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 **104 personas encuestadas de manera presencial** durante el recital de Sky y Los Fakires, realizado el 9 de mayo de 2026 en el Palacio de los Deportes de San Miguel de Tucumán.

El número correspondiente de asistentes es **983** (aforo informado del evento). La muestra representa un **10,6% del total de asistentes,** permitiendo trabajar con un **nivel de confianza del 95%** y un **margen de error estadístico de ±9,1%,** parámetros que permiten identificar con solidez las tendencias generales del público.

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 Sky y Los Fakires
Fecha: 9 de mayo de 2026
Lugar: Palacio de los Deportes - SMT
Asistentes: 983 personas (aforo total del evento).

Resultados de investigación

Se encuestaron **104 personas** durante el evento, según el análisis de la planilla de datos.

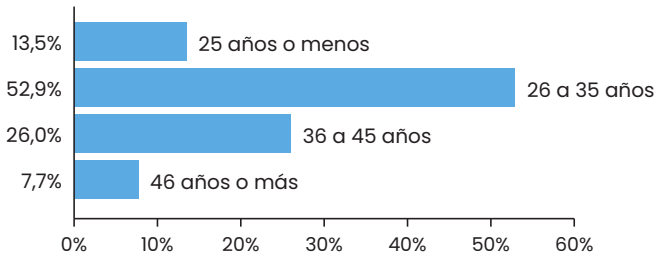
- **10,6 %** Representa el total de los asistentes.
- **95%** de Confianza
- **± 9,1%** de margen de error
- Se encuestó de manera aleatoria a hombres y mujeres.

Hallazgos de investigación

1. Características Generales del Público:

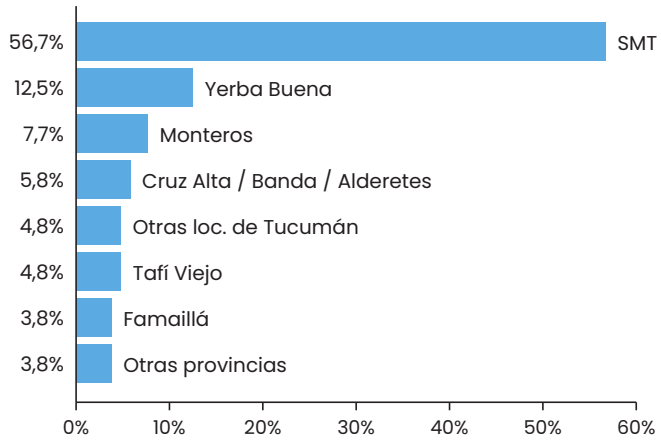
- El **promedio de edad** de los asistentes fue de **34 años,** con un rango que va desde los **14** hasta los **64 años.**
- Las **edades más frecuentes** fueron **28, 32 y 34 años.**
- El **78,9%** del público tiene **entre 26 y 45 años,** y un 13,5% tiene 25 años o menos.
- **Aforo por género:**
  - **51,0%** Hombres
  - **46,2%** Mujeres
  - **1,9%** Prefiere no contestar
  - **1,0%** No binario

La asistencia es equilibrada entre ambos géneros, con un **leve predominio masculino,** a diferencia de los conciertos de Las Pelotas (54,8% mujeres) y Bandana (74,3% mujeres).



Distribución de asistentes por rango de edad (sobre 104 respuestas).

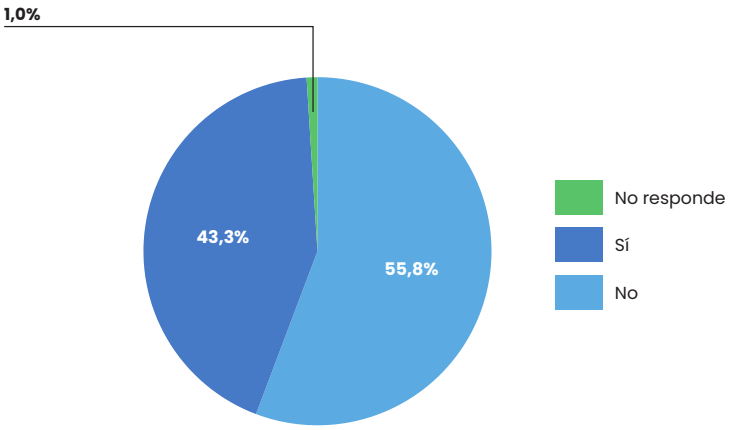
2. Procedencia:



- **San Miguel de Tucumán:** 56,7%
- **Yerba Buena:** 12,5%
- **Monteros:** 7,7%
- **Cruz Alta, Banda del Río Salí y Alderetes:** 5,8%
- **Tafí Viejo:** 4,8%
- **Famaillá:** 3,8%
- **Otras localidades de Tucumán:** 4,8% (Lules, Graneros, Villa Quinteros, Concepción, San Andrés)
- **Otras provincias:** 3,8% (Salta y Santiago del Estero)

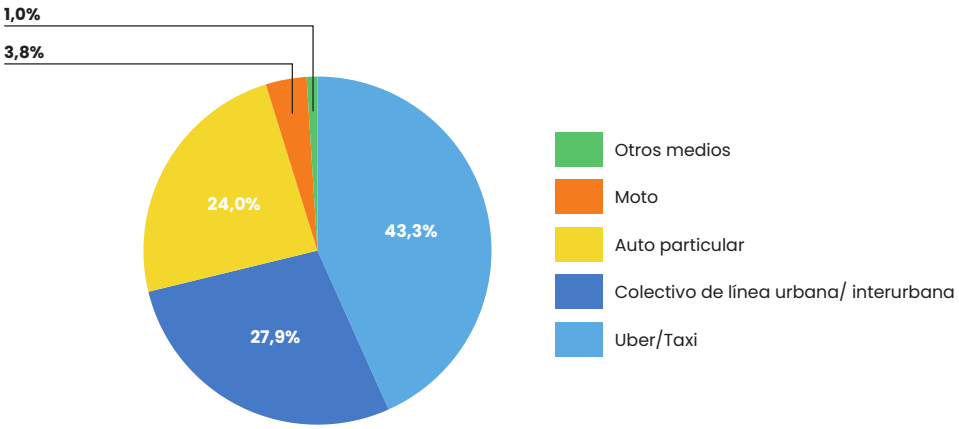
Esto significa que, según el análisis de las encuestas, **predominó el público local,** pero se registró un aporte importante de municipios cercanos a San Miguel de Tucumán, con **Yerba Buena** y **Monteros** como principales localidades después de la capital.

Por otro lado, el **43,3%** era la primera vez que asistía al Palacio de los Deportes y el **55,8%** ya había asistido. Dato que confirma que el espacio **capitaliza a un público habitual** que vuelve al Palacio, mientras continúa sumando nuevos asistentes.



3. Transporte:

- **Uber/Taxi:** 43,3%
- **Colectivo de línea urbana/interurbana:** 27,9% (urbana 19,2%; interurbana 8,7%)
- **Auto particular:** 24,0%
- **Moto:** 3,8%
- **Otros medios:** 1,0%



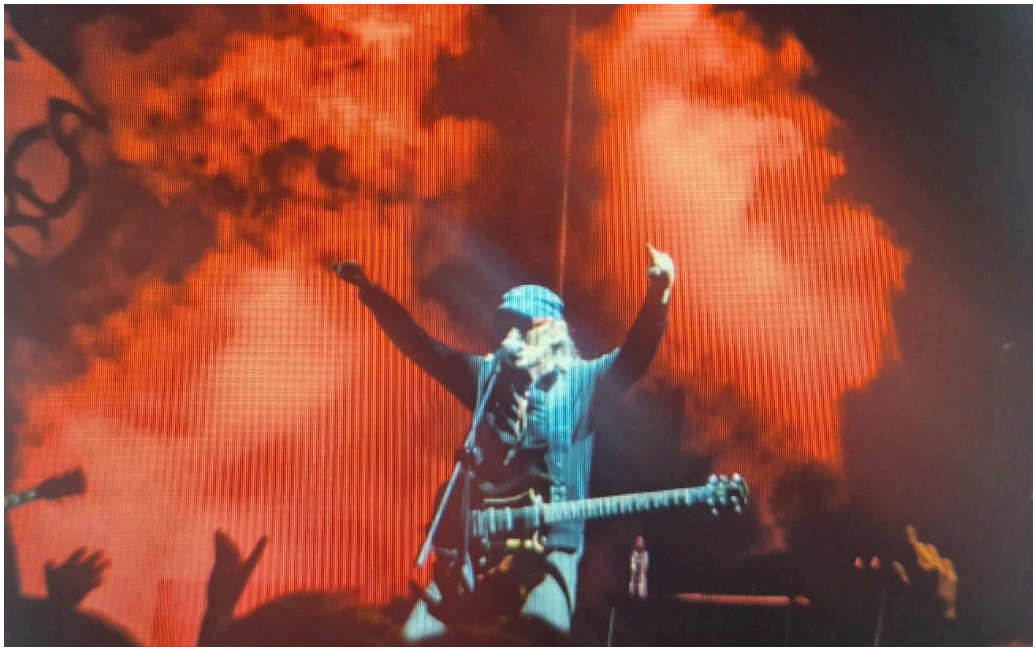
A diferencia de eventos anteriores, **Uber/Taxi** se posiciona como el principal medio de traslado (43,3%), y el **transporte público** alcanza el valor más alto de la serie de estudios (27,9%), frente al 12,0% en Bandana y 10,6% en Las Pelotas. En contraste, el **auto particular** desciende al 24,0%, cuando en otros eventos superaba el 40%.

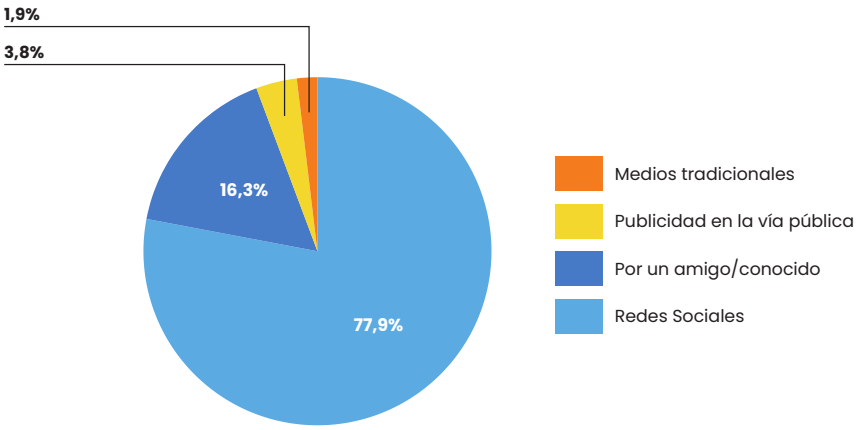
Esto sugiere:

- Un público que prioriza **no manejar**, lo que permite inferir una mayor conciencia vial en un evento con venta de bebidas alcohólicas.
- La importancia de sostener y reforzar las **frecuencias de colectivos** en los horarios de ingreso y salida, y de ordenar zonas de ascenso y descenso para Uber/Taxi.

4. Difusión:

- **Redes Sociales:** 77,9% (redes de la productora: 46 personas - 56,8%; redes de la banda: 27 personas - 33,3%; redes de la Municipalidad: 8 personas - 9,9%).
- **Por un amigo/ conocido:** 16,3%
- **Publicidad en la vía pública:** 3,8%
- **Medios tradicionales:** 1,9% (diarios/ radios /TV)

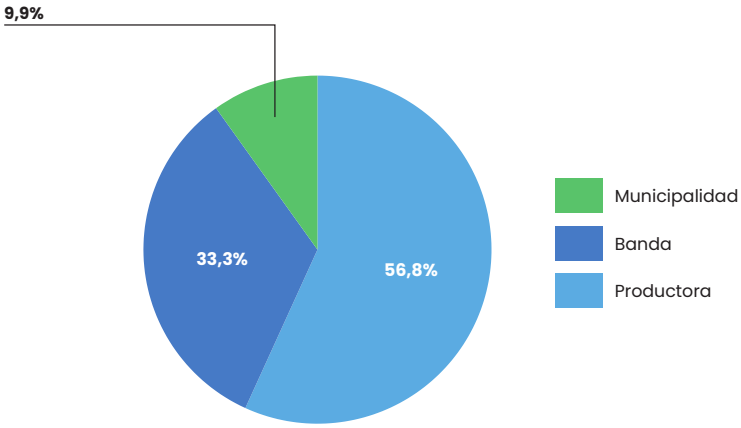




Los datos muestran que la principal vía de difusión del evento fueron las **redes sociales,** con un 77,9% de los encuestados, el valor más alto de la serie de estudios. Dentro de este grupo, las **redes de la productora** fueron las más efectivas, seguidas por las **redes de la banda** y, en menor medida, las de la Municipalidad.

El **boca a boca** tuvo un peso menor que en otros eventos (16,3%), mientras que los medios tradicionales y la publicidad en vía pública tuvieron una influencia baja, lo que confirma que la estrategia de comunicación digital fue la más efectiva para este público.

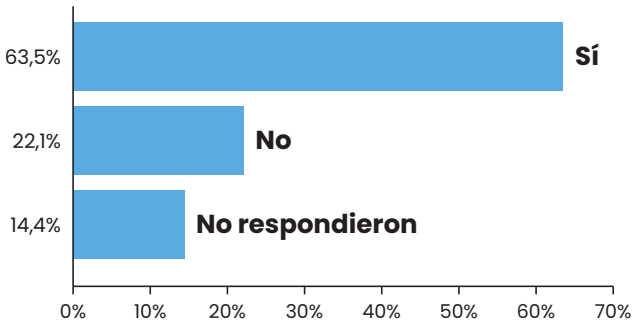
Subgráfico desprendido del análisis de Redes Sociales:



5. Imagen

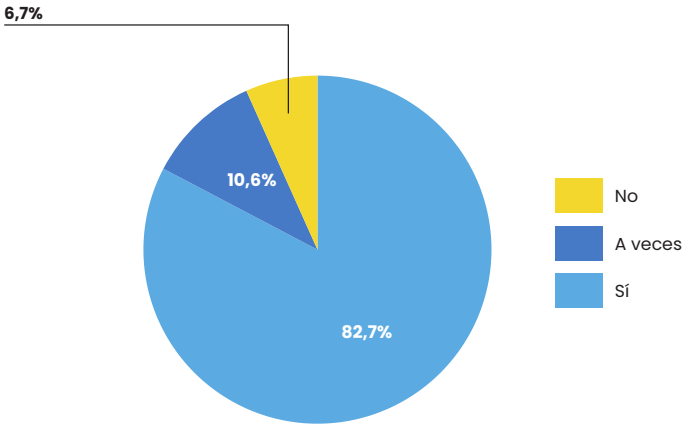
Conocimiento de la productora:

- El **63,5%** de los encuestados **conocía a la productora** previo al evento.
- El **22,1%** no la conocía.
- Un **14,4%** no respondió.

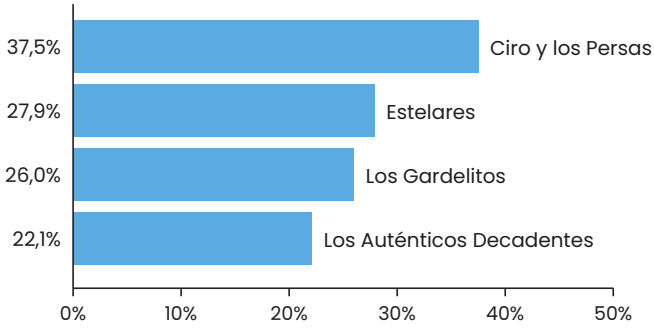


6. Perfil musical del público

Al consultar a los asistentes sobre sus preferencias musicales, el **82,7%** se considera parte del **público rockero,** un 10,6% "a veces" y solo un 6,7% respondió que no. Es el valor más alto de la serie de estudios (Las Pelotas 70%; Calamaro 69,1%; Bandana 45,4%), 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:



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 **81,7%** calificó con la máxima valoración ("Muy bien") la organización y seguridad del evento, y un 11,5% la calificó como "Bien" (**93,3% de valoración positiva**).



- En cuanto a la infraestructura del Palacio de los Deportes, el **83,7%** la calificó con la máxima valoración y un 8,7% como "Bien" (**92,3% positiva**). Además, el **96,2%** afirmó que le gustó el Palacio como lugar para recitales.

- El **85,6%** de los asistentes encuestados **sintió que el lugar fue seguro.**

Este porcentaje 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 **2 personas (1,9%)** manifestaron no sentirse seguras, mientras que un **3,8%** respondió "No lo sé" y un **8,7%** 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.

- **95,2%** de los participantes valoraron como "**Importante**" o "**Muy importante**" la presencia de una oferta gastronómica en el lugar del evento **(48,1% "Muy importante", 47,1% "Importante").**

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

- **76,9%** calificó con la máxima valoración **(Muy bien)** el Paseo Gastronómico.
- **19,2%** lo calificó como "**Bien**".

Con un **96,2% de valoración positiva,** el paseo gastronómico registra su mejor resultado en los últimos estudios (Las Pelotas 91,2%; Bandana 77,5%). Entre las sugerencias aparecen pedidos puntuales de opciones vegetarianas y veganas y más puestos de hidratación.

9. Descripción del evento

Las palabras más recurrentes para describir el evento, según las respuestas de los asistentes, incluyen: **“Genial”, “Lindo”, “Muy bueno”, “Bueno”, “Espectacular”, “Excelente”,** “Piola”, “Hermoso”, “Agradable”, “Bello”, “Tremendo”, “Único”, “Emocionante”, “Muy esperado”.

Se destaca también la frase **“Nunca falla el Palacio”,** que refleja la consolidación del espacio como sede de referencia para recitales.

Nuevos eventos - Top 5 artistas más pedidos:

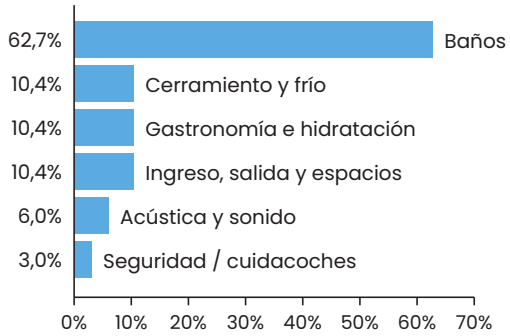
Los artistas más solicitados por los asistentes para futuros eventos en el Palacio de los Deportes son:

Los Fundamentalistas del Aire Acondicionado
Los Gardelitos
Tan Biónica
Fito Páez
El Indio Solari

Los Fundamentalistas y Los Gardelitos empatan en el primer lugar, al igual que Tan Biónica y Fito Páez en el tercero. Les siguen Guasones, Andrés Calamaro, Los Fabulosos Cadillacs y El Mató a un Policía Motorizado.

10. Mejoras sugeridas para el lugar

En respuesta a la pregunta sobre qué mejorarían del lugar, el **33,7%** de quienes respondieron indicó que "**Nada**" necesitaba mejoras. Entre quienes sí realizaron sugerencias, las temáticas más recurrentes fueron:



- **Baños (62,7%):** el reclamo central del evento. Se pide aumentar la cantidad y, en particular, instalar **baños en el exterior** del Palacio para la espera previa al ingreso, con especial mención a baños para mujeres.
- **Cerramiento y frío (10,4%):** cerrar las tribunas con vidrio o acrílico para proteger del frío y la lluvia.
- **Gastronomía e hidratación (10,4%):** opciones vegetarianas y veganas, más puestos de bebidas e hidratación.
- **Ingreso, salida y espacios (10,4%):** agilizar el ingreso, las escalinatas y las salidas.
- **Acústica y sonido (6,0%)** y **seguridad frente a cuidacoches (3,0%).**

Porcentajes calculados sobre 67 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 34 años), equilibrado en género con un leve predominio masculino, **fuertemente identificado con el rock** (82,7%, el valor más alto de la serie) y mayoritariamente local. Más de la mitad de los asistentes ya conocía el Palacio de los Deportes.

El traslado se apoyó principalmente en **Uber/Taxi y transporte público,** que en conjunto superan el 70%, un cambio respecto de eventos anteriores donde predominaba el auto particular.

La **organización del evento** fue evaluada de manera muy positiva: el 81,7% le otorgó la máxima calificación y el 93,3% la valoró positivamente. La **infraestructura** obtuvo un 92,3% de valoración positiva y el **paseo gastronómico** un 96,2%. La principal área de mejora se concentra en los **baños,** en especial en el exterior del predio.

Las **redes sociales** fueron el canal de difusión predominante (77,9%), lideradas por las redes de la productora y de la banda.

Finalmente, el **85,6%** 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 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: 9 de mayo de 2026
Aforo total del evento: 983 asistentes
Casos encuestados: 104 (muestra aleatoria simple)
Encuestadores: 8 personas
Error: ±9,1% · **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