



**GESTIÓN  
DE DATOS**



**Posadas**

# **UNA+ 7° Edición** **Posadas1**

---

**Febrero 2025**

*Informe del Observatorio Económico de la  
Municipalidad de Posadas*

## **UNA+ 7° Edición - Febrero 2025**

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

Dirección Oficina de Gestión de Datos. Municipalidad de Posadas.

dirgestiondedatos@gmail.com

Posadas, febrero de 2025.

#### **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 Pymes y Comercialización:**

Mgr. Staudt, Agustín

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

Lic. Montiel, Zoraida Magalí

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

Aguilar, Natalia

Giménez, Imanol

Motta, Naomi

Romero, Julia

Sosa, Patricio

Valiente, Mónica

#### **Signos convencionales:**

\* Dato provisorio

- Cero absoluto

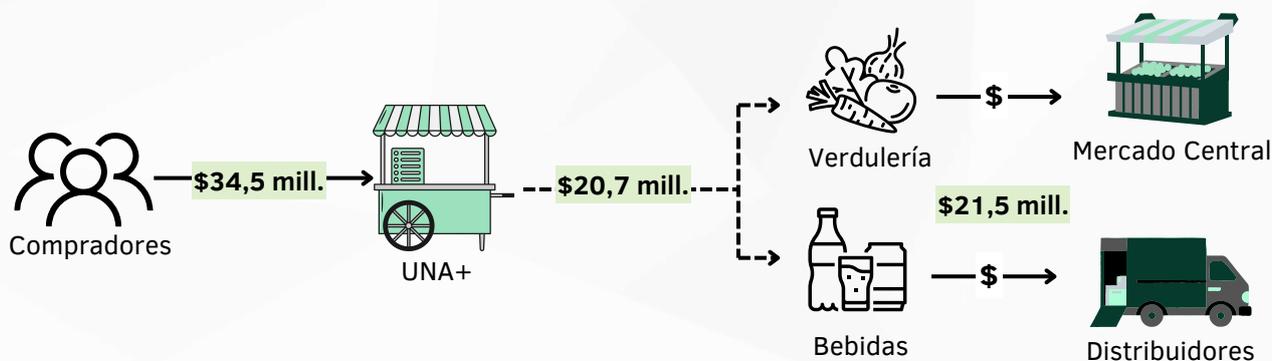
/// Dato que no corresponde presentar



Alimentos vendidos	780,1 kilogramos	<b>\$34.395.250,0</b>	<b>\$13.550.015,0</b>
Bebidas vendidas	2.492,8 litros	<b>Ventas totales</b>	<b>Compras a proveedores</b>

<b>\$76,7 millones</b>	<b>\$17.404,4</b>
<b>Impacto económico total</b>	<b>Impacto económico por persona</b>

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



Cada persona que compró en la feria gastronómica de la 7° edición del festival UNA+ 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 la edición de febrero de 2025 de UNA+ 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?*



**74,2 Canastas Básicas Totales**

CBT enero 2025 (hogar de 4 integrantes) \$1.033.716



**219,1 Alquileres mensuales**

Alquiler departamento 40m2 (precio promedio enero 2025) \$350.000,0



**17.044,8 Kilos de yerba mate**

Kilogramo de yerba mate (precio promedio enero 2025) \$4.500,0



**3 FIAT Cronos Okm**

FIAT Cronos OKM enero 2025 (precio promedio ACARA) \$26,0 millones

## UNA+ 7° Edición - 16 Febrero 2025

El día domingo 16 de febrero de 2025 se llevó adelante la feria gastronómica y cervecera UNA+ 7° Edición en el Parque La Cascada de la Costanera de Posadas, organizado por el clúster de cerveceros Mboyeré y la Municipalidad de Posadas. El evento contó con la participación de stands gastronómicos que vendían comidas saladas y dulces (12) y cerveceros artesanales (19). Además, animaron el encuentro DJs y bandas locales. Cabe comentar que si bien el evento tenía previsto llevarse adelante el sábado 15 de febrero, el mismo no pudo desarrollarse con normalidad debido a las inclemencias del tiempo.

### 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. 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 evento.

Cabe recordar 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.

Tipo de emprendimiento	Cantidad de emprendedores	Ventas totales	Impacto económico
Venta de cerveza artesanal	17	\$20.046.500,0	\$44.703.695,0
Venta de otras bebidas alcohólicas	-	-	-
Venta de otras bebidas no alcohólicas	2	\$725.000,0	\$1.616.750,0
Venta de comida salada	11	\$12.633.750,0	\$28.173.262,5
Venta de comida dulce	2	\$990.000,0	\$2.207.700,0
<b>TOTAL</b>	<b>///</b>	<b>\$34.395.250,0</b>	<b>\$76.701.407,5</b>

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

Cuadro 2: Cantidad vendida de alimentos y bebidas, según tipo de negocio. Total del evento.

Tipo de emprendimiento	Cantidad vendida
Venta de cerveza artesanal	2.442,8 litros
Venta de otras bebidas alcohólicas	-
Venta de otras bebidas no alcohólicas	50,0 litros
Venta de comida salada	711,7 kilogramos
Venta de comida dulce	68,4 kilogramos

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

Los resultados referidos a la cantidad de alimentos y bebidas vendidos en el evento provienen de estimaciones de la presentación de cada tipo de plato y/o bebida ofrecida. Las mismas se realizaron en base a las presentaciones en que habitualmente se ofrecen estos productos en las ferias gastronómicas y/o consultas a los emprendedores que ofrecen cada tipo de producto habitualmente.

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 UNA+ 7° Edición. El detalle de las estimaciones realizadas en base a las respuestas obtenidas se encuentran en el cuadro 3.

Cuadro 3: Emprendimientos participantes y compras a proveedores locales, según tipo de negocio.

Tipo de emprendimiento	Cantidad de emprendedores	Compras totales
Venta de cerveza artesanal	17	\$8.000.008,0
Venta de otras bebidas alcohólicas	-	-
Venta de otras bebidas no alcohólicas	2	\$539.473,9
Venta de comida salada	11	\$4.988.374,0
Venta de comida dulce	2	\$22.159,1
<b>TOTAL</b>	<b>///</b>	<b>\$13.550.015,0</b>

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

## Percepción del nivel de ventas

Al analizar las respuestas de todos los emprendedores, solamente cerca del 3% de los emprendedores encuestados manifestó haber vendido muy bien (aproximadamente el 100% de los productos que llevaron para comercializar en UNA+ 7° Edición) y todos ofrecían comida salada. En general, el 80% de los encuestados manifestó que sus ventas estuvieron en torno al 25% y el 50% del stock con el que contaba el día del evento.

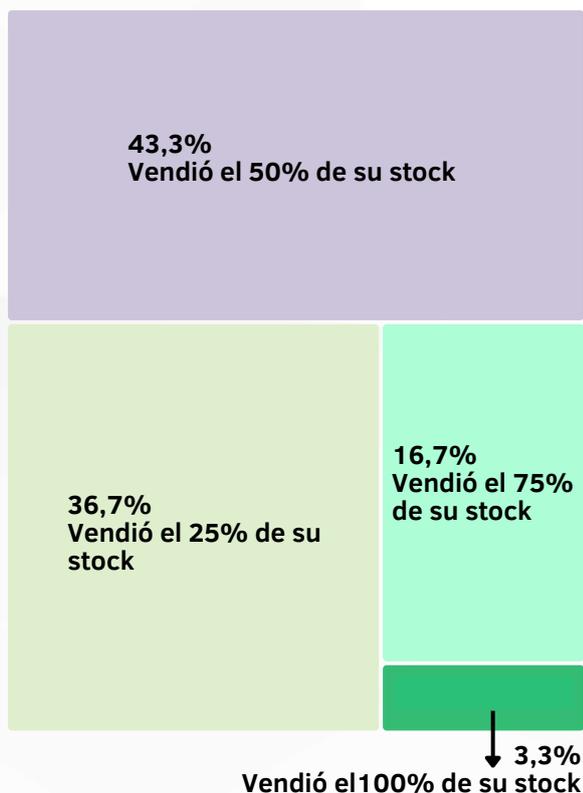
A ser consultados sobre el nivel de ventas en esta edición de UNA+, todas las respuestas de quienes vendían cerveza artesanal fue que vendieron entre el 25% y el 50% del stock inicial que llevaron al evento. Respecto a quienes ofrecían bebidas sin alcohol, todos los emprendedores presentes dijeron haber vendido el 50% del stock que llevaron a UNA+ 7° Edición.

Por su parte, entre los vendedores de comida salada poco más del 45% de ellos vendió bien (cerca del 75% de la mercadería), mientras que el 36,4% vendió cerca del 50% de los productos que había llevado al evento. Entre quienes vendían comida dulce, el 100% afirmó haber vendido la mitad de su stock.

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

Figura 1: Percepción del nivel de actividad en UNA+ 7° Edición en relación al stock inicial con el que contaba cada stand antes de comenzar el evento.

Percepción general de todos los emprendedores



Percepción de los emprendedores según su rubro



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

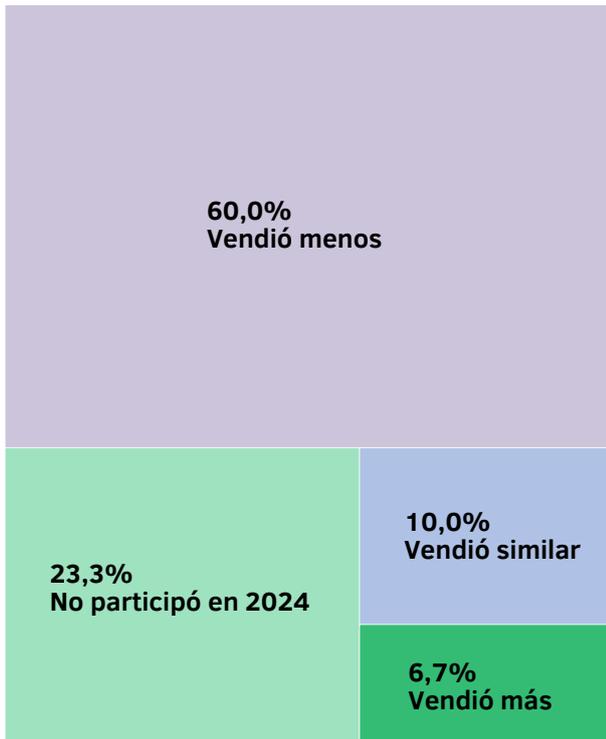
Adicionalmente, a los representantes de cada puesto de ventas se les pidió que comparen los resultados de su participación en esta edición de UNA+ respecto al mismo evento del año 2024. En general, la mayoría de los emprendedores declaró que en esta edición de UNA+ vendió menos que en el evento del año anterior.

Si se examina a quienes sí participaron de la edición anterior de UNA+ según el rubro en que se desempeñan, aquellos que ofrecían cerveza artesanal dijeron haber vendido menos que en UNA+ 2024.

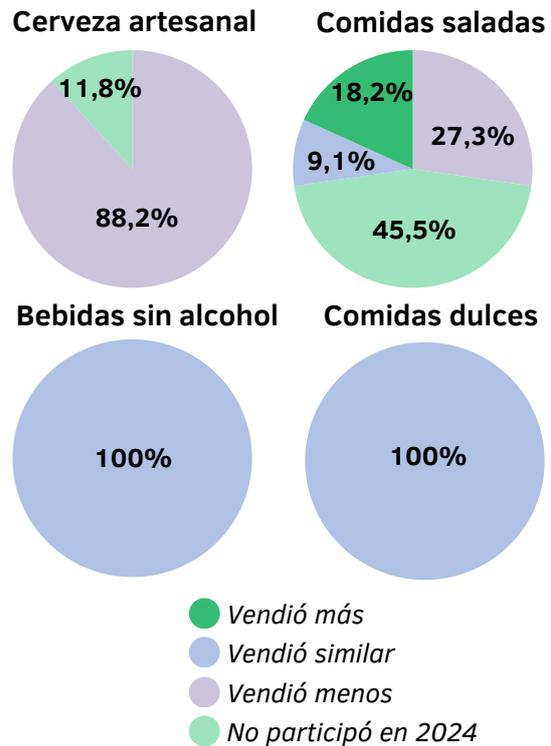
Por otro lado, los que comercializaban comidas dulces en esta oportunidad tuvieron un desempeño similar al de 2024. Por su parte, entre los que vendían alimentos salados el 45,5% no participó del evento en 2024, pero aquellos que sí lo hicieron la mayoría vendió menos en la 7° Edición de UNA+ que en el mismo evento el año pasado. Mientras que todos los emprendedores que ofrecían otras bebidas no alcohólicas mencionaron haber alcanzado un nivel de ventas similar al del 2024.

Figura 2: Comparación del nivel de actividad en UNA+ 7° Edición respecto al mismo evento en 2024.

Percepción general de todos los emprendedores



Percepción de los emprendedores según su rubro



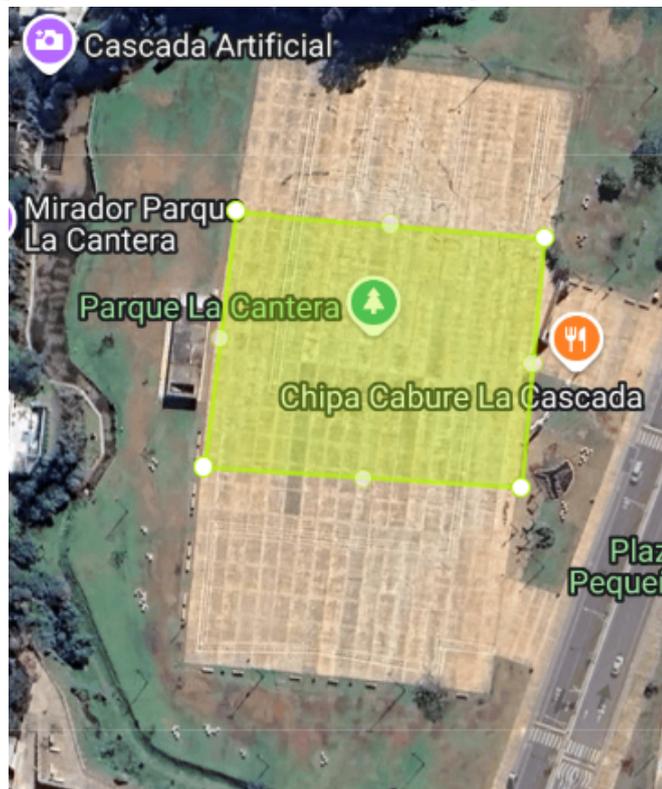
Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

### Estimación cantidad de asistentes

Para estimar la cantidad de personas presentes en el evento se utiliza MapCheckin.com, una herramienta en línea que estima la cantidad de personas que caben en un área determinada en base a la configuración de densidad de población que programe el usuario.

Para el caso de UNA+ 7° Edición, la superficie que ocupaba el evento se aprecia en la figura 2 y comprende 4.496 metros cuadrados. En base a la observación directa y material fotográfico del evento se determinó que la densidad de población era de alrededor de 1 personas por metro cuadrado, por lo tanto en UNA+ 7° Edición había cerca de 4.407 personas.

Figura 3: área aproximada donde tuvo lugar UNA+ 7° Edición.

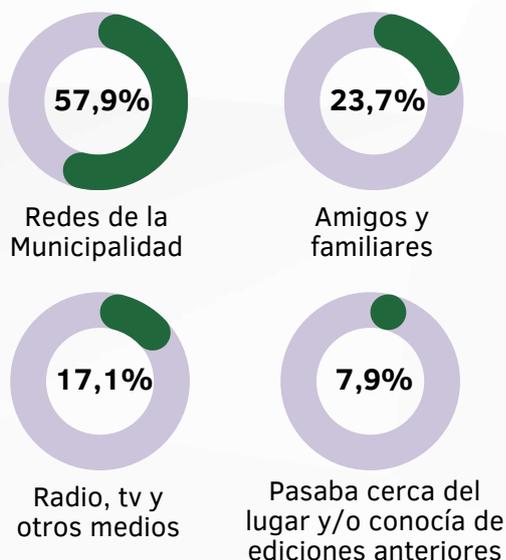


Fuente: MapChecking.com

## Opinión de los asistentes del evento

El domingo 16 de febrero se realizaron encuestas al público presente en UNA+ 7° Edición a fin de conocer su opinión sobre el evento. Del total de los asistentes encuestados, el 48,7% eran mujeres y los restantes varones, mientras que la edad promedio de todos ellos era de 31 años. Al ser consultados sobre la clasificación del evento en una escala del 1 al 10, la misma alcanzó los 8,8 puntos.

Figura 4: Cómo se enteraron del evento.



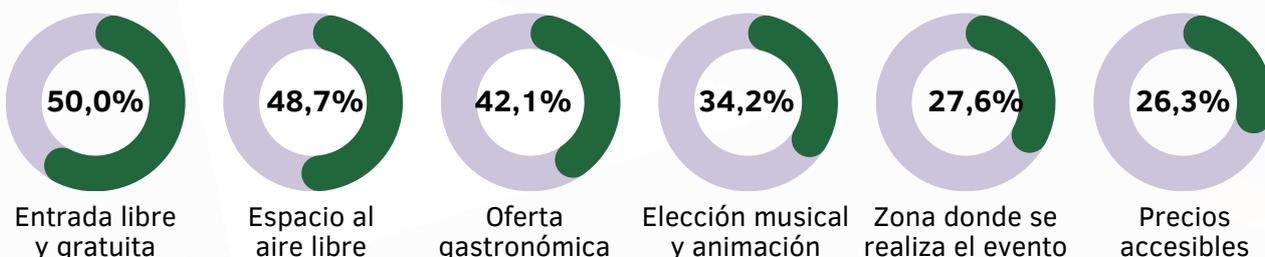
Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Cerca del 58% de las personas mencionaron que se enteraron del evento a través de publicaciones de las redes sociales de la Municipalidad. Mientras que poco menos del 24% dijo haber escuchado sobre el evento por medio de amigos y/o familiares.

Por su parte, el 17,1% de los asistentes encuestados declaró que tuvo oportunidad de conocer sobre UNA+ en medios de comunicación tradicionales como radio, tv y otros. A su vez, el 7,9% afirmó haber decidido participar del evento al pasar por el lugar y/o porque sabía de su realización por haber participado en ediciones anteriores

Por último, 2,2% de los encuestados dijo que tomaron conocimiento sobre UNA+ por medio de otros medios.

Figura 5: Aspectos más destacados del evento y su organización.



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

En lo que respecta a los aspectos más destacados del evento o aquello que más les gustó del mismo y su organización, el 50% del público encuestado mencionó que les gustó que se trataba de un evento con entrada libre y gratuita. En segundo lugar como aspecto más mencionado aparece el espacio al aire libre en esta edición de UNA+.

Otros elementos destacados por el público presente fueron la oferta gastronómica, la elección musical y animación, la zona dónde se llevó adelante el mismo y el precio de los productos. Otras cuestiones apreciadas por los asistentes encuestados fueron la disponibilidad de baños (19,7%) y de espacios para estacionamiento (9,2%).

En la figura 6 se observan los aspectos menos destacados del evento según la opinión de los participantes de UNA+ 7° Edición. Cabe destacar que el 65,8% 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 falta de estacionamiento, la escasez de espacios para tomar asiento, la disponibilidad de baños, la elección musical y/o animación y el precio de las bebidas y comidas. Además, algunos de los respondientes indicaron como negativo la falta de conexión WiFi en el lugar del evento, lo que relacionan a la dificultad para realizar pagos electrónicos en algunos puestos de comida y bebida, el calor del día del evento y la decisión de hacerlo un día domingo. Respecto al último punto, es necesario recordar que si bien UNA+ 7° Edición estaba pautado para el día sábado 15 de febrero, el evento se suspendió por inclemencias del tiempo.

Figura 6: 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 Parque La Cascada se les consultó si deseaban realizar algún otro comentario o sugerencia. En poco más del 60% de los casos las personas respondieron que no tenían comentarios que agregar y un 17,1% dijo estar conforme con todo.

Entre los que mencionaron aspectos positivos sobre el evento, se repiten con mayor frecuencia dichos en referencia a que deseaban que el evento se repita y que se realizara más seguido (41,2%). Por su parte, algunos de las críticas expresadas por los encuestados incluían dichos sobre la presencia de controles de alcoholemia en las inmediaciones del evento (5,9%) e incluir mayor variedad de comida entre la oferta gastronómica propuesta (5,9%).

## Recuperación de materiales reciclables

Durante esta edición de UNA+, el equipo de la Dirección de Economía Circular (Gerencia de Ambiente, GIRSU y Cambio Climático) de la Municipalidad de Posadas trabajó en la recolección de elementos desechados por el públicos y los emprendedores presentes en el evento cuya composición permite que sean recuperados y reciclados. De esta manera, en UNA+ 7° Edición se recuperaron cerca de 170 kilogramos de papel, plástico, metales y otros materiales que en lugar de ser desechados, serán aprovechados.

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

El día domingo 16 de febrero agentes municipales realizaron encuestas a todos los emprendedores presentes en la feria gastronómica y cervecera de UNA+ 7° Edición. 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.

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 participantes del evento se calcula con la herramienta en línea MapChecking ([mapchecking.com](http://mapchecking.com)). La misma permite estimar la máxima cantidad de personas de pie que puede albergar un área determinada, que es señalada a partir de un polígono en un mapa del sitio. Además, se realizan ajustes de densidad de personas presentes en el evento para otorgar mayor precisión al resultado obtenido.

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.