

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 de investigación se orienta a comprender percepciones, expectativas, comportamientos y niveles de satisfacción de los asistentes a eventos masivos organizados o articulados por la Municipalidad de San Miguel de Tucumán, con el fin de identificar oportunidades de mejora en futuras experiencias.

Objetivo General

- **Recopilar información sobre la experiencia de los asistentes al evento** para identificar sus percepciones 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 puedan 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 expectativas, necesidades y comportamiento de los asistentes:** se emplearon encuestas estructuradas y semiestructuradas durante el evento para relevar motivaciones, necesidades, observaciones y comportamientos de asistencia.
- 2. Evaluación del servicio a los ciudadanos y la organización del evento:** se incluyeron escalas de valoración y preguntas específicas sobre organización, seguridad, infraestructura, accesos, gastronomía y experiencia general.
- 3. Identificación de aspectos del evento que necesitan mejoras:** se analizaron respuestas abiertas para detectar patrones de insatisfacción, sugerencias y temas recurrentes.
- 4. Nivel de satisfacción con instalaciones y seguridad:** se relevaron valoraciones sobre infraestructura del Palacio de los Deportes, organización, seguridad percibida y paseo gastronómico.
- 5. Análisis de datos:** se aplicaron estadísticas descriptivas sobre las variables cuantitativas y análisis de contenido sobre las respuestas abiertas.

Resultados esperados

Los resultados proporcionan información útil para la toma de decisiones, la planificación y la ejecución de futuros eventos, contribuyendo a la mejora continua, la transparencia y la participación ciudadana.

Evento Evaluado: Concierto de Los Fabulosos Cadillacs

Fecha: 16 de mayo de 2026, según la marca temporal de las respuestas de la base.

Lugar: Palacio de los Deportes - SMT

Asistentes: 6.238 personas

Resultados de investigación

Se analizaron **200 respuestas** válidas registradas en la base de datos del evento Fabulosos Cadillacs, obtenidas mediante encuestas aleatorias realizadas a hombres y mujeres asistentes al espectáculo.

- **Universo de referencia (aforo total):** 6.238 asistentes.
- **Tamaño de la muestra:** 200 casos válidos.
- **Nivel de confianza:** 97%.
- **Margen de error muestral:** $\pm 7,4\%$, calculado para población finita bajo el supuesto de máxima variabilidad ($p=q=0,5$).

Los resultados obtenidos permiten realizar inferencias estadísticamente válidas sobre el conjunto de asistentes al evento, con un alto nivel de confianza y un margen de error aceptable para estudios de caracterización de públicos culturales.

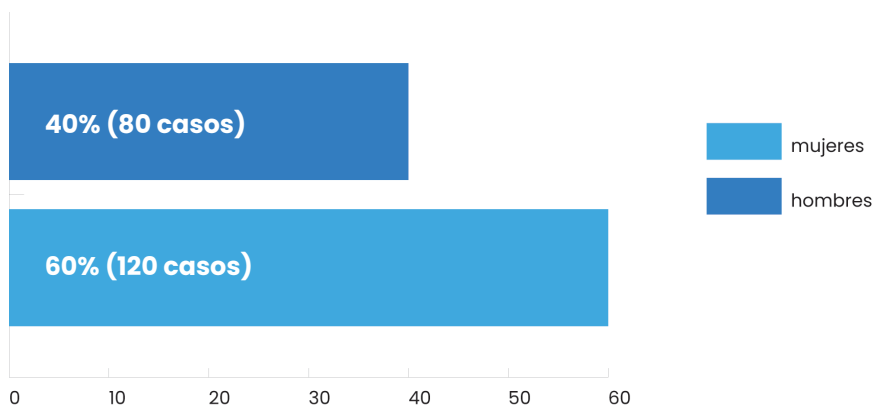
Hallazgos de investigación

1. Características Generales del Público:

- El promedio de edad de los asistentes fue de 40.9 años. La curva etaria presenta amplitud entre 15 y 68 años, con una edad más frecuente de 40 años.
- **Aforo por género:**
 - **60% Mujeres (120 casos)**
 - **40% Hombres (80 casos)**

La asistencia es equilibrada entre ambos géneros, con un **leve predominio femenino**.





Indicador estadístico de edad

- **Mediana:** 41 años

Hallazgos destacados sobre la edad

El público presentó una fuerte concentración en franjas etarias adultas:

- **42,3%** de los asistentes tenía entre **40 y 49 años**.
- Sumando los rangos de **30 a 49 años**, se concentra aproximadamente el **72%** del público.
- La curva etaria muestra un perfil generacional muy consistente con la trayectoria histórica de la banda con predominio de asistentes que atravesaron la etapa de mayor popularidad de la banda durante los años 90 y principios de los 2000.



Se observa además:

- **Edad mínima relevada:** 15 años
- **Edad máxima relevada:** 68 años

Esto permite inferir un fenómeno interesante de transversalidad generacional, donde conviven públicos históricos con asistentes jóvenes que llegan por herencia cultural/familiar o consumo musical intergeneracional.

Como dato de color para el informe comparativo:

A diferencia de recitales con impronta más juvenil o festivalera, el concierto de Los Fabulosos Cadillacs mostró una audiencia claramente consolidada en edades adultas medias, con una distribución muy estable alrededor de los 40 años y baja dispersión estadística.

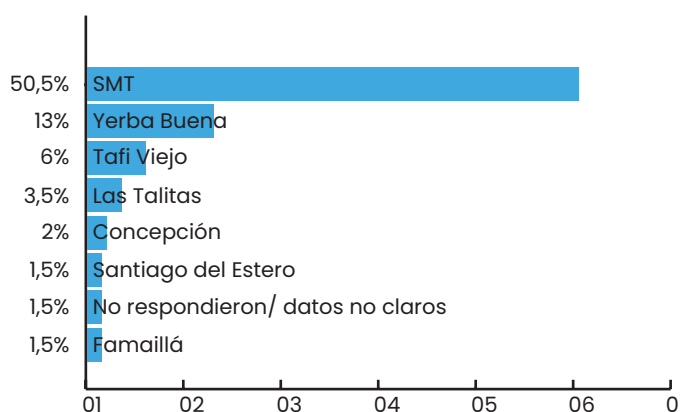
2. Procedencia:

El público asistente provino mayoritariamente de la provincia de Tucumán, con fuerte concentración en San Miguel de Tucumán y localidades del área metropolitana.

- **Tucumán:** 94.5% (189 casos)
- **Otras Provincias:** 4.0% (8 casos)
- **No respondieron/datos no claros:** 1.5% (3 casos)

Según localidad, las principales procedencias fueron:

- San Miguel de Tucumán: 50.5%
- Yerba Buena: 13.0%
- Tafí Viejo: 6.0%
- Las Talitas: 3.5%
- Concepción: 2.0%
- Santiago del Estero: 1.5%
- No respondieron/datos no claros: 1.5%
- Famaillá: 1.5%



3. Asistencia

La mayoría de los encuestados ya había asistido previamente al Palacio de los Deportes para un show, lo que evidencia continuidad de uso del espacio para eventos musicales masivos.

- **No:** 58.5% (117 casos)
- **Si:** 39.0% (78 casos)
- **No Responde:** 2.5% (5 casos)

En cuanto a la infraestructura del Palacio de los Deportes, el **74%** calificó con la máxima valoración ("Muy bien").

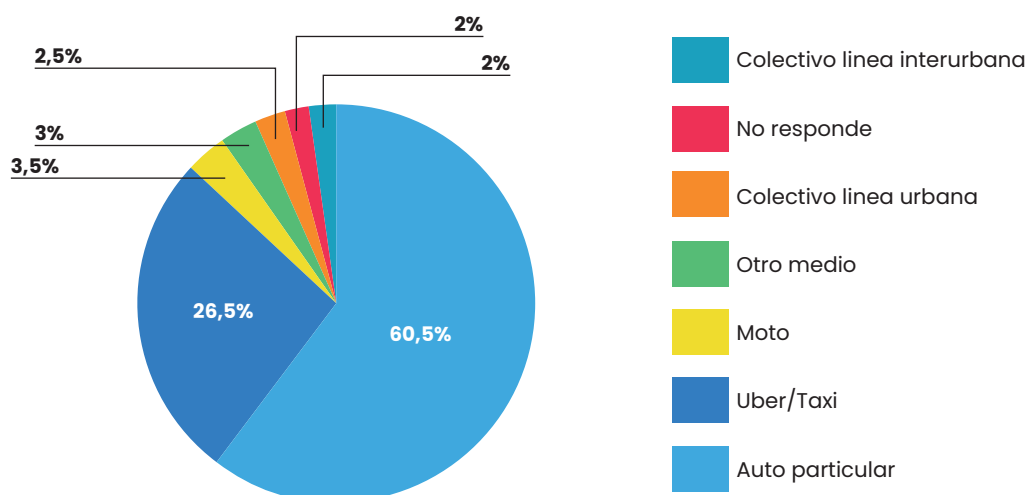
Variable	Casos	Porcentaje
Muy bien	148	74%
Bien	32	16%
Neutral	11	5.5%
No Responde	6	3%
No es correcto	2	1%
Peor	1	0.5%

4. Transporte:

El auto particular fue el principal medio de llegada al evento, seguido por servicios de Uber/Taxi.

- **Auto particular:** 60.5% (121 casos)
- **Uber/Taxi:** 26.5% (53 casos)
- **Moto:** 3.5% (7 casos)

- **Otro medio:** 3.0% (6 casos)
- **Colectivo de línea urbana:** 2.5% (5 casos)
- **No Responde:** 2.0% (4 casos)
- **Colectivo de Línea Interurbana:** 2.0% (4 casos)



5. Difusión:

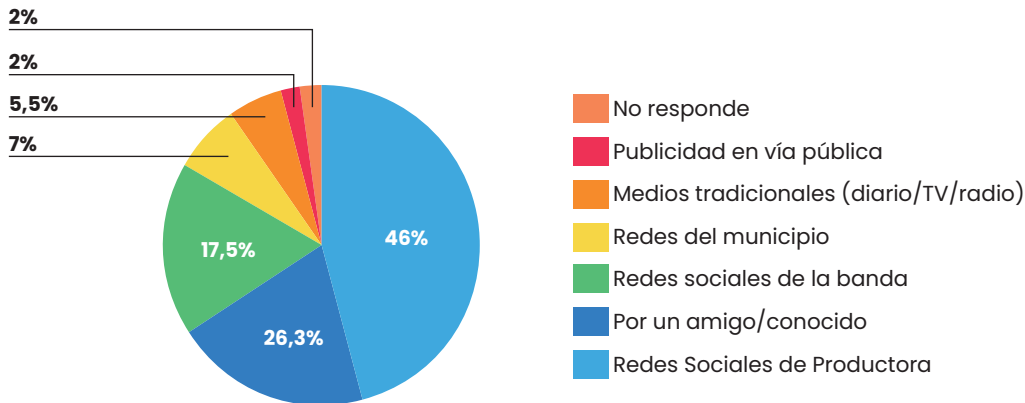
Las redes sociales continúan siendo el canal dominante de difusión, especialmente a través de las redes de la productora y de la banda. El boca en boca conserva un rol relevante como segundo canal de llegada.

- **Redes sociales en conjunto:** 70.5% (141 casos).
- **Por un amigo o conocido:** 20.0% (40 casos).
- **Medios tradicionales y publicidad en vía pública:** 7.5% (15 casos).

Canales de difusión desagregados

Variable	Casos	Porcentaje
Redes Sociales de Productora	92	46.0%
Por un amigo o conocido	40	20.0%
Redes sociales de la banda	35	17.5%
Redes del Municipio	14	7.0%

Variable	Casos	Porcentaje
Medios Tradicionales (diario/ Tv/radio)	11	5.5%
Publicidad en la vía pública	4	2.0%
No Responde	4	2.0%



6. Imagen

Conocimiento de la productora Rasuk: se observa un nivel de conocimiento superior al registrado en informes anteriores, cuando la productora era PFB. Esta diferencia podría estar asociada tanto al perfil del público rockero como a la trayectoria de Rasuk, una productora con mayor antigüedad y experiencia en la realización de shows de artistas ampliamente reconocidos.

- **No:** 47.5% (95 casos)
- **Si:** 41.5% (83 casos)
- **No responde:** 9.5% (19 casos)
- **Me enteré ahora:** 1.5% (3 casos)

Además, el **80%** de los encuestados **se considera parte del público rockero** y un 10% respondió "A veces", lo que confirma una fuerte afinidad cultural con la propuesta artística.

Autopercepción como público rockero

Variable	Casos	Porcentaje
Si	160	80%

Variable	Casos	Porcentaje
A veces	20	10%
No	13	6.5%
No responde	7	3.5%

Bandas/artistas afines mencionados en la base:

- **Ciro y los Persas:** 20.5%
- **Auténticos Decadentes:** 18.5%
- **Los Gardelitos:** 7.5%
- **Auténticos Decadentes | Giro y los Persas:** 7.5%
- **Estelares | Giro y los Persas | Auténticos Decadentes | Los Gardelitos:** 6%
- **Giro y los Persas | Auténticos Decadentes:** 6%

7. Seguridad

La valoración de la seguridad y organización fue mayoritariamente positiva. El 72,5% calificó la organización y seguridad con la máxima valoración y el **87% sintió que el lugar fue seguro.**

Organización y seguridad del evento

Variable	Casos	Porcentaje
Muy bien	145	72.5%
Bien	34	17%
Neutral	10	5%
No Answer	6	3%
Peor	4	2%
No es correcto	1	0.5%

Percepción de seguridad del lugar

Variable	Casos	Porcentaje
Si	174	87%
No Responde	16	8%
No lo sé	7	3.5%
No	3	1.5%

8. Gastronomía

La presencia de una oferta gastronómica variada continúa siendo una dimensión importante de la experiencia. El **82%** la consideró “**Importante**” o “**Muy Importante**”.

Importancia de la oferta gastronómica

Variable	Casos	Porcentaje
Muy Importante	100	50.0%
Importante	64	32.0%
Regular	23	11.5%
No Responde	7	3.5%
Poco Importante	3	1.5%
Nada Importante	3	1.5%

En cuanto al paseo gastronómico, el **59.5%** lo calificó con la **máxima valoración** y el **19%** lo calificó como “**Bien**”.

Valoración del Paseo Gastronómico

Variable	Casos	Porcentaje
Muy bien	119	59.5%
Bien	38	19%
Neutral	30	15%
No Responde	8	4%
No es correcto	3	1.5%
Peor	2	1%

9. Descripción del evento

Las palabras más recurrentes para describir el evento fueron:

- Excelente (18 menciones)
- Hermoso (16 menciones)
- Muy bueno (16 menciones)
- Espectacular (11 menciones)
- Genial (9 menciones)
- Lindo (8 menciones)

- Buenísimo (8 menciones)
- Fabuloso (7 menciones)
- Bueno (6 menciones)
- Maravilloso (4 menciones)
- Buenísimo (4 menciones)
- Bello (3 menciones)
- Emocionante (3 menciones)
- Piola (3 menciones)
- Organizado (3 menciones)

Nuevos eventos - Top artistas más pedidos:

Fito Páez

Babasonicos

Ciro y los Persas

Los Piojos

Calamaro

Las Pelotas

Auténticos Decadentes

La Renga

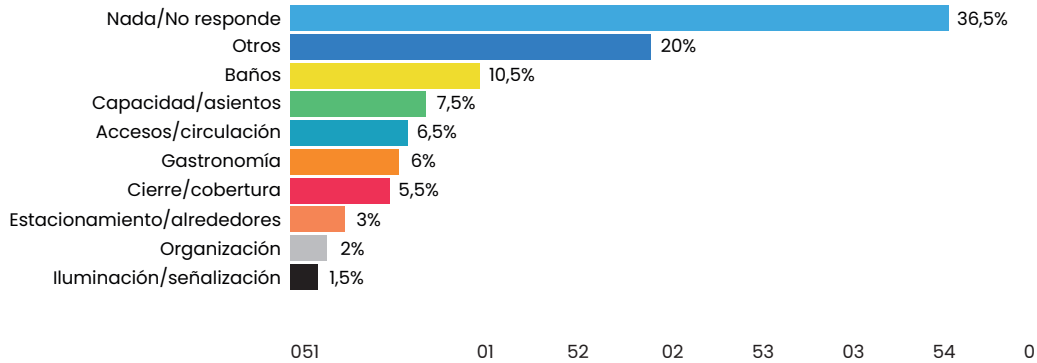
Karma Sudaca

10. Mejoras sugeridas para el lugar

Un 36.5% no indicó mejoras concretas o señaló que no cambiaría nada. Entre quienes sí realizaron sugerencias, las temáticas más recurrentes fueron baños, capacidad/asientos, accesos/circulación, gastronomía/precios y cierre/cobertura.

- **Nada/No responde:** 36.5% (73 menciones)
- **Otros:** 20% (40 menciones)
- **Baños:** 10.5% (21 menciones)
- **Capacidad/asientos:** 7.5% (15 menciones)
- **Accesos/circulación:** 6.5% (13 menciones)
- **Gastronomía/precios:** 6% (12 menciones)
- **Cierre/cobertura:** 5.5% (11 menciones)
- **Estacionamiento/alrededores:** 3% (6 menciones)

- **Organización:** 2.0% (4 menciones)
- **Iluminación/señalización:** 1.5% (3 menciones)



Se propone nube de palabras como herramienta de visualización de críticas:



Lectura comparativa preliminar respecto del evento Los Tekis

Al mantener las mismas variables que en eventos anteriores, el evento de Los Fabulosos Cadillacs queda preparado para comparación directa. En términos preliminares, se observan continuidades en la valoración positiva del Palacio de los Deportes, la importancia de la gastronomía y el peso de redes sociales como canal de difusión. Las principales diferencias aparecen en el perfil del público —más asociado al circuito rockero—, el mayor conocimiento de la productora y el predominio del auto particular como medio de llegada.





Créditos y ficha técnica

Investigación en el marco del Proyecto SMT en Datos, iniciativa de la Subsecretaría de Gestión Estratégica y Planificación, en articulación con PFB Producciones y áreas municipales competentes.

Ubicación: Palacio de los Deportes – Parque 9 de Julio. San Miguel de Tucumán.

Relevamiento: encuesta directa, anónima, individual y personal realizada dentro de las instalaciones durante el show de Los Fabulosos Cadillacs.

Recolección de datos: planilla individual de carga online migrada por exportación offline a tabla Excel.

Sistema de selección de muestra: aleatorio.

Aforo total del evento: 6238 personas.

Casos encuestados en el evento: 200.

Dirección de Proyecto y Metodología: Subdirección de Planificación Estratégica y Dirección de Gerencia de Datos – Municipalidad de San Miguel de Tucumán.

Fuente base comparativa: informe PDF SMT en Datos – Los Tekis.

Fuente datos actualizados: base cruda Excel “Fabulosos Cadillacs en Datos”.

Dirección de Documentación Estratégica

Diseño y diagramación:

Lic. Zahira Estefan