



GESTIÓN  
DE DATOS



Posadas

55 FESTIVAL NACIONAL  
DEL LITORAL DE LA MÚSICA  
17 DEL MERCOSUR

# Festival de la Música del Litoral

## Posadas

---

Diciembre 2024

*Informe del Observatorio Económico de la  
Municipalidad de Posadas*

# **55° Festival Nacional de la Música del Litoral y 17° del Mercosur - 2024**

## ***Informe del Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas***

Dirección Oficina de Gestión de Datos. Municipalidad de Posadas.

dirgestiondedatos@gmail.com

Posadas, diciembre de 2024.

### **Intendente:**

Ing. Stelatto Leonardo Alberto

### **Secretaría de Hacienda:**

Cdor. Guastavino, Sebastián Alejandro

### **Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico:**

Lic. Carmona, Juan Diego

### **Dirección General de Producción y Desarrollo Económico:**

Lic. Glinca, Alejandro Daniel

### **Dirección de Oficina de Gestión de Datos:**

Lic. Montiel, Zoraida Magalí

### **Dirección de Pymes y Comercialización:**

Mgtr. Staudt, Agustín

### **Equipo técnico y encuestadores:**

Aguilar, Natalia

Bys, Joel

Fernández, Florencia

Giménez, Imanol

Mandagarán, Damián

Sosa, Patricio

### **Signos convencionales:**

\* Dato provisorio

- Cero absoluto

/// Dato que no corresponde presentar

# 55° Festival Nacional de la Música del Litoral y 17° del Mercosur - 2024



8.531 entradas\*

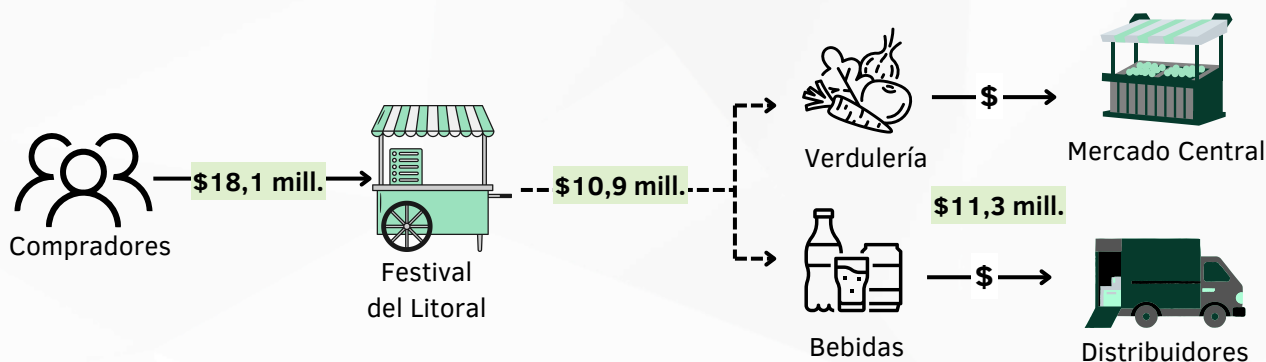
## Resumen principales resultados

Alimentos vendidos	439,1 kilogramos	<b>\$18.047.075,0</b>	<b>\$16.450.020,5</b>
Bebidas vendidas	1.332,7 litros	<b>Ventas totales</b>	<b>Compras a proveedores</b>

**\$40,2 millones**  
Impacto económico total

\*No incluye entradas vendidas por Ticket Misiones.

## El potencial impacto económico de las ventas y las compras a proveedores



Cada persona que compró en la feria gastronómica del Festival de la Música del Litoral 2024 entregó dinero a los feriantes (efecto inicial). Con ese dinero el feriante puede, por ejemplo, pagar a sus proveedores de insumos para preparar los alimentos que allí ofrecía (efecto directo). A su vez, esos proveedores compran a los grandes centros de distribución (efecto indirecto). Es decir, cada compra a los emprendedores gastronómicos en el Festival de la Música del Litoral 2024 tiene un efecto inicial en el emprendimiento que recibe el dinero, pero también efectos directos e indirectos en otros sectores de la economía.

## ¿A cuánto equivale el potencial impacto económico del evento?



**40,2 Canastas Básicas Totales**

CBT noviembre 2024  
(hogar de 4 integrantes) \$1.001.466,0



**114,9 Alquileres mensuales**

Alquiler departamento 40m2  
(precio promedio diciembre 2024) \$350.000,0



**8.937,1 Kilos de yerba mate**

Kilogramo de yerba mate (precio promedio diciembre 2024) \$4.500,0



**1 FIAT Cronos Okm**

FIAT Cronos OKM diciembre 2024  
(precio promedio ACARA) \$25,1 millones

## 55° Festival Nacional de la Música del Litoral y 17° del Mercosur - 2024

Los días 5, 8 y 10 de diciembre de 2024 se llevó adelante el 55° Festival Nacional de la Música del Litoral y 17° del Mercosur, que contaba con una feria gastronómica y cervecera en el Anfiteatro Manuel Antonio Ramirez en la ciudad de Posadas, organizado por la Municipalidad de Posadas. Durante el evento, el predio contaba con la participación de stands gastronómicos que vendían comidas saladas y dulces (10), cerveceros artesanales (3) y locales de expendio de otras bebidas con y sin alcohol (5).

### Nivel de ventas e impacto económico del evento

Los resultados que se presentan en los cuadros a continuación corresponden a las estimaciones totales realizada por el Observatorio en base a la información provista por los emprendedores participantes del evento para cada día en el que éste se llevó a cabo. Los valores expresados como potencial impacto económico son el resultado de la aplicación de un multiplicador (1) que permite estimar el efecto que podría tener en la economía local cada peso gastado en el Festival.

Cabe mencionar que la cantidad de emprendedores por rubros superan a la de stands participantes debido a que algunos emprendedores participaron del evento con productos de distintos rubros.

Cuadro 1: Emprendimientos participantes, ventas totales y potencial impacto económico, según tipo de negocio para cada día del evento.

#### Jueves 5 de diciembre

Tipo de emprendimiento	Cantidad de emprendedores	Ventas totales	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	4	\$1.107.500,0	\$2.469.725,0
Venta de otras bebidas alcohólicas	3	\$2.892.500,0	\$6.450.275,0
Venta de otras bebidas no alcohólicas	8	\$1.143.300,0	\$2.549.559,0
Venta de comida salada	9	\$3.804.100,0	\$8.483.143,0
Venta de comida dulce	1	\$26.250,0	\$58.537,5
<b>TOTAL</b>	<b>///</b>	<b>\$8.973.650,0</b>	<b>\$20.011.239,5</b>

#### Domingo 8 de diciembre

Tipo de emprendimiento	Cantidad de emprendedores	Ventas totales	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	3	\$642.500,0	\$1.432.775,0
Venta de otras bebidas alcohólicas	2	\$900.000,0	\$2.007.000,0
Venta de otras bebidas no alcohólicas	7	\$1.621.300,0	\$3.615.499,0
Venta de comida salada	7	\$1.612.000,0	\$3.594.760,0
Venta de comida dulce	1	\$25.000,0	\$55.750,0
<b>TOTAL</b>	<b>///</b>	<b>\$4.800.800,0</b>	<b>\$10.705.784,0</b>

Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Cuadro 1: Emprendimientos participantes, ventas totales y potencial impacto económico, según tipo de negocio para cada día del evento (*continuación*).

**Martes 10 de diciembre**

Tipo de emprendimiento	Cantidad de emprendedores	Ventas totales	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	4	\$1.013.750,0	\$2.260.662,5
Venta de otras bebidas alcohólicas	3	\$868.750,0	\$1.937.312,5
Venta de otras bebidas no alcohólicas	5	\$319.000,0	\$711.370,0
Venta de comida salada	10	\$2.058.625,0	\$4.590.733,7
Venta de comida dulce	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>///</b>	<b>\$4.260.125,0</b>	<b>\$9.500.078,7</b>

Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

El resultado general de las ventas y el impacto económico de las tres fechas del festival se muestran en el cuadro 2. Nuevamente, los valores del impacto económico hacen referencia al efecto indirecto que tienen las ventas en el festival sobre toda la economía local. En este caso, los emprendimientos que ofrecían productos de varios rubros, fueron contabilizados únicamente en el rubro en el que presentaron el mayor volumen de ventas.

Cuadro 2: Emprendimientos participantes, ventas totales y potencial impacto económico, según tipo de negocio. Total del evento.

Tipo de emprendimiento	Cantidad de emprendedores	Ventas totales	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	3	\$2.763.750,0	\$6.163.162,5
Venta de otras bebidas alcohólicas	2	\$4.661.250,0	\$10.394.587,5
Venta de otras bebidas no alcohólicas	1	\$3.096.100,0	\$6.876.428,0
Venta de comida salada	9	\$7.474.725,0	\$16.668.636,7
Venta de comida dulce	1	\$51.250,0	\$114.287,5
<b>TOTAL</b>	<b>///</b>	<b>\$18.047.075,0</b>	<b>\$40.217.102,2</b>

Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

La cantidad de alimentos y bebidas vendidos se estima según el peso o capacidad habitual de cada plato o bebida, considerando las presentaciones típicas en ferias gastronómicas y consultas a emprendedores.

Cuadro 3: Cantidad vendida de alimentos y bebidas, según tipo de negocio para cada día del evento.

Tipo de emprendimiento	Cantidad vendida			
	jueves 5 de diciembre	domingo 8 de diciembre	martes 10 de diciembre	Total
Venta de cerveza artesanal	157,5 litros	90,0 litros	116,3 litros	363,8 litros
Venta de otras bebidas alcohólicas	248,3 litros	97,7 litros	86,5 litros	432,5 litros
Venta de otras bebidas no alcohólicas	225,8 litros	259,8 litros	51,0 litros	536,5 litros
Venta de comida salada	219,9 kilogramos	96,6 kilogramos	121,4 kilogramos	437,9 kilogramos
Venta de comida dulce	0,6 kilogramos	0,6 kilogramos	-	1,2 kilogramos

Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Además del nivel de ventas, durante el evento se consultó a los emprendedores por las compras realizadas a proveedores locales a fin de prepararse para la feria gastronómica del Festival del Litoral 2024. El detalle de las estimaciones realizadas en base a las respuestas obtenidas se encuentran en los siguientes cuadros.

Es importante señalar que el impacto económico que se calcula a partir de las ventas directas estima el gasto de los feriantes con sus proveedores. Por lo tanto, la información de este apartado sobre las compras a proveedores complementa la anterior y puede ser analizada en conjunto para mayor precisión de las estimaciones.

Cuadro 4: Emprendimientos participantes y compras a proveedores locales, según tipo de negocio para cada día del evento.

**Jueves 5 de diciembre**

Tipo de emprendimiento	Compras a proveedores	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	\$424.835,6	\$947.383,5
Venta de otras bebidas alcohólicas	\$1.031.480,8	\$2.300.202,1
Venta de otras bebidas no alcohólicas	\$1.037.680,2	\$2.314.026,9
Venta de comida salada	\$4.086.487,1	\$9.112.866,1
Venta de comida dulce	\$69.523,3	\$155.036,9
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.650.007,0</b>	<b>\$14.829.515,6</b>

**Domingo 8 de diciembre**

Tipo de emprendimiento	Compras a proveedores	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	\$1.300.000,5	\$2.899.001,1
Venta de otras bebidas alcohólicas	\$907.202,9	\$2.023.062,5
Venta de otras bebidas no alcohólicas	\$1.234.677,9	\$2.753.331,8
Venta de comida salada	\$2.970.885,9	\$6.625.075,5
Venta de comida dulce	\$87.238,3	\$194.541,4
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.500.005,5</b>	<b>\$14.495.012,3</b>

**Martes 10 de diciembre**

Tipo de emprendimiento	Compras a proveedores	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	\$1.263.886,5	\$2.818.466,8
Venta de otras bebidas alcohólicas	\$1.008.749,9	\$2.249.512,3
Venta de otras bebidas no alcohólicas	\$595.139,9	\$1.327.161,9
Venta de comida salada	\$3.982.228,2	\$8.880.368,9
Venta de comida dulce	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>\$6.850.004,5</b>	<b>\$15.275.510,0</b>

Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

El resultado general de las compras a los proveedores locales y el impacto económico de las mismas se muestran en el cuadro 5. Vale señalar que no todos los emprendedores presentes en el Festival realizaron compras a proveedores locales para prepararse para este evento en particular.

Cuadro 5: Emprendimientos participantes, compras a proveedores y potencial impacto económico, según tipo de negocio. Total del evento.

Tipo de emprendimiento	Compras a proveedores	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	\$2.988.722,6	\$6.664.851,4
Venta de otras bebidas alcohólicas	\$2.947.433,6	\$6.572.776,9
Venta de otras bebidas no alcohólicas	\$2.867.498,1	\$6.394.520,7
Venta de comida salada	\$11.039.601,2	\$24.618.310,6
Venta de comida dulce	\$156.761,6	\$349.578,3
<b>TOTAL</b>	<b>\$20.000.017,0</b>	<b>\$44.600.037,9</b>

Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

## Venta de entradas

La compra de las entradas para el Festival podía realizarse por medios digitales, como la plataforma municipal generada con ese objetivo y el sitio web Ticket Misiones, o de manera presencial en diferentes puntos de la ciudad como los Centros de Atención al Vecino, el edificio central de la Municipalidad y el Anfiteatro. El cuadro 6 detalla la cantidad vendida de entradas para cada día del Festival, según el cronograma original. Vale aclarar que las entradas digitales no incluyen aquellas transacciones realizadas por medio de Ticket Misiones.

Debido a inclemencias del tiempo, solamente las jornadas del jueves 5 y el domingo 8 de diciembre se llevaron a cabo según el cronograma original. La noche del viernes 6 fue reprogramada para el martes 10 de diciembre y la grilla que estaba pautada para el sábado, tomará el escenario el sábado 22 de febrero de 2025. Debido a estas reprogramaciones, algunos espectadores decidieron solicitar el reembolso de sus entradas, aunque el cuadro 6 no contempla dichos reintegros.

Cuadro 6: Cantidad de entradas vendidas y monto recaudado para cada día del evento.

Fecha	Físicas	Digitales	Total entradas
jueves, 5 de diciembre	533	293	826
viernes, 6 de diciembre	866	260	1126
sábado, 7 de diciembre	286	752	1038
domingo, 8 de diciembre	1047	738	1785
Combo	240	699	939
<b>Total entradas</b>	<b>2972</b>	<b>2742</b>	<b>5714</b>

Fuente: elaboración propia en base a Tesorería de la Municipalidad de Posadas.

## Percepción del nivel de ventas y comparación con el Festival de la Música del Litoral 2023

A ser consultados sobre el nivel de ventas de la feria gastronómica del Festival del Litoral 2024 en los diferentes días que fueron encuestados, la mayoría de las respuestas de quienes vendían cerveza artesanal fue que sus ventas en el evento fueron de hasta el 50% de su stock inicial el día jueves, tuvieron un mal desempeño (cerca del 25% del stock inicial) el domingo y poco más



del 66% de estos emprendedores dijo haber vendido entre el 50% y el 75% de su stock inicial en la noche del martes.

Por su parte, entre los vendedores de comida salada, la mayoría de ellos vendió hasta el 75% de sus productos el primer día del Festival, más del 66% logró comercializar entre la mitad y el total de la comida que tenían a la venta el domingo y poco más del 44% dijo que le fue bien el martes (vendió hasta el 75% del stock inicial).

El rubro de comidas dulces, que contaba con la presencia de pocos oferentes, tuvo un desempeño más bien negativo ya que en dos de las tres jornadas los emprendedores de este sector indicaron que sus ventas fueron malas (vendieron cerca del 25% de su stock inicial).

Quienes tenían expendio de otras bebidas con alcohol, como tragos, cervezas industriales y similares experimentaron buenos niveles de ventas tanto el domingo como el martes (la mitad dijo haber vendido el 75% de su stock), pero un resultado ligeramente menos positivo en la primera jornada del Festival (la mitad dijo haber logrado vender cerca del 50% de su stock).

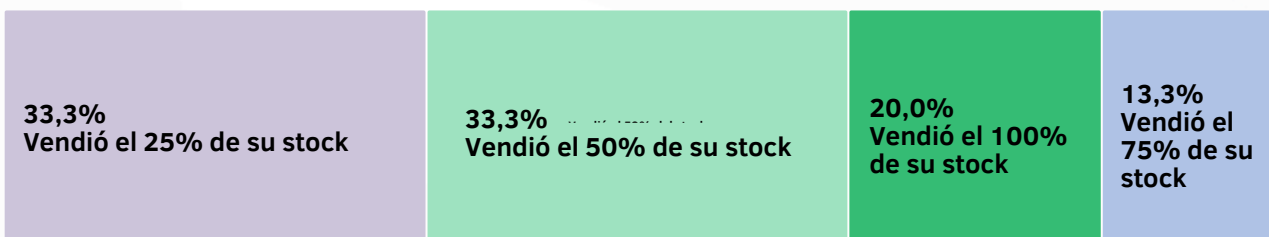
Finalmente, los stands que ofrecían bebidas sin alcohol indicaron que las ventas alcanzaron un nivel medio (cerca del 50% de su stock inicial) durante las noches del jueves y el domingo, pero que no fueron tan buenas el martes (vendieron cerca del 25% del stock inicial).

Vale mencionar que para este análisis a los emprendedores que participaron con productos de distintos rubros se los contabilizó solamente en aquel en el que presentaron la mayor cantidad de ventas.

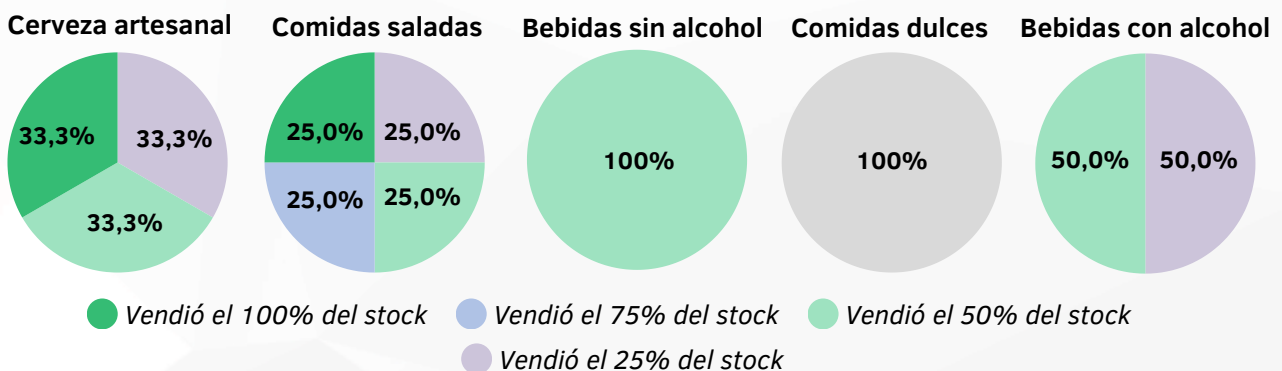
Figura 1: Percepción del nivel de actividad en la feria gastronómica del Festival del Litoral 2024 para cada día del evento.

**Jueves 5 de diciembre**

Percepción general de todos los emprendedores



Percepción de los emprendedores según su rubro



Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.



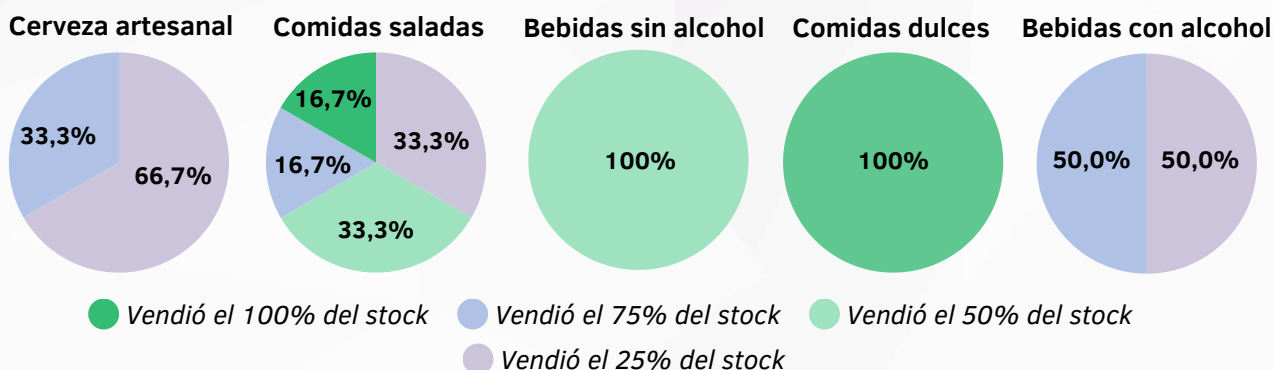
Figura 1: Percepción del nivel de actividad en la feria gastronómica del Festival de la Música del Litoral 2024 para cada día del evento (continuación).

**Domingo 8 de diciembre**

Percepción general de todos los emprendedores

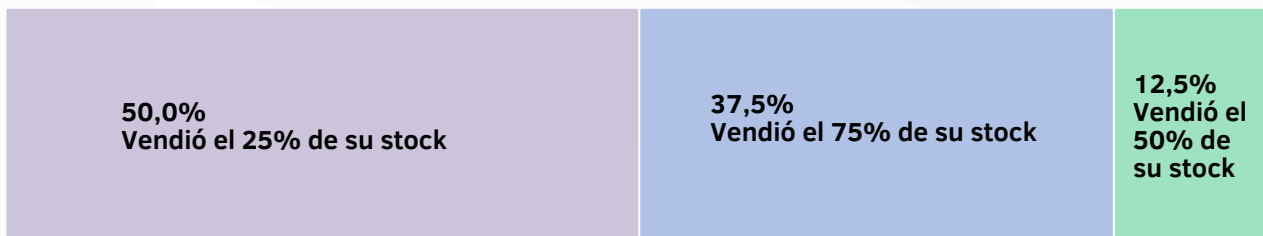


Percepción de los emprendedores según su rubro

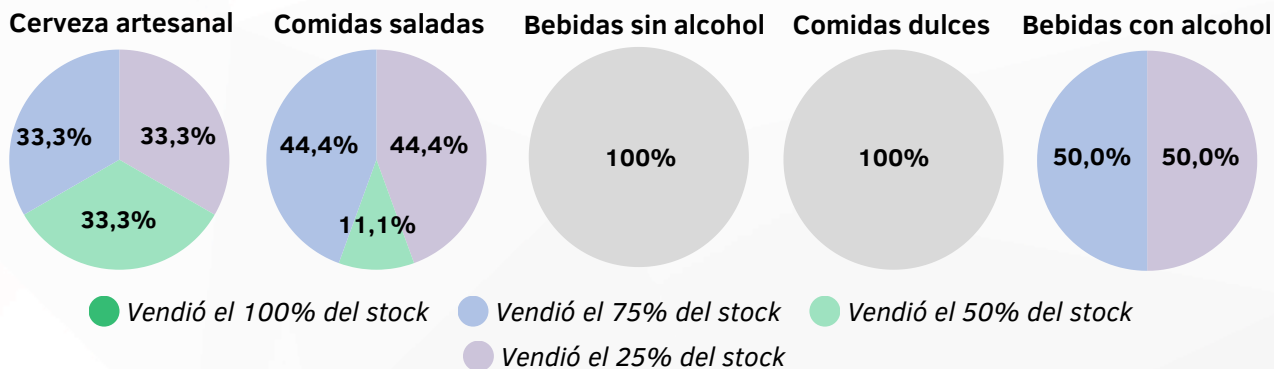


**Martes 10 de diciembre**

Percepción general de todos los emprendedores



Percepción de los emprendedores según su rubro



Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Adicionalmente, a los representantes de cada puesto de ventas se les pidió que comparen los resultados de su participación en la feria gastronómica del Festival de la Música del Litoral 2024 respecto al mismo evento del año 2023. En general, la mayoría de los emprendedores declaró que no trabajó en el Festival del año pasado.

Si se examina a quienes sí participaron de la edición anterior del Festival según el rubro en que se desempeñan, aquellos que ofrecían cerveza artesanal dijeron haber vendido más el día jueves y de manera similar el domingo.

Por otro lado, los que ofrecían comidas dulces tuvieron el peor desempeño debido a que quienes estuvieron presentes en 2023 dijeron haber vendido menos en esta oportunidad. Por su parte, los que vendían alimentos salados lograron mejorar sus ventas, especialmente los días jueves y domingo.

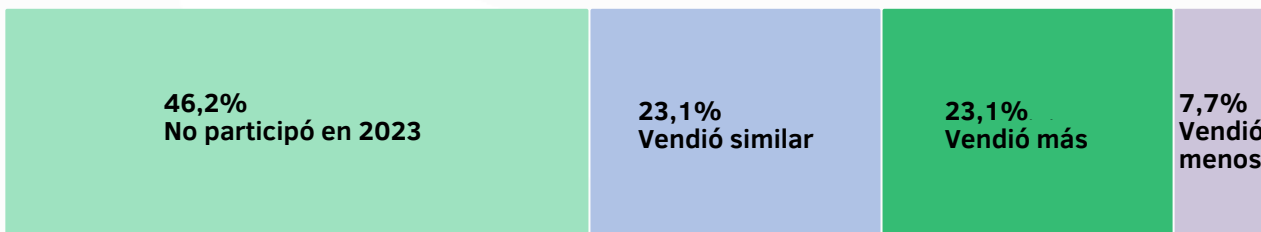
Entre quienes ofrecían otras bebidas alcohólicas, la mayoría mencionó haber alcanzado un nivel de ventas similar o mejor al del 2023. De igual manera, los puestos que vendían bebidas sin alcohol mostraron resultados similares.

Finalmente, resulta importante resaltar que no fue posible realizar esta consulta a algunos de los emprendedores presentes en los diferentes días que tuvo lugar el evento. Debido a esto, los resultados expuestos pueden no reflejar completamente la realidad de los diferentes emprendedores. .

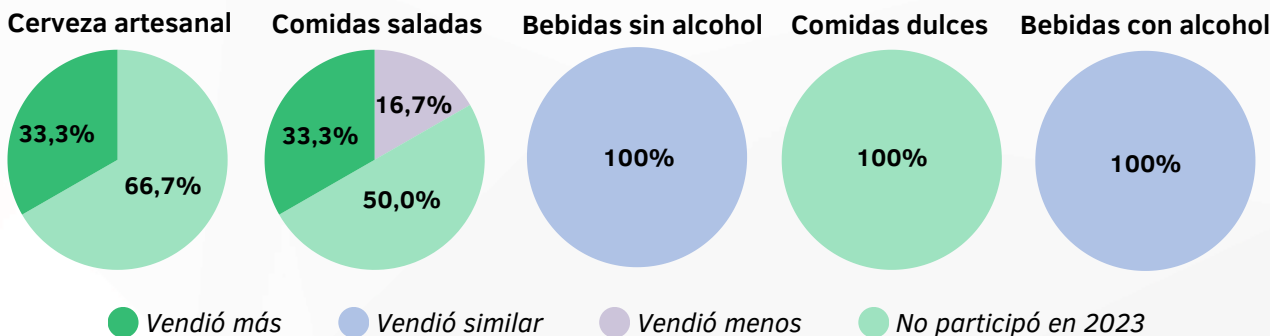
Figura 2: Comparación del nivel de actividad en la feria gastronómica del Festival de la Música del Litoral 2024 respecto al mismo evento en 2023 para cada día del evento.

**Jueves 5 de diciembre**

Comparación general de todos los emprendedores



Comparación de los emprendedores según su rubro



Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

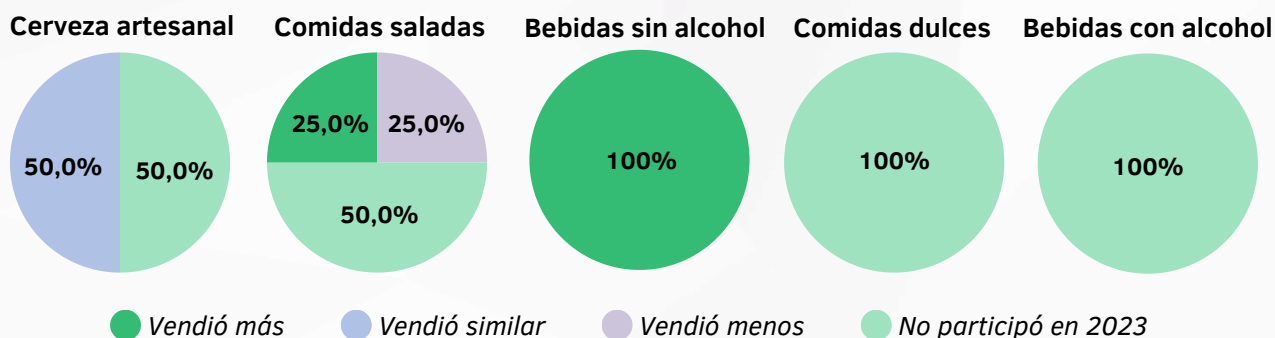
Figura 2: Comparación del nivel de actividad en la feria gastronómica del Festival de la Música del Litoral 2024 respecto al mismo evento en 2023 para cada día del evento (continuación).

**Domingo 8 de diciembre**

Comparación general de todos los emprendedores

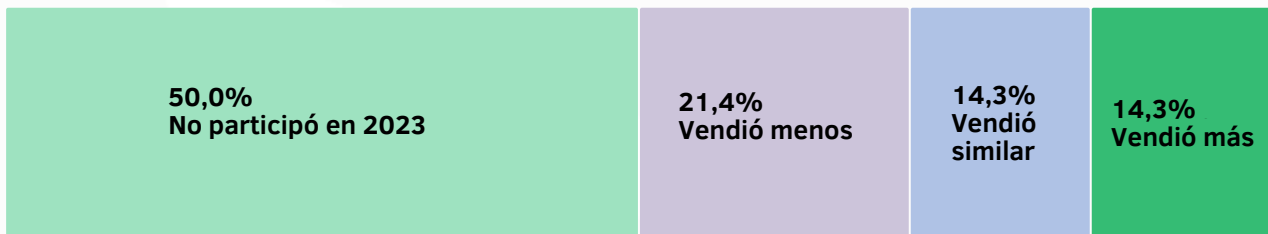


Comparación de los emprendedores según su rubro

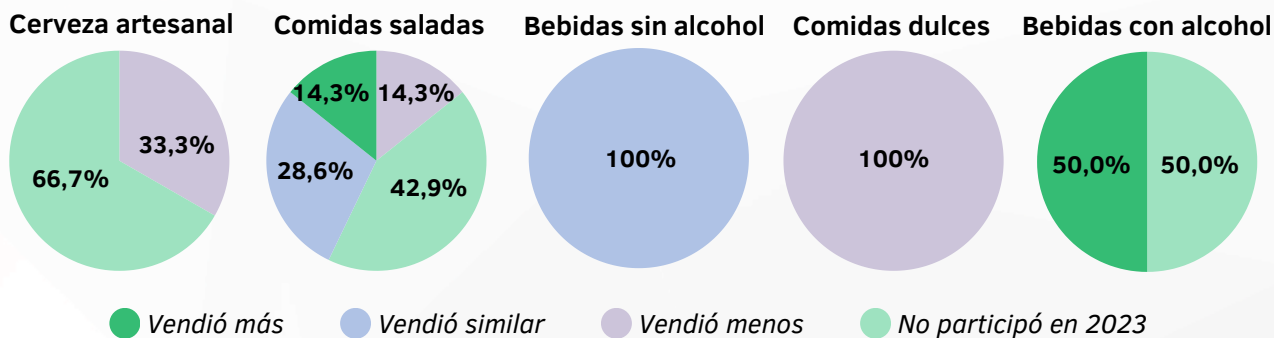


**Martes 10 de diciembre**

Comparación general de todos los emprendedores



Comparación de los emprendedores según su rubro

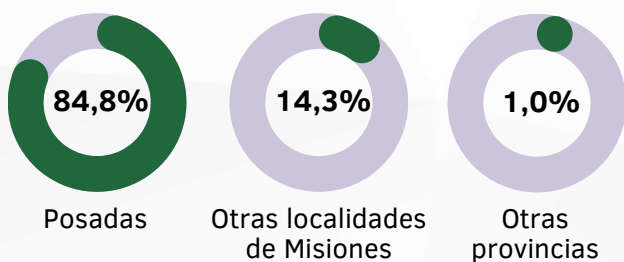


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

## Opinión de los asistentes del evento

Los días jueves 5, domingo 8 y martes 10 de diciembre se realizaron encuestas al público presente en el Festival de la Música del Litoral 2024 a fin de conocer su opinión sobre el evento. Del total de los asistentes encuestados, el 45,7% eran mujeres y los restantes varones, mientras que la edad promedio de todos ellos era de 41 años. Al ser consultados sobre la clasificación del evento en una escala del 1 al 10, la misma alcanzó los 8,8 puntos.

Figura 3: Lugar de procedencia de los espectadores.



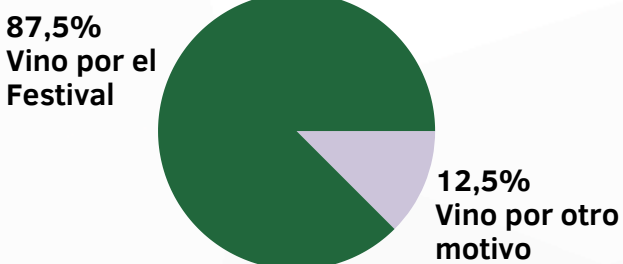
Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

La amplia mayoría de los encuestados en el transcurso de las tres jornadas del evento eran vecinos de la ciudad de Posadas. Mientras, cerca del 14% provenían de otras localidades de la provincia y solamente un grupo reducido de personas llegaron desde otras provincias Argentina.

Además, se preguntó por la cantidad de personas que acompañaban a cada encuestado y la respuesta, en promedio, fue de 5 personas por grupo.

Entre las personas encuestadas que no eran de Posadas, la mayoría dijo que se quedaba en la ciudad hasta 3 días, pero con una estadía promedio de 2 días. A su vez, al ser consultados sobre dónde se hospedaban, la mayoría lo hacía en casas de familiares o amigos. Como consecuencia, un número muy bajo de encuestados se alojó en hoteles y/o inmuebles de alquiler temporario por lo tanto, estimar sus gastos en la ciudad no resulta relevante en el cálculo del movimiento económico del evento. Aunque, vale mencionar que, en promedio, durante el mes de diciembre de 2024 el precio de un departamento de alquiler temporario era de \$75.000 por noche aproximadamente.

Figura 4: Motivo principal de la visita a Posadas.



Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

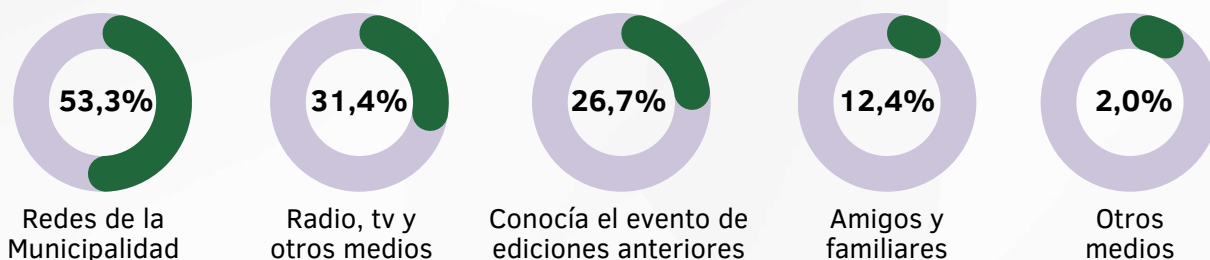
En cuanto al motivo principal por el cuál estaban presentes en el evento, poco menos del 90% de los encuestados dijo que su motivación principal era el Festival. Si bien la mayoría de los encuestados eran de Posadas, este resultado se sostiene entre quienes visitaban la ciudad desde otros puntos de la provincia y el país, entre quienes solamente el 12,5% venía a Posadas por otro motivo.

En referencia a cómo se enteraron del evento, cerca del 53% de las personas mencionaron que lo hicieron a través de publicaciones de las redes sociales de la Municipalidad. Mientras que poco más del 30% dijo haber escuchado sobre el evento por medio publicidad en radio, tv y otros medios tradicionales.

Por su parte, el 26,7% de los asistentes encuestados declaró que estaba presente en la 55° edición del Festival de la Música del litoral porque ya conocía el evento, ya sea porque habían participado en ediciones anteriores o porque simplemente sabían de la realización del mismo. Este resultado da cuenta de que buena parte del público que asiste al festival son vecinos de la ciudad que lo hacen regularmente, es decir, son espectadores habituales del mismo. Esto también se vuelve evidente si se tiene en cuenta que poco más del 72% de los espectadores que respondieron la encuesta dijeron que no era la primera vez que asistían al festival.

Por último, 2,0% de los encuestados dijo que tomaron conocimiento sobre el festival a través de otros medios.

Figura 5: Cómo se enteraron del evento.

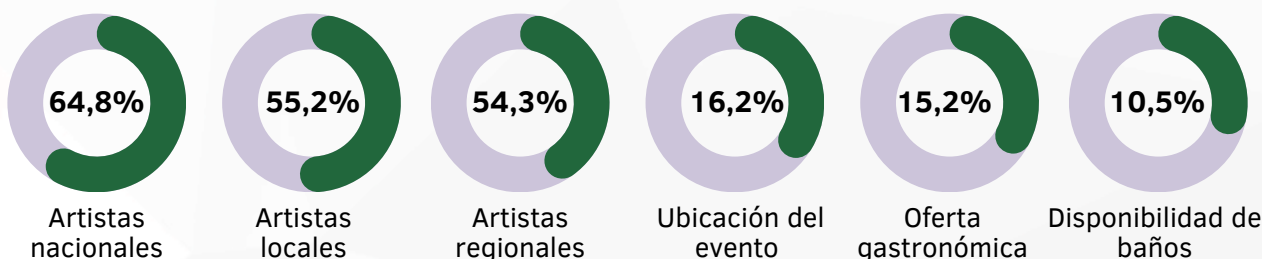


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Adicionalmente, se incluyeron preguntas sobre opinión sobre la organización y comentarios sobre el evento. Esto hace posible conocer que para el 50,0% de los encuestados la organización de la edición de 2024 fue mejor que la del 2023 y que el 44,9% consideraba que ambos eran iguales. También el 96% de las personas dijeron no haber experimentado ningún inconveniente relacionado a la adquisición de las entradas, pero entre quienes sí dijeron haber sufrido algún inconveniente surgieron comentarios referidos a la imposibilidad de pagar con Mercado Pago, las filas a la hora de canjear y, en relación a eso último, el hecho de que el QR no habilitaba el ingreso al Anfiteatro.

En otro orden de cosas, el 80% declaró que conocieron artistas y/o grupos musicales que llamaron su atención. Esto está estrechamente relacionado con el hecho de que lo más destacado del evento por la mayoría fueron los artistas nacionales, seguidos de los regionales y locales, tal como se aprecia en la figura 6. La ubicación del mismo, la oferta gastronómica y la posibilidad de contar con sanitarios también fueron señalados como elementos sobresalientes en la organización del festival.

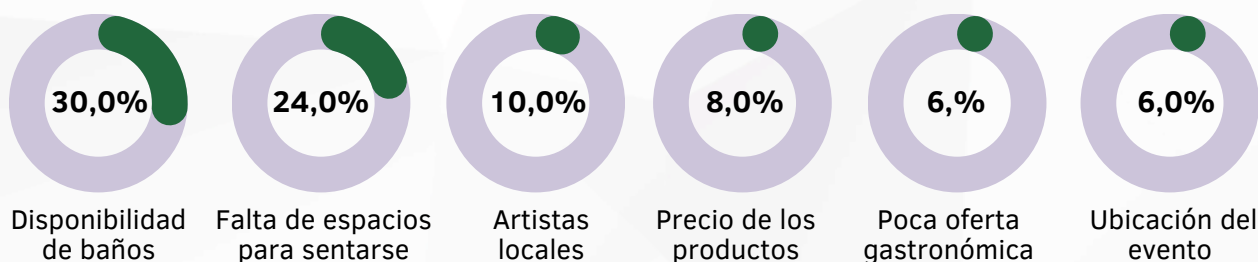
Figura 6: Aspectos más destacados del evento y su organización.



Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

En la figura 7 se observan aspectos menos destacados del evento según la opinión de los participantes en el Festival de la Música del Litoral 2024. Cabe destacar que el 52,4% de las respuestas indicaban que estaban conformes con todo y no tenían comentarios negativos que realizar. Entre quienes sí decidieron mencionar aquello que consideraban como poco agradable se destacan la escasez de espacios para tomar asiento, la disponibilidad de baños, la elección musical y/o animación de los artistas locales y el precio de las bebidas y comidas. Además, algunos de los respondientes indicaron como negativo la ubicación donde se realizaba el evento.

Figura 7: Aspectos menos destacados del evento y su organización.



Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

En última instancia, a quienes se encontraban participando del evento en el Anfiteatro y sus inmediaciones se les consultó si deseaban realizar algún otro comentario o sugerencia. En poco más del 87% de los casos las personas respondieron que no tenían comentarios que agregar.

Entre los que sí hicieron comentarios adicionales, mencionaron aspectos como la falta de espacio para shows de artistas locales, la poca disponibilidad de asientos en el lugar y la necesidad de realizar mejoras en las tribunas, así como palabras que aludían a la desaprobación de la presencia de artistas que no ofrecen números netamente folklóricos en el escenario principal.



## Metodología estimación de gasto, potencial económico y opinión de los asistentes

Los días 5, 8 y 10 de diciembre agentes municipales realizaron encuestas a todos los emprendedores presentes en la feria gastronómica del Festival de la Música del Litoral 2024. El relevamiento contenía preguntas sobre los productos que tenían para vender y sus precios, la cantidad aproximada de esos productos que estaban disponibles para la venta en el evento en cuestión, gasto aproximado en insumos de proveedores posadeños y al final del evento se preguntó por el volumen de ventas. La información provista por los emprendedores sobre compras a proveedores estaba organizada en intervalos, por lo que fue necesario estimar un monto exacto para realizar los cálculos que aquí se presentan. En los casos en los que el respondiente eligió alguna de las categorías extremas (más alta o más baja), se asignó el extremo conocido del intervalo como monto de gasto. Mientras que si se eligió algún intervalo con ambos extremos conocidos, se imputó el promedio de ambos valores como gasto aproximado en negocios de proveedores locales.

En esta oportunidad no fue posible obtener información sobre el nivel de ventas de algunos de los emprendedores presentes en el evento. Por lo tanto, se determinó un nivel de ventas mínimo (25% del stock inicial) a esos casos a fin de calcular sus ventas sin sobreestimar los efectos de las mismas.

Luego, para estimar el impacto final del evento se utiliza la metodología del multiplicador a partir del modelo de matriz insumo-producto, estimado por el CEP XXI (2021). La cual permite evaluar las compras y ventas intersectoriales, es decir, el flujo de bienes y servicios entre las diferentes ramas de producción, y computar la potencialidad de cada sector involucrado en las ventas del stand, a partir de su efecto multiplicador en la economía. En este sentido, los multiplicadores de producción reportan coeficientes que indican el grado de encadenamiento hacia adelante y hacia atrás de cada sector de actividad. Esto último se ve reflejado en el efecto inicial, directo e indirecto del consumo en cada sector (1).

Por otro lado, la cantidad de entradas vendidas incluye información tanto de los accesos comprados presencialmente por los asistentes como aquellos que adquirieron sus entradas online, exceptuando las transacciones efectuadas en el sitio Ticket Misiones.

Finalmente, en este evento se realizó una encuesta a los participantes para conocer su edad, puntuación general del evento, los aspectos que más le gustaron y disgustaron y cualquier otro comentario o sugerencia que quieran realizar.

### Citas

(1) Molina, M.; Fernández Massi, M.; Guaita, N. y Bertin, P. *La estructura productiva nacional: un análisis de los encadenamientos y multiplicadores sobre la base de la matriz insumo-producto de 2015*. Documentos de Trabajo del CEP XXI N° 8, septiembre de 2021, Centro de Estudios para la Producción XXI - Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación.