Un **10,0%** se enteró de su existencia en el propio evento.
- **6,1%** no respondió.



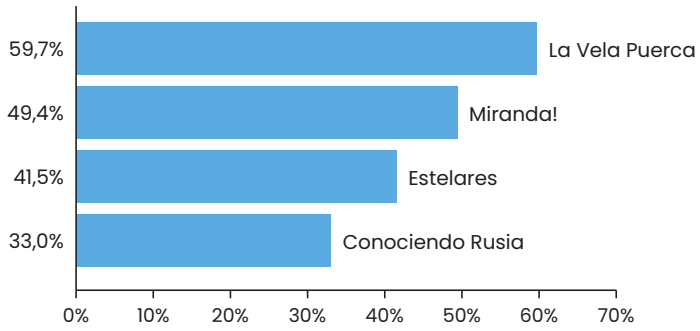
Este dato induce que, si bien la productora logra ser el canal más fuerte de difusión en términos de redes, **aún existe un déficit en el reconocimiento de su imagen de marca** dentro del público. El nivel de conocimiento se mantiene estable a lo largo de los últimos eventos (Virus 39,3%; Estelares 37,5%; Las Pelotas 39,4%), lo que sugiere la conveniencia de reforzar la presencia de marca durante el evento.

6. Perfil musical del público

Al consultar a los asistentes sobre sus preferencias musicales, el **70,0%** se considera parte del **público rockero,** un 24,2% "a veces" y solo un 4,5% respondió que no. El valor es prácticamente idéntico al registrado en el concierto de Andrés Calamaro (69,1%), lo que confirma la fuerte identificación del público con el género.



Consultados sobre su interés en bandas del mismo circuito (pregunta de opción múltiple), los asistentes manifestaron:



Se destaca **La Vela Puerca,** que además aparece en el primer lugar de los artistas más pedidos de manera espontánea (ver punto 9), consolidándose como una **propuesta de alta demanda** para el Palacio de los Deportes.

7. 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 **73,9%** calificó con la máxima valoración (“Muy bien”) la organización y seguridad del evento, y un 21,2% la calificó como “Bien” (**95,1% de valoración positiva**).



- En cuanto a la infraestructura del Palacio de los Deportes, el **74,5%** la calificó con la máxima valoración y un 21,8% como “Bien” (**96,3% positiva**). Además, el **96,4%** afirmó que le gustó el Palacio como lugar para recitales.

- El **91,5%** de los asistentes encuestados **sintió que el lugar fue seguro.**

Este alto porcentaje —superior al registrado en Estelares (88,5%) y en línea con 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 **1 persona (0,3%)** manifestó no sentirse segura, mientras que un **5,5%** respondió "No lo sé" y un 2,7% no contestó, lo que podría deberse a que **no tenían una opinión formada o no lo consideraban un factor relevante en su experiencia.**

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.

8. Gastronomía

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

- **92,1%** de los participantes valoraron como "**Importante**" o "**Muy importante**" la presencia de una oferta gastronómica en el lugar del evento **(52,1% "Muy importante", 40,0% "Importante").**

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

- **58,8%** calificó con la máxima valoración **(Muy bien)** el Paseo Gastronómico.
- **32,4%** lo calificó como "**Bien**".

Se visibiliza una valoración del paseo gastronómico constante con respecto a las alcanzadas en eventos anteriores, aunque entre las sugerencias aparecen pedidos de mayor variedad, opciones dentro del Palacio y más puestos de bebidas.

9. Descripción del evento

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

Nuevos eventos - Top 5 artistas más pedidos:

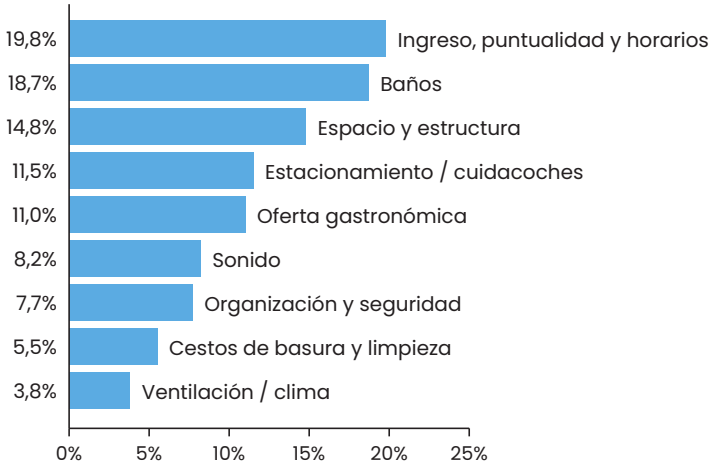
Los artistas más solicitados por los asistentes para futuros eventos en el Palacio de los Deportes son:

La Vela Puerca
Divididos
Las Pastillas del Abuelo
Los Piojos
Ciro y Los Persas / Miranda! (empatados en el quinto lugar)

Les siguen La Renga, Pity Álvarez, No Te Va Gustar y Babasónicos.

10. Mejoras sugeridas para el lugar

En respuesta a la pregunta sobre qué mejorarían del lugar, es notable que **un porcentaje significativo de encuestados (40,3% de quienes respondieron)** indicó que "**Nada**" necesitaba mejoras. Entre quienes sí realizaron sugerencias, las temáticas más recurrentes fueron:



- **Ingreso, puntualidad y horarios (19,8%):** demoras en la apertura de puertas, filas extensas y retraso en el inicio del show.
- **Baños (18,7%):** aumentar la cantidad, reponer papel y mejorar su ubicación (cerca del VIP y en el exterior).
- **Espacio y estructura (14,8%):** capacidad, más campo, estado del piso y tablones, gradas y visibilidad del escenario.
- **Estacionamiento (11,5%):** mayor organización, control de "trapitos" y accesos para Uber/Taxi.
- **Oferta gastronómica (11,0%):** más variedad de comidas y bebidas, opciones dentro del Palacio y precios.
- **Sonido (8,2%), organización y seguridad (7,7%), cestos de basura (5,5%)** y **ventilación (3,8%).**

Porcentajes calculados sobre 182 encuestados que propusieron al menos una mejora; una misma respuesta puede mencionar más de un tema.

Conclusiones:
Los datos revelan la presencia de un **público adulto-joven** (promedio de 35 años), con leve predominio femenino, **fuertemente identificado con el rock** (70%) y mayoritariamente local, con un aporte relevante del interior provincial y de provincias vecinas. El automóvil y Uber/Taxi concentraron casi 8 de cada 10 traslados, lo que sugiere la necesidad de optimizar la gestión del estacionamiento y los accesos al predio.

La **organización del evento** fue evaluada de manera muy positiva: el 73,9% le otorgó la máxima calificación y el 95,1% la valoró positivamente. La **infraestructura** obtuvo un 96,3% de valoración positiva. Las principales áreas de mejora se concentran en la **puntualidad del ingreso y del show**, los **baños** y el **estacionamiento.**

Las **redes sociales** se mantuvieron como el principal canal de difusión (47,0%), con un crecimiento del peso de las redes municipales, mientras que la **recomendación de amigos alcanzó su valor más alto (37,9%),** lo que subraya la importancia de generar experiencias positivas que potencien la difusión boca a boca.

Finalmente, el **91,5%** 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 que se identifica fuertemente con el género musical, lo que permite considerar al evento como una experiencia ampliamente exitosa.

Ficha Técnica
Ubicación: Palacio de los Deportes, Parque 9 de Julio, SMT
Fecha de relevamiento: 4 de octubre de 2025
Aforo total del evento: 1612 asistentes
Casos encuestados: 330 (muestra aleatoria simple)
Error: ±4,8% · **Nivel de confianza:** 95%
Instrumento: Surveyheart digital + exportación Excel
Supervisión: Subdirección de Planificación Estratégica – Gerencia de Datos
Articulación: PFB Producciones + Secretaría de Cultura SMT

Dirección de Documentación Estratégica