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 **150 personas encuestadas de manera presencial** durante el festival de música electrónica **Tucumán Urban Indie,** realizado el 6 de junio de 2026 en el Palacio de los Deportes de San Miguel de Tucumán.

El número correspondiente de asistentes es **546** (aforo informado del evento). La muestra representa un **27,5% del total de asistentes,** permitiendo trabajar con un **nivel de confianza del 95%** y un **margen de error estadístico de ±6,8%,** parámetros que otorgan validez 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: Festival Tucumán Urban Indie
Fecha: 6 de junio de 2026
Lugar: Palacio de los Deportes - SMT
Asistentes: 546 personas (aforo total del evento).

Resultados de investigación

Se encuestaron **150 personas** durante el evento, según el análisis de la planilla de datos.

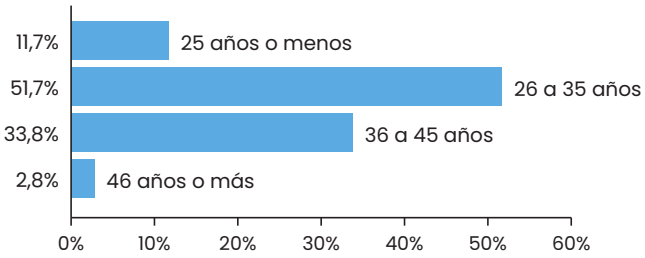
- **27,5 %** Representa el total de los asistentes.
- **95%** de Confianza
- **± 6,8%** de margen de error
- Se encuestó de manera aleatoria a hombres y mujeres.

Hallazgos de investigación

1. Características Generales del Público:

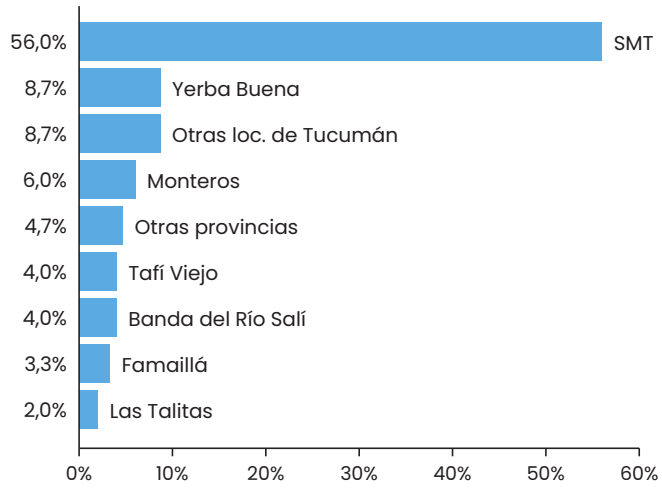
- El **promedio de edad** de los asistentes fue de **33 años,** con un rango que va desde los **18** hasta los **65 años.**
- Las **edades más frecuentes** fueron **29 y 36 años.**
- El **85,5%** del público tiene **entre 26 y 45 años,** y un 11,7% tiene 25 años o menos.
- **Aforo por género:**
  - **62,0%** Mujeres
  - **34,7%** Hombres
  - **2,7%** No binario
  - **0,7%** Prefiere no contestar

Se observa un **predominio femenino,** superior al registrado en Las Pelotas (54,8%) y en Sky y Los Fakires (46,2%), aunque por debajo de Bandana (74,3%). Se destaca además una presencia de público no binario (2,7%) mayor que en otros eventos.



Distribución de asistentes por rango de edad (sobre 145 respuestas válidas).

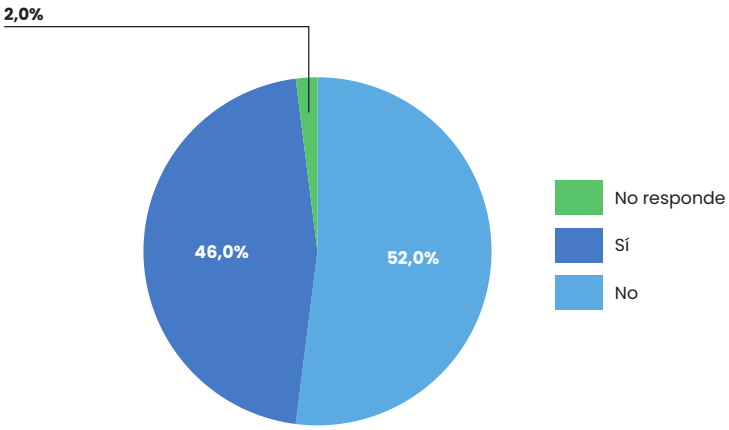
2. Procedencia:



- **San Miguel de Tucumán:** 56,0%
- **Yerba Buena:** 8,7%
- **Monteros:** 6,0%
- **Tafí Viejo:** 4,0%
- **Banda del Río Salí:** 4,0%
- **Famaillá:** 3,3%
- **Las Talitas:** 2,0%
- **Otras localidades de Tucumán:** 8,7% (Concepción, Alderetes, San Andrés, San Pablo, El Manantial, Leales, Aguilares, entre otras)
- **Otras provincias:** 4,7% (Santiago del Estero, Buenos Aires y Catamarca)
- **No respondieron:** 2,7%

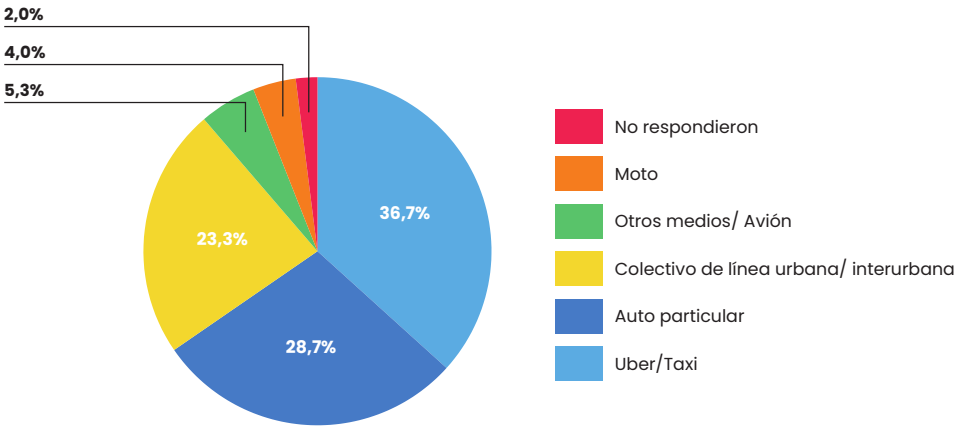
Esto significa que, según el análisis de las encuestas, **predominó el público local,** pero se registró un aporte importante de municipios del Gran San Miguel de Tucumán y del interior provincial, además de visitantes de otras provincias, principalmente de **Santiago del Estero.**

Por otro lado, el **46,0%** era la primera vez que asistía al Palacio de los Deportes y el **52,0%** ya había asistido. Dato que confirma que el espacio logra un **equilibrio entre la fidelización de su público habitual y la captación de nuevos públicos,** en este caso a partir de una propuesta de formato festival.



3. Transporte:

- **Uber/Taxi:** 36,7%
- **Auto particular:** 28,7%
- **Colectivo de línea urbana/interurbana:** 23,3% (urbana 15,3%; interurbana 8,0%)
- **Otros medios/Avión:** 5,3% (avión 1,3%)
- **Moto:** 4,0%
- **No respondieron:** 2,0%



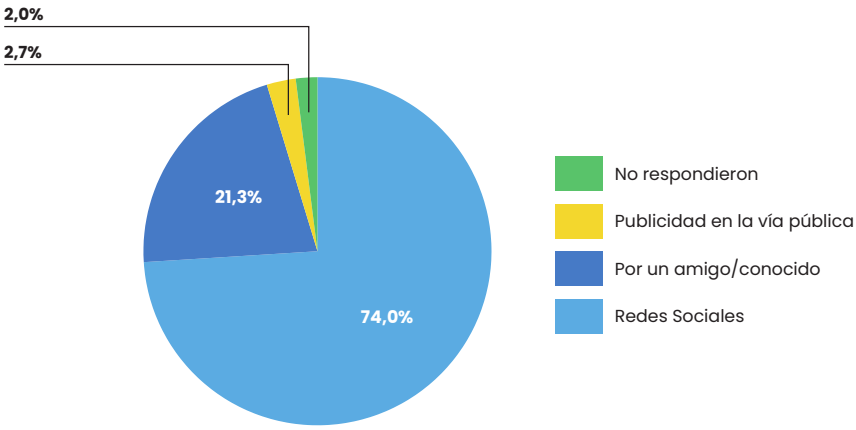
El análisis de estos datos muestra que **Uber/Taxi** fue el principal medio de traslado (36,7%), seguido por el **auto particular** (28,7%) y el **transporte público** (23,3%). Se consolida así la tendencia observada en Sky y Los Fakires: un público que prioriza **no manejar,** lo que permite inferir una mayor conciencia vial en eventos con venta de bebidas alcohólicas.

Esto sugiere:

- La conveniencia de ordenar zonas de ascenso y descenso para Uber/Taxi en los accesos al Palacio.
- Sostener las frecuencias de colectivos urbanos e interurbanos en los horarios de ingreso y salida, especialmente en un formato festival de larga duración.

4. Difusión:

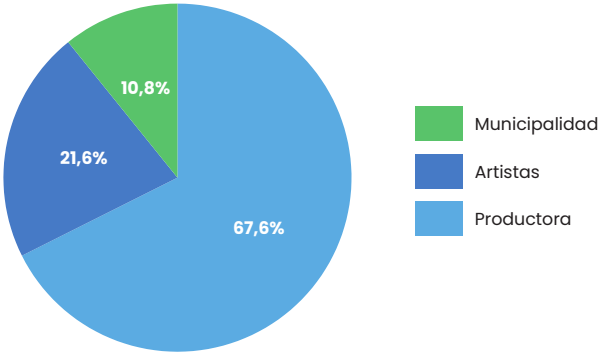
- **Redes Sociales:** 74,0% (redes de la productora: 75 personas - 67,6%; redes de los artistas: 24 personas - 21,6%; redes de la Municipalidad: 12 personas - 10,8%).
- **Por un amigo/ conocido:** 21,3%
- **Publicidad en la vía pública:** 2,7%
- **No respondieron:** 2,0%



Los datos muestran que la principal vía de difusión del evento fueron las **redes sociales,** con un 74,0% de los encuestados. Dentro de este grupo, las **redes de la productora** fueron las más efectivas (dos de cada tres menciones), seguidas por las **redes de los artistas** y, en menor medida, las de la Municipalidad.

El **boca a boca** se ubicó en segundo lugar (21,3%), mientras que la publicidad en vía pública tuvo una influencia baja (2,7%) y ningún encuestado mencionó medios tradicionales, lo que confirma que la estrategia de comunicación digital fue la más efectiva para este público.

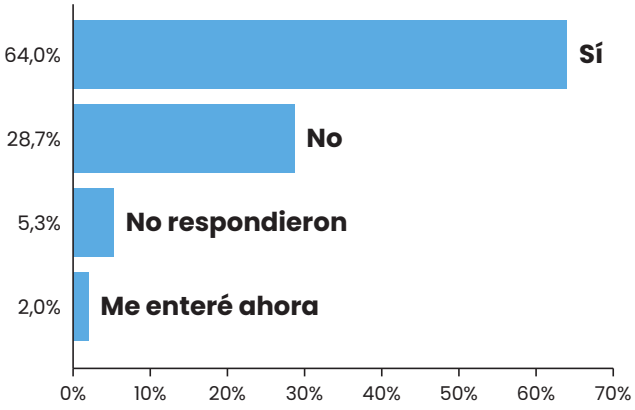
Subgráfico desprendido del análisis de Redes Sociales:



5. Imagen

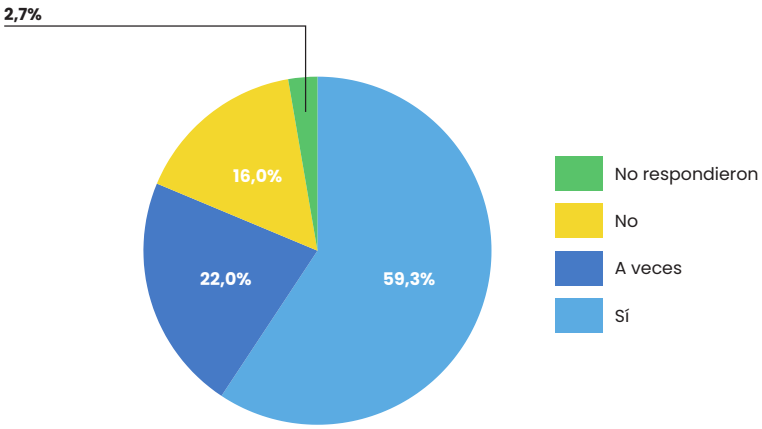
Conocimiento de la productora:

- El **64,0%** de los encuestados **conocía a la productora** previo al evento.
- El **28,7%** no la conocía.
- Un **2,0%** se enteró de su existencia en el propio evento.
- Un **5,3%** no respondió.

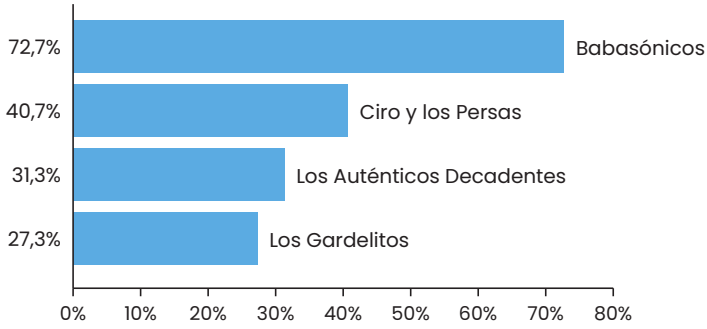


6. Perfil musical del público

Al consultar a los asistentes sobre sus preferencias musicales, el **59,3%** se considera parte del **público rockero,** un 22,0% "a veces" y un 16,0% respondió que no. Aun tratándose de un festival de música electrónica, se observa un público con **fuerte vínculo con el rock,** lo que muestra que la propuesta convocó a una audiencia de gustos amplios.



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



Se destaca **Babasónicos,** elegido por casi tres de cada cuatro encuestados y que además encabeza los artistas más pedidos de manera espontánea (ver punto 10).

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 **78,7%** calificó con la máxima valoración (“Muy bien”) la organización y seguridad del evento, y un 19,3% la calificó como “Bien”: un **98,0% de valoración positiva,** sin calificaciones negativas.



- En cuanto a la infraestructura del Palacio de los Deportes, el **82,7%** la calificó con la máxima valoración y un 14,0% como “Bien” (**96,7% positiva**). Además, el **96,0%** afirmó que le gustó el Palacio como lugar para recitales.

- El **88,0%** 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.

Un **4,0%** (6 personas) manifestó no sentirse seguro, mientras que un **6,0%** respondió "No lo sé" y un 2,0% no contestó. Si bien es un porcentaje bajo, resulta valioso para identificar áreas de mejora específicas en un formato festival, con mayor circulación de público.

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.

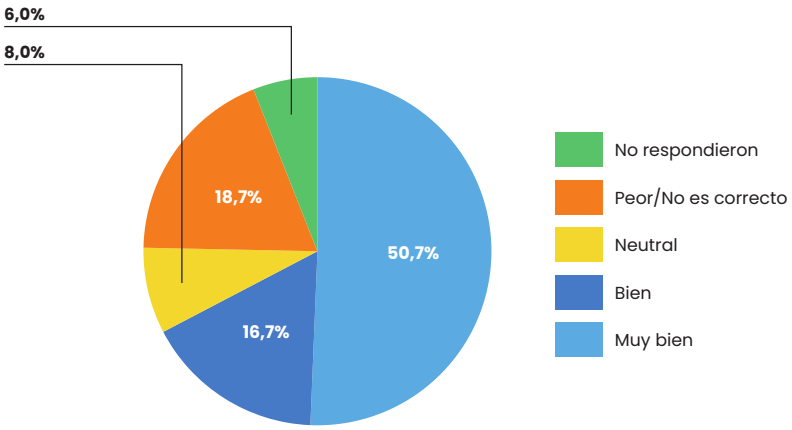
8. Gastronomía

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

- **88,7%** de los participantes valoraron como "**Importante**" o "**Muy importante**" la presencia de una oferta gastronómica en el lugar del evento **(64,7% "Muy importante", 24,0% "Importante").**

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

- **50,7%** calificó con la máxima valoración **(Muy bien)** el Paseo Gastronómico y un **16,7%** como "**Bien**".
- Un **18,7%** lo calificó de manera negativa y un 8,0% de forma neutral.

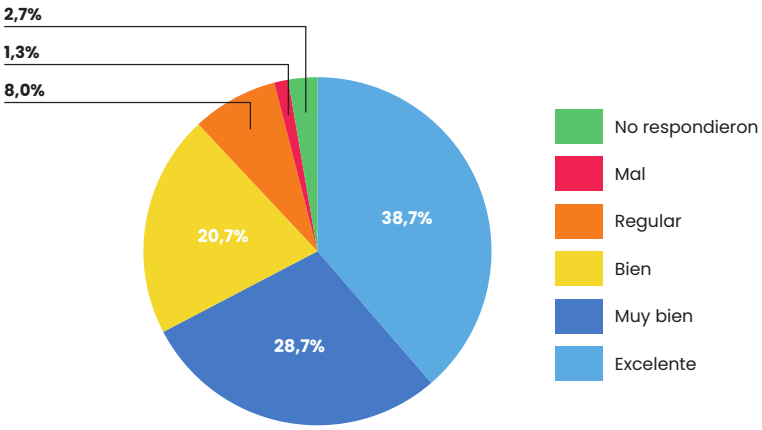


La valoración positiva del paseo gastronómico (67,4%) es la **más baja de la serie de estudios** (Sky y Los Fakires 96,2%; Las Pelotas 91,2%; Bandana 77,5%). Las sugerencias de los asistentes permiten identificar las causas: piden **puestos de comida dentro del Palacio,** mayor cantidad y variedad de opciones, comida saludable y económica, y mejores precios. En un formato festival de larga duración, la oferta gastronómica cobra especial relevancia.

9. Percepción del Parque 9 de Julio

En esta edición se incorporó una nueva pregunta para conocer cómo perciben los asistentes el estado del **Parque 9 de Julio en los últimos tres años.**

- **Excelente:** 38,7%
- **Muy bien:** 28,7%
- **Bien:** 20,7%
- **Regular:** 8,0% · **Mal:** 1,3% · No respondieron: 2,7%



El **88,0%** de los encuestados tiene una **percepción positiva** del estado del Parque 9 de Julio en los últimos tres años, y dos de cada tres lo califican como “Excelente” o “Muy bien”. Solo un 9,3% lo considera regular o mal. Este dato refleja una **valoración ciudadana favorable** de las intervenciones realizadas en el principal espacio verde de la ciudad, entorno inmediato del Palacio de los Deportes.

10. Descripción del evento

Las palabras más recurrentes para describir el evento, según las respuestas de los asistentes, incluyen: **“Lindo”, “Buenísimo”, “Excelente”, “Bueno”, “Hermoso”, “Genial”, “Piola”,** “Agradable”, “Divertido”, “Fabuloso”, “Encantador”, “Novedoso”, “Diferente”, “Original”.

La aparición de términos como **“Novedoso”, “Diferente”** y **“Original”** refleja la buena recepción de una propuesta de formato distinto a los recitales habituales.

Nuevos eventos - Top 5 artistas más pedidos:

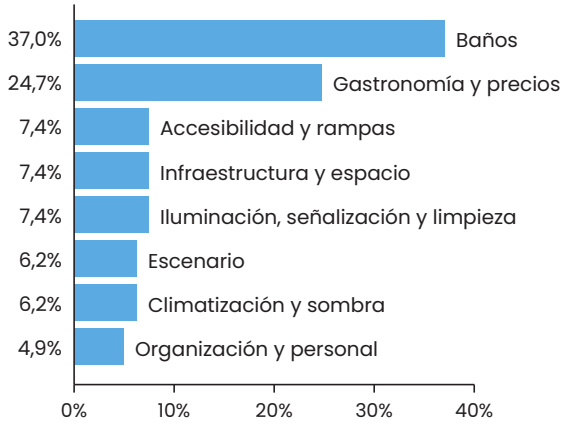
Los artistas más solicitados por los asistentes para futuros eventos en el Palacio de los Deportes son:

Babasónicos
Los Piojos
La Vela Puerca
Miranda!
Ricardo Arjona

La Vela Puerca, Miranda! y Ricardo Arjona empatan en el tercer lugar. Les siguen El Kuelgue, Wos, Divididos y Las Pastillas del Abuelo.

11. Mejoras sugeridas para el lugar

En respuesta a la pregunta sobre qué mejorarían del lugar, el **36,7%** de quienes respondieron indicó que "**Nada**" necesitaba mejoras. Entre quienes sí realizaron sugerencias, las temáticas más recurrentes fueron:



- **Baños (37,0%):** aumentar la cantidad, habilitar todos los baños, mejorar la limpieza, reponer papel y organizar las filas.
- **Gastronomía y precios (24,7%):** puestos de comida dentro del Palacio, más opciones (incluida comida saludable y económica), puestos de hidratación y mejores precios.
- **Accesibilidad y rampas (7,4%):** más rampas y mejores accesos para personas con discapacidad.
- **Infraestructura y espacio (7,4%):** nivelación del piso, terminaciones y mayor amplitud.
- **Iluminación, señalización y limpieza (7,4%), escenario más amplio y más alto (6,2%), climatización y sombra (6,2%)** y **organización del ingreso (4,9%).**

Porcentajes calculados sobre 81 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 33 años), con **predominio femenino** (62,0%) y mayoritariamente local, con aporte del interior provincial y de provincias vecinas. Aun tratándose de un festival de música electrónica, el 59,3% se considera parte del público rockero, lo que evidencia una audiencia de gustos amplios.

La **organización del evento** obtuvo la valoración más alta de la serie: el **98,0%** la calificó positivamente, sin respuestas negativas. La **infraestructura** alcanzó un 96,7% de valoración positiva y el 88,0% se sintió seguro.

El principal punto a mejorar es la **gastronomía:** el paseo gastronómico registró la valoración más baja de los estudios (67,4% positiva), y los asistentes piden puestos de comida dentro del Palacio y mayor variedad. Junto con los **baños,** concentran más del 60% de las sugerencias.

Las **redes sociales** fueron el canal de difusión predominante (74,0%), lideradas por las redes de la productora. Además, el **88,0%** de los asistentes tiene una percepción positiva del **Parque 9 de Julio** en los últimos tres años.

En conjunto, los resultados muestran un alto nivel de satisfacción general y una buena recepción del formato festival, lo que permite considerar al evento como una experiencia exitosa y una oportunidad para diversificar la programación del Palacio de los Deportes.

Ficha Técnica
Ubicación: Palacio de los Deportes, Parque 9 de Julio, SMT
Fecha de relevamiento: 6 de junio de 2026
Aforo total del evento: 546 asistentes
Casos encuestados: 150 (muestra aleatoria simple)
Encuestadores: 10 personas
Error: ±6,8% · **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