



GESTIÓN
DE DATOS



Posadas



CÁMARA de COMERCIO
e INDUSTRIA de POSADAS

El Reventón 2025 - Opinión comercios adheridos y consumidores

Posadas

Abril 2025

*Informe del Observatorio Económico de la
Municipalidad de Posadas*

El Reventón - Abril 2025

Informe del Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas

Dirección Oficina de Gestión de Datos. Municipalidad de Posadas.

dirgestiondedatos@gmail.com

Posadas, abril 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:

Mgtr. Staudt, Agustín

Dirección de Oficina de Gestión de Datos:

Lic. Montiel, Zoraida Magalí

Equipo técnico y encuestadores:

Dilger, Johan Axel

Fernandez, Florencia

Mandagarán, Damián

Motta, Naomi

Rojas, Camila

Romero, Julia

Sosa, Patricio

Signos convencionales:

* Dato provisorio

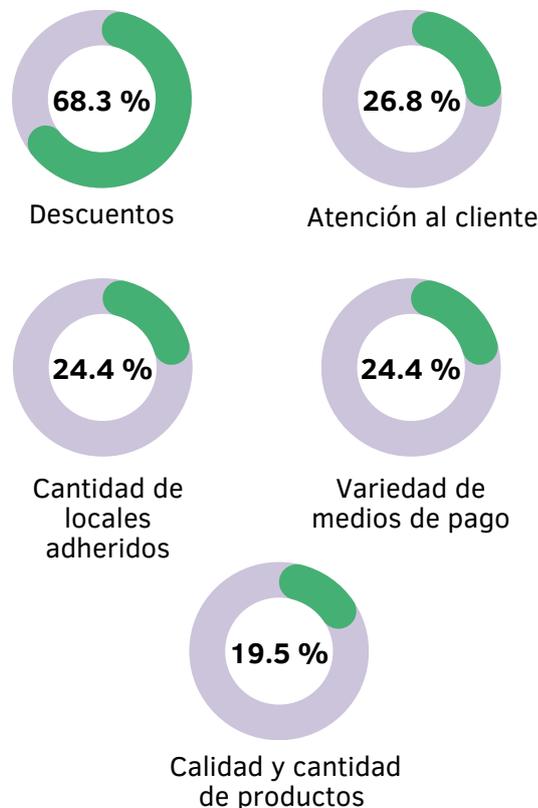
- Cero absoluto

/// Dato que no corresponde presentar

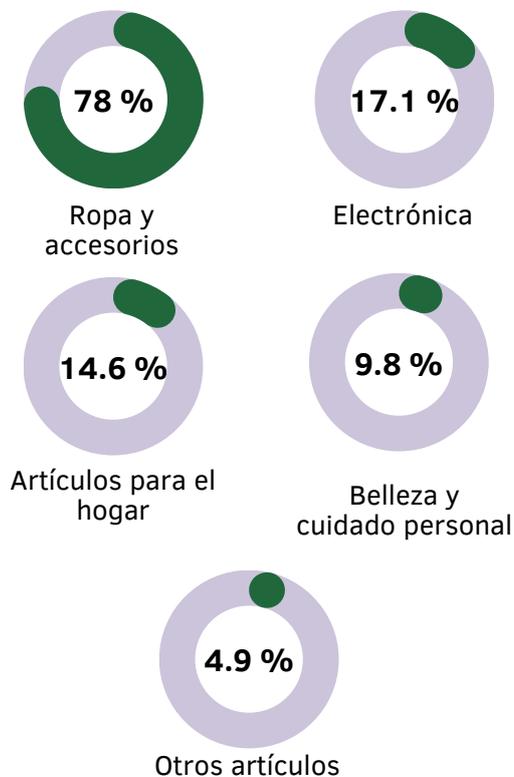
El Reventón - Resumen principales resultados - 3 al 6 de abril de 2025

Opinión consumidores

Aspectos más destacados de la experiencia de compra



Productos elegidos por quienes realizaron compras en El Reventón

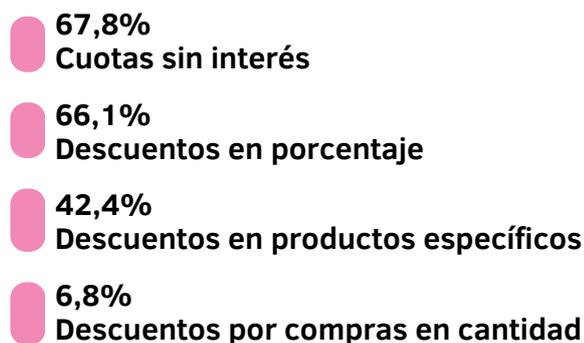


Nivel de satisfacción con las ofertas y descuentos ofrecidos por los comercios en el El Reventón

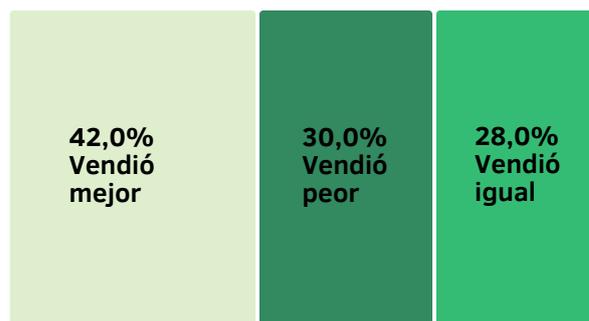


Opinión comercios adheridos

Principales beneficios ofrecidos por los comercios adheridos en El Reventón



Comparación del nivel de actividad respecto a El Reventón 2024 (incluye comercios que participaron de ambas ediciones).



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

El Reventón 2025 - 3 al 6 de abril

Entre los días jueves 3 de abril y el domingo 6 de abril de 2025 se llevó adelante El Reventón 2025, que incluye promociones y descuentos en comercios adheridos de todos los rubros y una feria gastronómica y cervecera en la Plaza San Martín de la ciudad, todo esto organizado por la Cámara de Comercio e Industria de Posadas. El evento contó con la participación de cerca de 1.300 comercio que ofrecían descuentos y promociones, acompañadas de facilidades de pago ofrecidas especialmente para la ocasión por entidades como el Banco Macro.

En este marco, la Oficina de Gestión de Datos realizó encuestas de opinión a comercios adheridos al evento y a las personas que se encontraban en las inmediaciones de la zona comercial del centro de la ciudad. Los análisis que se muestran a continuación son los resultados de las respuestas obtenidas en estos operativos.

Opinión de los comercios adheridos

Con el objetivo de conocer de primera mano la opinión de los comerciantes sobre su experiencia en El Reventón 2025, se confeccionó una encuesta de opinión dirigida a este público. Dado que el relevamiento se realizó mediante cuestionarios de participación voluntaria y sin un diseño de muestreo estadístico, los resultados que se presentan en la siguiente sección describen únicamente las experiencias de quienes respondieron la encuesta y no pueden considerarse representativos del universo total de comercios participantes.

Cuadro 1: Empresas encuestadas en El Reventón 2025 según rubro.

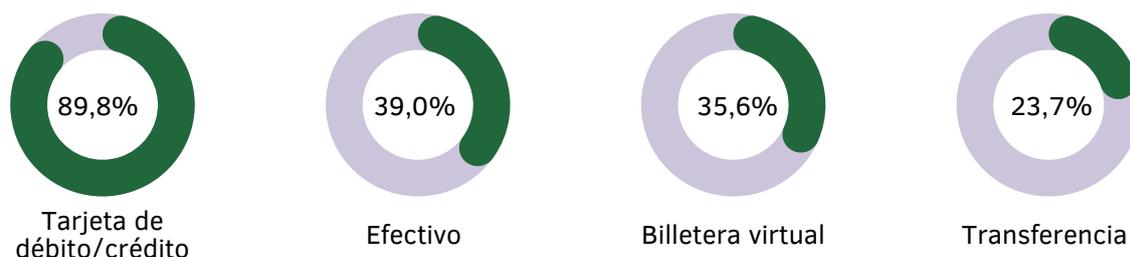
Rubro	Porcentaje
Indumentaria / calzado	33,9%
Hogar y decoración	15,3%
Ferretería, pinturería e insumos para la construcción	11,9%
Electrodomésticos / tecnología	11,9%
Muebles, colchones y electrodomésticos	6,8%
Otros rubros	5,1%
Óptica	3,4%
Gastronomía	3,4%
Polirubro	1,7%
Neumáticos	1,7%
Otros rubros	5,1%
Total	100%

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

En primer lugar, cabe mencionar que quienes respondieron esta encuesta contaban con 59 locales adheridos a El Reventón en 15 rubros diferentes, siendo la venta de indumentaria y calzado el más mencionado (33,9%), seguido de hogar y decoración (15,3%) y ferretería , pinturería e insumos para la construcción (11,9%). LA categoría otros rubros incluye comercios que vendían golosinas, joyería y centros de estética.

Al ser consultados por los medios de pagos que habitualmente utilizan sus clientes, la mayoría de las empresas encuestadas afirmaron que el medio de pago más elegido es la tarjeta de débito/crédito (47,7%), seguida por el efectivo (20,7%), tal como puede verse en la figura 1. Cabe destacar que la suma de los medios de pago más utilizados supera a la cantidad de respuestas obtenidas debido a que los encuestados podían elegir más de una opción.

Figura 1: Medios de pago más utilizados habitualmente por los clientes de las empresas encuestadas.



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

En relación a esto, se consultó a los comercios si El Reventón generó cambios en la modalidad de pago de sus clientes. La mayoría (71,2%) señaló que no hubo modificaciones. Sin embargo, el 25,4% indicó que el evento incentivó un mayor uso de tarjetas de débito y crédito, mientras que un 1,7% mencionó un incremento en el uso de billeteras virtuales, y otro 1,7% reportó un aumento en el uso de efectivo.

Al ser consultados sobre el tipo de descuento aplicado durante el evento, los comercios relevados indicaron que, en su mayoría, ofrecieron cuotas sin interés (67,8%), seguidas por descuentos en porcentaje (66,1%). Además, poco más del 42% señaló que aplicó rebajas en productos específicos. Aunque en menor medida, otras estrategias utilizadas por los negocios durante El Reventón fueron los descuentos por cantidad o por pago en efectivo.

Figura 2: Estrategias de venta adoptadas por El Reventón 2025 en las empresas encuestadas.

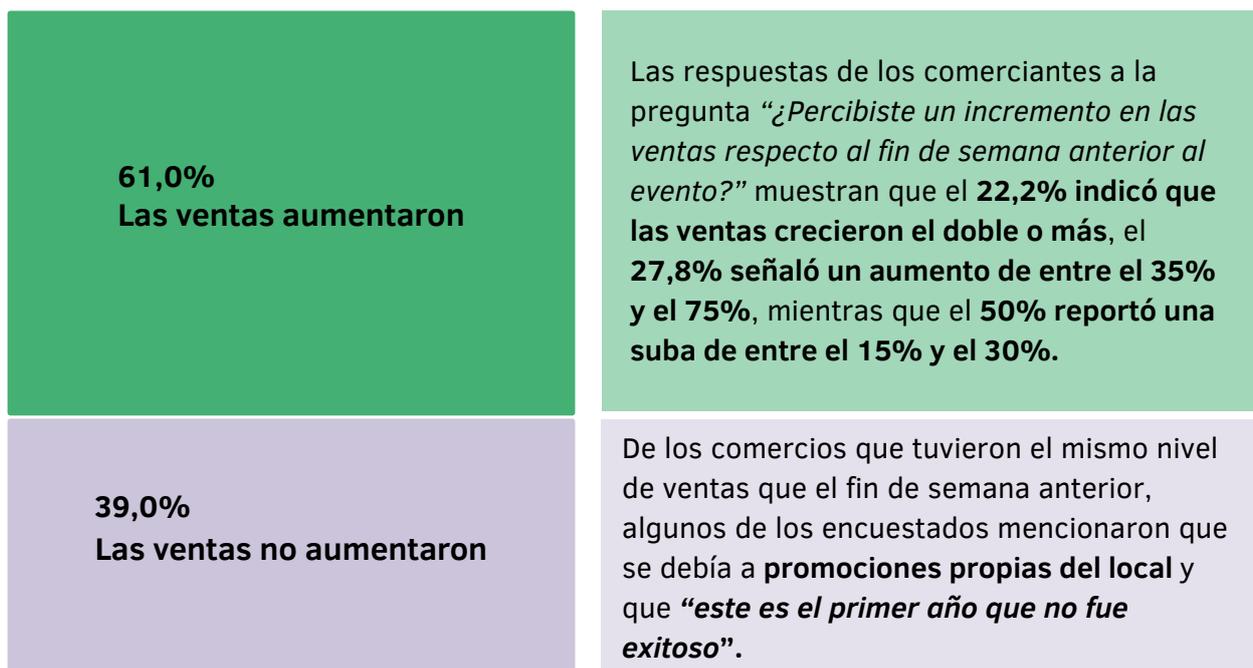


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Para conocer cómo les fue en términos de ventas a las empresas que participaron del evento de El Reventón, se le hizo una serie de preguntas que buscaban comparar el desempeño de las ventas con otros períodos de tiempo. En primer lugar, se les consultó acerca de cómo percibieron las ventas en comparación con las del fin de semana anterior.

Las respuestas de los comercios mostraron que el 39% vendió igual o menos que el fin de semana anterior, mientras que el 30,5% respondió haber vendido entre un 15 a un 30% más. A su vez, el 16,9% afirmó haber vendido entre 35% y 75% más. Finalmente, el menor porcentaje de encuestados dijo haber vendido el doble o más que el fin de semana anterior (13,6%). De este modo, como se aprecia en la figura 3, poco más del 60% de los encuestados declaró que su nivel de ventas aumentó en los días de El Reventón respecto al fin de semana anterior.

Figura 3: Percepción del nivel de actividad de las empresas encuestadas en El Reventón 2025 en comparación al fin de semana anterior.

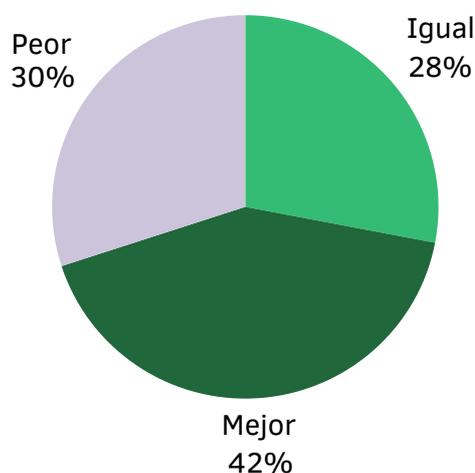


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Entre las causas del aumento de las ventas de las empresas encuestadas que vendieron más que el fin de semana anterior, las mismas atribuyeron en su amplia mayoría a los descuentos y cuotas ofrecidas en El Reventón (71,4%). Entre las demás razones estuvieron los descuentos de la empresa (7,1%) y la publicidad realizada (7,1%).

Por otro lado, al ser consultados sobre el nivel de ventas de esta edición de El Reventón respecto al mismo evento de 2024, poco más del 15,3% dijo que no participó el año anterior. Entre los que sí se adhirieron en ambas oportunidades, la mayoría (42,0%) dijo que les fue mejor este año, mientras que el 30,0% declaró que el nivel de ventas fue peor en la última edición de El Reventón.

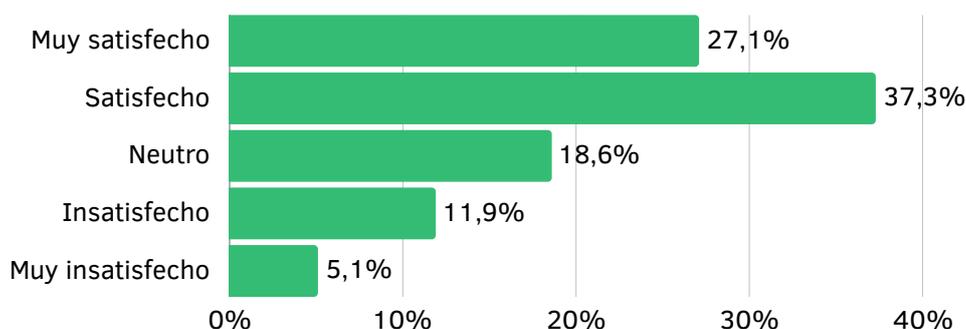
Figura 4: Comparación del desempeño de El Reventón 2025 en relación a la edición de 2024.



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

Con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción de los emprendedores que participaron de El Reventón 2025, se les preguntó cuán satisfechos estuvieron con la organización y promoción del evento. El 64,4% contestó encontrarse entre satisfecho y muy satisfecho, mientras que el 18,6% se manifestó como neutro frente a la pregunta. El 16,9% respondió encontrarse entre insatisfecho y muy insatisfecho.

Figura 5: Nivel de satisfacción de las empresas encuestadas con la organización y promoción de El Reventón 2025.



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

Entre los aspectos a mejorar, los más mencionados son los que se detallan en la figura 6. Otras cuestiones que surgieron entre los encuestados incluyen expandir la zona del evento, dado que consideran que sólo cobran protagonismo los negocios del centro de la ciudad; más propuestas culturales o recreativas; permitir a los negocios, especialmente a los de zonas más alejadas del microcentro, montar stands para mostrar y vender sus productos en las áreas de mayor concurrencia e incluir nuevos beneficios como beneficios con más bancos, mayores reintegros, excepción en el pago de tasas para los comercios adheridos, entre otros.

Figura 6: Principales aspectos de El Reventón 2025 que las empresas adheridas considera que podrían mejorarse.



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

Finalmente, las empresas participantes del evento de El Reventón fueron consultadas acerca de la motivación para participar del evento. Los empresarios que contestaron la encuesta manifestaron en su mayoría (33,6%) que su motivación para participar del evento fue aumentar sus ventas, seguido por el apoyo a eventos locales (21,6%) y para dar visibilidad al negocio (17,9%). Un menor porcentaje afirmó que su participación se debió a la motivación de fidelizar clientes (12,7%), mientras que el 11,2% respondió que lo hizo para estar a la par de la competencia. El 1,5% respondió que su participación se vio motivada por la oportunidad de liquidar productos. En la figura 7 se visualizan las principales motivaciones manifestadas por los empresarios que contestaron la encuesta.

Figura 7: Motivación de las empresas que respondieron la encuesta para participar de El Reventón 2025.

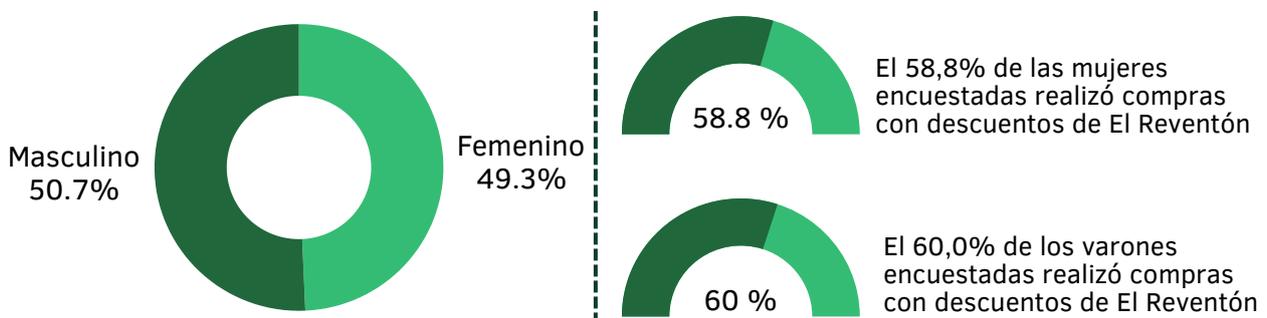


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Opinión de los consumidores

Adicionalmente, durante el evento se encuestó al público que se encontraba en las inmediaciones del centro de la ciudad. Los encuestados tenían una edad promedio de 36 años, lo que indica que el evento atrajo principalmente a un público adulto joven. Además, se observó una mayor participación de varones, representando el 50,7% del total de los encuestados. A su vez, el 59,4% de los encuestados había afirmado haber realizado compras con descuentos en El Reventón 2025. En este sentido, el 58,8% de las mujeres encuestadas aprovecharon los descuentos y realizaron compras, mientras que entre los hombres esta cifra alcanzó el 60%.

Figura 8: Aspectos demográficos de los encuestados durante El Reventón 2025.

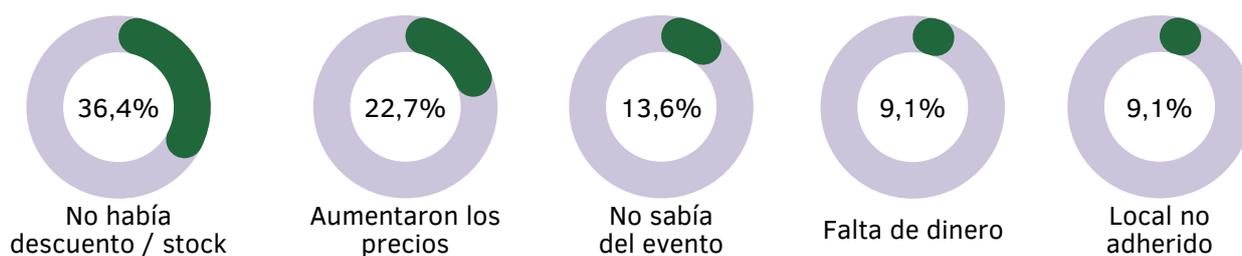


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Al ser consultados sobre los motivos por los que no realizaron compras, entre las principales respuestas de los encuestados se encuentran la falta de descuentos y/o stock en los productos de su interés y el aumento de precios respecto a los días previos al evento. Esta última categoría hace referencia al hecho de que, según comentaron algunos compradores, los comercios que se adhieren al evento de descuentos aumentan sus precios en los días previos al mismo. De esta manera, el precio real del producto luego de los supuestos descuentos sigue siendo el mismo precio al que el comerciante lo vendía sin descuentos previo a El Reventón.

En menor medida se ubicaron el desconocimiento sobre el evento y la falta de dinero como las razones por las que no efectuaron compras. Entre otros aspectos citados por los encuestados aparecen el hecho de que el local en el que compraron no estaba adherido a El Reventón, la falta de formas de pago disponibles y el hecho de no encontrar “nada interesante” para comprar.

Figura 9: Principales motivos por los que el público no realizó compras en los comercios adheridos a El Reventón 2025.



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

Por el contrario, entre quienes afirmaron haber realizado compras con descuento en El Reventón 2025 se les pidió comentar qué tipo de productos adquirió. En la figura 10 se puede ver gráficamente la distribución de las compras por tipo de producto. La gran mayoría respondió haber adquirido ropa y accesorios (78,0%). En segundo lugar se ubicó electrónica (17,1%), seguido por los artículos para el hogar (14,6%) y aquellos de belleza y cuidado personal. En la categoría otros se incluyó a los productos que menos respuestas tuvieron entre los encuestados, en este caso correspondieron a libros y bicicletas (2,4% cada uno).

Figura 10: Tipos de productos elegidos por quienes realizaron compras en locales adheridos a El Reventón 2025.



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

Además del tipo de productos que adquirieron, se consultó a las personas que hicieron compras en el evento cuán satisfechos quedaron con las ofertas y descuentos. En este sentido, la mayoría dijo sentirse satisfecho (46,3%) o muy satisfecho (39,0%). Entre los aspectos destacados, la amplia mayoría dentro de este grupo respondió que le resultaron atractivos los descuentos, la atención al cliente y la cantidad de locales adheridos. Adicionalmente, también fueron apreciados la variedad de medios de pagos aceptados y la calidad y cantidad de productos ofrecidos.

Figura 11: Aspectos más destacados de la experiencia de compra en El Reventón 2025.



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

A su vez, los consumidores encuestados de El Reventón fueron consultados acerca de si encontraron algún inconveniente a la hora de realizar sus compras. La mayoría afirmó que no tuvo inconvenientes (85,4%). Entre quienes afirmaron haberse encontrado con algún problema, los mismos estuvieron relacionados con la falta de stock al momento de comprar e información poco clara sobre los descuentos (ambos con 50%). En mucho menor medida otros declararon haber tenido dificultades para realizar sus compras por las largas filas que se formaban.

Figura 12: Inconvenientes durante las compras en El Reventón 2025.



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

Al mismo tiempo que fueron consultados acerca de los aspectos destacados y los inconvenientes a la hora de realizar sus compras, se les preguntó a los consumidores si deseaban remarcar algunos aspectos a mejorar del evento. En este sentido, quienes respondieron sugirieron mejorar los descuentos (63,4%) y la cantidad de locales adheridos, entre otros aspectos que se pueden ver en la figura 13.

Figura 13: Aspectos a mejorar según los consumidores.



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

Metodología estimación de gasto y potencial económico

Los días lunes 7, martes 8 y miércoles 9 de abril agentes municipales realizaron encuestas telefónicas a representantes de distintos negocios locales que participaron de “El Reventón” ofreciendo descuentos a sus clientes. El relevamiento contenía preguntas sobre el rubro de trabajo de cada negocio, medios de pago utilizados, comparaciones respecto al nivel de ventas con otros eventos similares y consultas sobre aspectos positivos y a mejorar, entre otros aspectos. Tal como se comenta en la sección “Opinión de los comercios adheridos”, dado que no se utilizó una estrategia de muestro estadísticamente representativa de los comercios adheridos a El Reventón, los resultados expuestos en este reporte no deben considerarse válidos para toda la población de negocios que firmaron parte del evento y sólo son válidas para el grupo que efectivamente respondió la encuesta.

Adicionalmente, el día sábado 5 de abril un grupo de trabajadores municipales realizaron encuestas a vecinos que se encontraban presentes en las inmediaciones de los negocios adheridos a El Reventón 2025 en las calles comprendidas entre Rivadavia, Sarmiento, Jujuy y Entre Ríos del centro de Posadas. El relevamiento contenía preguntas sobre las compras realizadas, su apreciación del evento, los puntos destacables y aquellos que consideraban que necesitaban ser mejorados. Tanto la fecha como la zona del operativo fueron seleccionados por ser considerados como el día y lugar de la ciudad de mayor concurrencia del evento.