



Trabajo de Investigación

Circuito Meridiano V



Índice

Resumen ejecutivo	2
Historia	3
Problema de investigación	4
Objetivos	4
Lineamiento de la investigación	4
Alcance	5
Cálculo de la n muestral	5
Resultados de las encuestas	6

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de evaluar el conocimiento y la opinión que tienen las personas sobre Circuito Meridiano V.

La investigación se llevó a cabo durante los meses de septiembre, octubre y noviembre del año 2019 por la analista en Marketing María Eugenia Ferrari Arado junto con integrantes del circuito Meridiano V.

En el cuerpo del trabajo se detallan los principales objetivos a investigar, el alcance que se espera obtener y las conclusiones de la investigación. En líneas generales, estos ítems buscan informar a quien corresponda sobre el comportamiento del consumidor, cómo este se informa, y si participa o no de las actividades, además de cómo califica a las mismas, como también la participación en las distintas propuestas del circuito.

Para reunir los datos necesarios con el fin de evaluar el desempeño del circuito, se realizó un relevamiento exploratorio cuantitativo a través de encuestas para conocer el sector y el comportamiento del consumidor actual. La misma se dirigió a quienes hoy conforman el segmento actual y potencial del Circuito Meridiano V.

Historia

Al sur del casco urbano platense, El Barrio Meridiano V (comprendido desde calles 66 a 72 y de 13 a 19) nació junto al trazado de la ciudad y le tocó en suerte contar con la estación cabecera del Ferrocarril Provincial, que funcionó como tal entre 1910 y 1977. En el año 1998, después de años de abandono, los vecinos recuperaron el edificio de la terminal, otorgándole un nuevo destino como centro cultural; cada fin de semana, la música, el teatro y diversas actividades vuelven a dar vida a un barrio en el que el empedrado de las calles, los bares instalados en casonas recicladas, el imponente arbolado y las farolas antiguas protegen un aire de otro tiempo.

El barrio comenzó a despertar de su letargo: con tres centros culturales (Estación Provincial, La Grieta, Viejo Almacén El Obrero), y bares que se modernizan respetando las lecciones del pasado.

El circuito Meridiano V ofrece cada fin de semana recitales musicales de todos los ritmos, espectáculos teatrales, acrobacia aérea, cine, feria de artesanías, diseño y muestras artísticas. Aire nuevo para las viejas ventanas, una puesta en valor que recupera el lugar como punto de encuentro y esparcimiento, vinculando la vida cultural con el arte, el espectáculo y como factor de integración y transformación social generando un atractivo turístico tanto para los platenses como para quienes visitan la ciudad.

Meridiano V, con aire de otros tiempos.

Problema de Investigación

Conocer las opiniones y características del target objetivo, para así obtener variables que sean relevantes a la hora de establecer estrategias comerciales/comunicacionales.

Objetivos

Generales

Identificar si los vecinos de la ciudad de la Plata y alrededores tienen conocimiento sobre las actividades, eventos, talleres y/o restaurantes del circuito Meridiano V.

Objetivo específico 1: Identificar la predisposición de las personas a participar de actividades de los centros culturales de Meridiano V.

Hipótesis: La personas que participan de actividades también concurren a los restaurantes.

Objetivo específico 2: Determinar cuáles son los medios de comunicación más utilizados por el target y brindar posibles recomendaciones al respecto.

Hipótesis 2: El medio de comunicación más utilizado es Instagram.

Lineamiento de la investigación

La metodología utilizada en la siguiente investigación es la exploratoria, ya que esta información preliminar dará a conocer a fondo y en profundidad el conocimiento, las motivaciones y opiniones de los consumidores definiendo así con más precisión el problema de investigación por analizar. De esta manera, para comprender adecuadamente el problema sin establecer resultados concluyentes, se decidió implementar una investigación cuantitativa, la cual se llevó a cabo a través de encuestas.

Alcance

Para la realización de la investigación, se tomará como muestra a un segmento que esté integrado por hombres y mujeres desde los diez años en adelante que vivan en la República Argentina sin importar el nivel socioeconómico.

Cálculo de la n muestral

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, actualmente la República Argentina cuenta con 44.938.712 millones de habitantes, los cuales van a representar la población de la investigación en cuestión.

Con un nivel de confianza del 95%, un error muestral del 5% y una población de 44 millones, podemos determinar que la cantidad de muestras aleatorias necesarias son de 385 personas.

Resultados de las encuestas

En el siguiente gráfico se pueden observar algunos de los datos demográficos de los individuos que participaron de las encuestas, los cuales partieron desde los 17 hasta los 88 años.

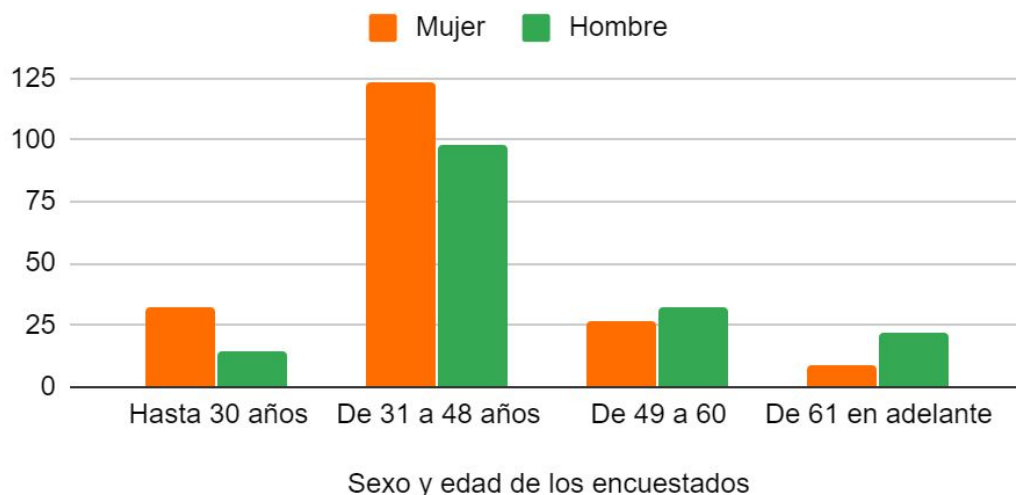
De esta manera se puede observar no solo la gran amplitud o brecha que existe entre las edades de las personas que tuvieron o no contacto con el Circuito Meridiano V, sino también la notoria diferencia que existe entre los sexos siendo el femenino el que más respuestas brindó.

Es importante destacar este resultado, ya que, a la hora de realizar un análisis más profundo del resto de los datos, debe tenerse en cuenta cuál es el público más representativo dentro del margen de las respuestas, para que en consecuencia cuando se tomen decisiones, las mismas sean las más adecuadas para el negocio. En este caso, se puede observar que la mayor parte de las respuestas fueron otorgadas por mujeres que van de los 31 hasta los 49 años, siguiéndoles en segundo lugar los hombres con el mismo rango de edad.

Por otra parte, se puede observar como los segmentos de hasta treinta años y de 49 a 60 años son los que más coincidencias o parecidos muestran en sus resultados, siendo ambos dos posibles targets a los que el Circuito debe apuntar de ahora en adelante.

Datos demográficos de los encuestados

Total muestra: 390



Según los datos arrojados en el cruce de las variables de la investigación, se puede observar cómo las personas que han participado alguna vez de las actividades o talleres de la vieja estación también han consumido en bares o restaurantes cercanos al centro cultural. Según lo observado en la muestra se identifican cuatro tipos de personas: las que han participado de actividades culturales y a su vez tuvieron experiencias en los distintos restaurantes del circuito, las que han participado de las actividades pero no han tenido experiencias con los restaurantes del circuito, las que nunca participaron de actividades en el circuito y a su vez tampoco han tenido experiencias con los restaurantes que pertenecen al mismo, y en último lugar las personas que no han participado de actividades culturales pero sí han asistido o que tuvieron una experiencia con alguno de los restaurantes pertenecientes al circuito.

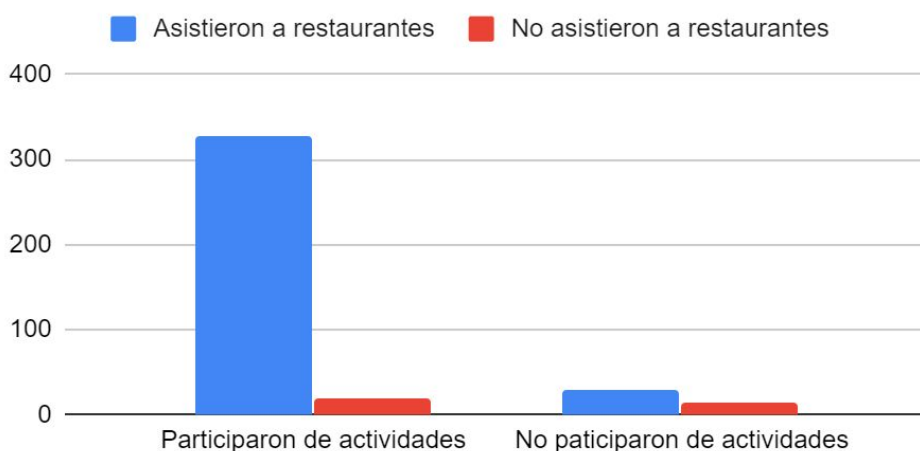
De esta manera, y siendo el primer perfil de los encuestados el que más resultados obtuvo, se sugiere hacer un trabajo en conjunto con los bares que pertenezcan al circuito Meridiano V para informar y persuadir de esta manera las actividades y/o eventos que se realicen tanto en la vieja estación como en los mismos restaurantes,

Circuito Meridiano V

entre otras acciones comunicacionales. Para concluir podemos destacar que siendo estos los resultados, se puede afirmar que la primer hipótesis es correcta.

Circuito meridiano V

Total encuestados: 390



En lo que corresponde a los medios de comunicación se observa en la muestra una presencia dominante de las redes sociales como Facebook e Instagram, siendo los diarios y portales de noticias los que se posicionan en tercer lugar.

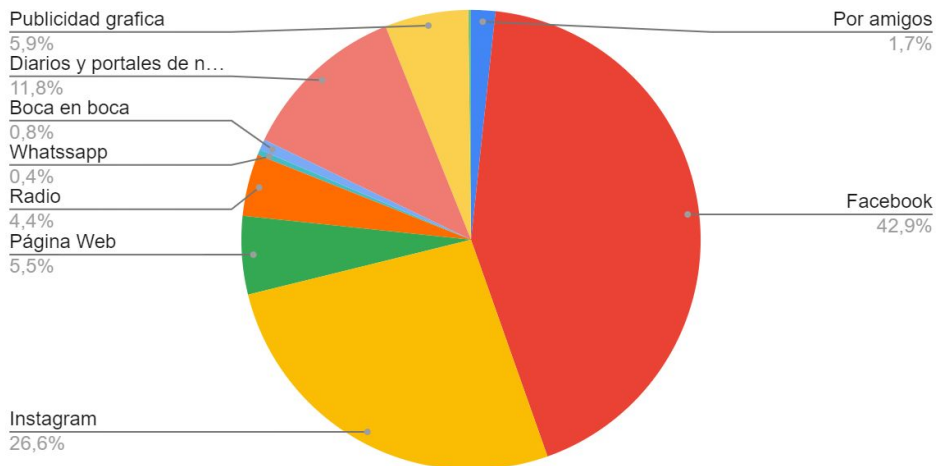
De esta manera se puede concluir que los medios más adecuados para informar y persuadir al público objetivo en primer lugar son las redes sociales, luego los portales de noticias y diarios, además de publicidades gráficas como folletos y/o gráficas en vía pública como también placas interactivas en la página web.

Cabe destacar que los datos arrojados por la muestra si bien son aleatorios no dejan de ser representativos de la población, por ende, los mismos están sujetos al cambio en caso de tomar una nueva muestra al azar.

Circuito Meridiano V

Medios de comunicación más utilizados por los encuestados

Total encuestados: 390



En cuanto a los bares que pertenecen al circuito, se analizaron los datos arrojados por las encuestas teniendo en cuenta cuales de los mismos fueron concurridos por los encuestados y como estos los califican. A continuación se detalla cuál de los mismos fueron los dos mejores puntuados.

En primer lugar se pudo observar que el restaurante más concurrido es loco ponte siendo el mismo el mejor calificado por los encuestados con un resultado de 131 "Muy Bueno".

En segundo lugar se encuentra Ciudad Vieja con una calificación de 42 "Muy Bueno".

En este sentido es importante destacar las calificaciones de los mismos, ya que estos datos servirán como información para los distintos bares a la hora de mejorar o modificar aspectos su negocio.

Circuito Meridiano V

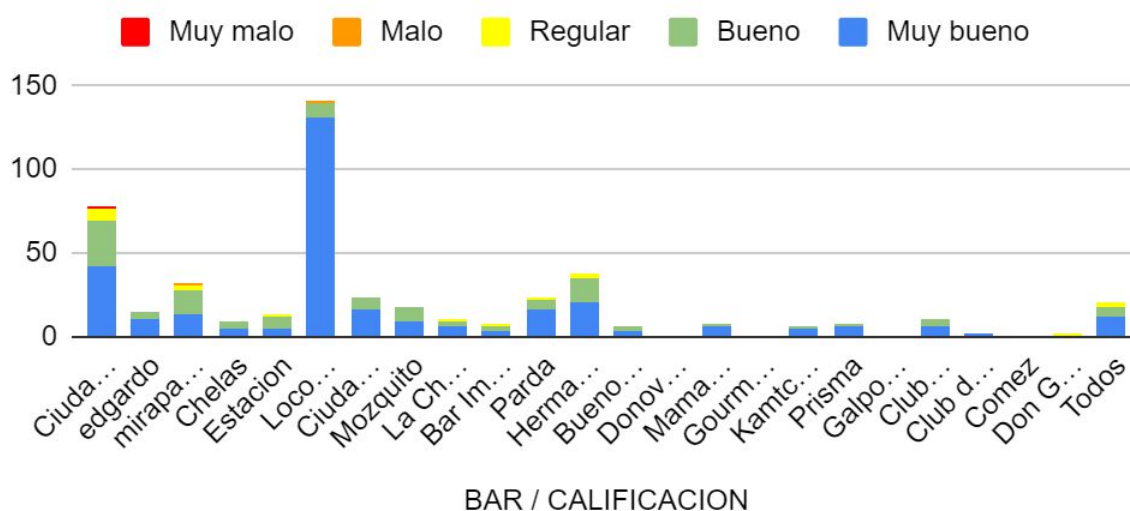
BAR CALIFICACION	Muy bueno	bueno	regular	mal	Muy malo
Ciudad vieja	42	27	7	1	1
Edgardo	10	5	0	0	0
Mirapampa	14	14	2	2	0
Chelas	4	5	0	0	0
Estación	5	7	2	0	0
Loco Ponte	131	8	1	1	0
Ciudad de Gatos	16	7	0	0	0
Mozquito	9	9	0	0	0
La Chorizeria	6	3	1	0	0
Bar Imperio	3	3	1	0	0
Parda	16	6	1	0	0
Hermanos & Brothers	20	15	2	0	1
Buenos Muchachos	3	3	0	0	0
Donovans	1	0	0	0	0
Mama Juana	6	1	0	0	0

Circuito Meridiano V

Gourmandise	0	1	0	0	0
Kamtchatka	4	2	0	0	0
Prisma	6	1	0	0	0
Galpón de las artes	1	0	0	0	0
Club Meridiano V	6	4	0	0	0
Club de Comedia	2	0	0	0	0
Comez	0	1	0	0	0
Don Goyo	1	0	1	0	0

Calificación y nivel de conocimiento de los restaurantes/bares

Total encuestados: 390

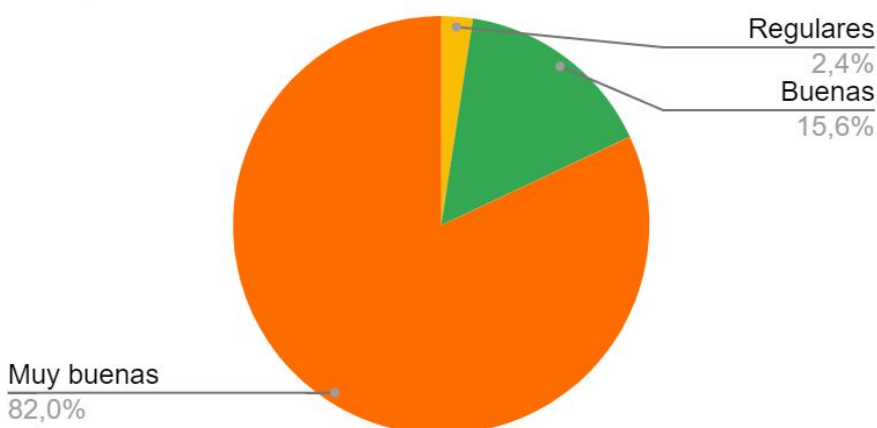


En este caso se decidió analizar la participación de los encuestados en las actividades del circuito, y como los estos califican a las mismas.

En rasgos generales se puede observar que las actividades del Circuito son puntuadas como Muy buenas en su mayoría, seguido de buenas y en último lugar regulares. Si bien los resultados son positivos ya que no se hallaron resultados extremadamente negativos, se recomienda analizar el 2,4% de los regulares para poder mejorar los aspectos que el público exige y/o necesita.

Puntuación y nivel de participación de actividades

Participaron de las actividades: 328 personas



En este último gráfico, se puede observar cómo los encuestados califican a las organizaciones del Circuito Meridiano V. A continuación se detalla cuál de las organizaciones es la más conocida y mejor puntuada, como también cuál es la que más calificaciones negativas recibió.

En primer lugar como la organización más elegida y mejor puntuada se encuentra la Estación provincial con 110 opiniones “Muy buena”.

En segundo y último lugar se encuentra el Galpón de las Artes como la organización con más opiniones negativas siendo las mismas 12 “Muy malas”.

Estos datos son interesantes para las distintas organizaciones ya que las mismas obtienen opiniones concretas del público al que se dirigen, otorgándoles la posibilidad de seguir trabajando de la manera en que lo hacen o tomar decisiones drásticas sobre las actividades que ofrecen y la manera en que lo hacen.

Organizaciones VS Puntuación

Total encuestados: 390

