



**GESTIÓN  
DE DATOS**



**Posadas**

# OktoberFest

## Posadas

---

**Octubre 2025**

*Informe del Observatorio Económico de la  
Municipalidad de Posadas*

## **OktoberFest Octubre 2025**

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

Oficina de Gestión de Datos. Dirección de Formación y Empleo. Municipalidad de Posadas.

dirgestiondedatos@gmail.com

Posadas, noviembre de 2025.

#### **Intendente:**

**Ing. Stelatto, Leonardo Alberto**

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

Cdr. Guastavino, Sebastián Alejandro

#### **Dirección General de Modernización y Desarrollo:**

Cdr. Bordeñuk, Nicolas

#### **Dirección de Formación y Empleo:**

Lic. Abrazian, Ignacio Antonio

#### **Coordinación de la Oficina de Gestión de Datos:**

Cdra. González, Iara

#### **Signos convencionales:**

\* Dato provisorio

- Cero absoluto

/// Dato que no corresponde presentar

# OktoberFest 2025

## Resumen principales resultados - 18 de octubre 2025

**+\$20,4 M**

Ventas directas de los emprendimientos encuestados



**23**

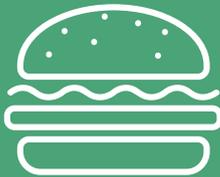
Cantidad de emprendimientos encuestados



**149**



Cantidad de participantes encuestados



Comida salada  
43,5%

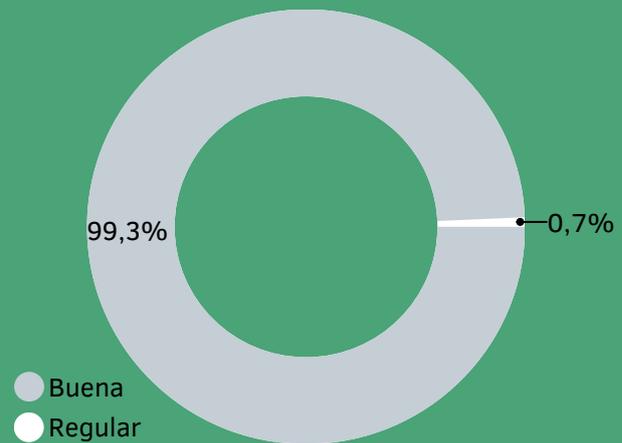


Cervecería  
56,5%

Rubros principales de los emprendimientos encuestados

No se registraron encuestas cuyos rubros principales sean comida dulce o bebidas no alcohólicas

Percepción del evento de los participantes.



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

Productos más vendidos por los emprendedores encuestados



## OktoberFest, 18 Octubre 2025.

El sábado 18 de octubre de 2025 se llevó a cabo una nueva edición del OktoberFest Posadas en el Parque La Cascada de la Costanera, un evento que reunió a productores cerveceros y gastronómicos, así como a una gran cantidad de visitantes locales y turistas. La actividad fue organizada de manera conjunta por el Clúster de Cerveceros Mboyeré y la Municipalidad de Posadas, consolidándose como uno de los encuentros más representativos de la ciudad en materia de producción local, cultura y entretenimiento.

El evento contó con una variada oferta de stands gastronómicos, cervecerías artesanales y puestos de bebidas sin alcohol, conformando un espacio de integración económica y social. Asimismo, la jornada estuvo acompañada por una amplia programación artística, que incluyó DJs en vivo, bandas locales y espectáculos para todas las edades, generando un ambiente festivo y familiar que promovió la participación de la comunidad.

### Nivel de ventas del evento y perfil de los emprendedores

Los resultados que se presentan en los cuadros a continuación corresponden al relevamiento realizado por el Observatorio Económico de la Oficina de Gestión de Datos de la Municipalidad de Posadas en base a la información provista por los emprendedores, y los asistentes al evento. No se consideraron aquellos emprendedores que no completaron las encuestas correspondientes, impidiendo la computación de los datos de precios y cantidades vendidas para dichos comercios. Este procedimiento condujo a una composición final de 23 de los 39 emprendimientos inscriptos inicialmente (para las preguntas sobre el nivel de ventas), lo que conduce a una subestimación en información como ventas totales, rubros de venta, entre otros. Cabe señalar que, junto a los stands que respondieron la encuesta, hubieron otros que no participaron del cuestionario, entre ellos los de comida dulce y bebidas no alcohólicas.

A continuación se expone el Cuadro 1, que muestra las ventas y la cantidad de emprendedores por rubro principal de ventas. Como puede observarse, se destacan dos rubros (cerveza artesanal y comida salada) en la distribución, dejando tanto las categorías de comida dulce como de bebidas no alcohólicas sin observaciones. El nivel de ventas de cerveza artesanal alcanzó los \$13.958.500, con un total de 13 emprendedores, mientras que las ventas de los emprendedores de comida salada se elevaron a \$6.444.700,0, con un total de 10 emprendimientos incluidos en la muestra.

**Cuadro 1: Ventas y cantidad de emprendedores encuestados por rubro principal declarado.**  
*-en unidades. Ventas en pesos corrientes-*

Rubro principal	Cantidad de emprendedores	Ventas totales relevadas	Participación porcentual
Cerveza artesanal	13	\$ 13.958.500,0	68,4%
Comida salada	10	\$ 6.444.700,0	31,6%
Comida dulce	-	-	-
Bebidas no alcohólicas	-	-	-
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>\$ 20.403.200,0</b>	<b>100%</b>

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

En el Cuadro 2 se muestra el desempeño por rango de ventas. El tramo superior, compuesto por aquellos participantes con ingresos por encima de \$1.500.000, representan 13% de los participantes. Seguido de aquellos que facturaron entre \$1.000.000 y \$1.500.000 en la misma proporción (13%). A esto se suma el 43,5% de los emprendimientos que se ubican en el rango entre \$500.000 y \$1.000.000. Por otro lado el 30,5% se establece dentro del rango que facturó hasta \$500.000.

**Cuadro 2: Rango de ventas realizadas y cantidad de emprendedores encuestados.**  
-en unidades. Participación porcentual como porcentaje del total de encuestados-

Monto aproximado de ventas realizadas	Cantidad de emprendedores	Participación porcentual
Hasta \$500.000	7	30,5%
\$500.000 - \$1.000.000	10	43,5%
\$1.000.000 - \$1.500.000	3	13%
Más de \$1.500.000	3	13%
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100,0%</b>

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

En el Cuadro 3 se presenta la clasificación de los emprendedores cerveceros según el volumen de litros vendidos durante el evento. Con base en las respuestas obtenidas se observa que el 15,4% logró vender más de 180 litros. Seguidos por el 30,8% del grupo que vendió entre 120 y 180 litros la noche del evento. 38,4% de los emprendedores se ubicaron en el rango de ventas entre 60 y 120 litros. Finalmente, el 15,4% de ellos se ubicó en el rango de hasta 60 litros .

**Cuadro 3: Cantidad de litros vendidos y cantidad de emprendedores encuestados.**  
-en unidades. Participación porcentual como porcentaje del total de productores-

Cantidad de litros vendidos	Cantidad de emprendedores	Participación porcentual
Hasta 60	2	15,4%
60-120	5	38,4%
120-180	4	30,8%
Más de 180	2	15,4%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100,0%</b>

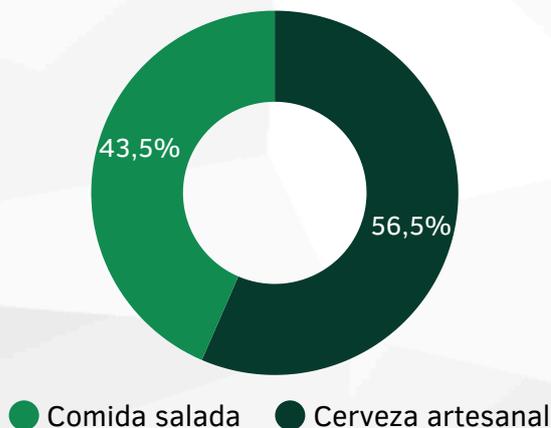
Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Si se distribuyen los emprendedores por su principal rubro, es posible advertir que el 56,5% se trató de puestos de venta de cerveza artesanal, mientras que el 43,5% fueron emprendimientos dedicados a la venta de comida salada. Cabe aclarar que dentro del rubro comida salada un 8,7% de los emprendimientos también indicaron vender bebidas no alcohólicas.

Lo anterior puede verse de forma gráfica en la Figura 1, que se muestra a continuación.

**Figura 1: Emprendedores encuestados según principal rubro.**

-como porcentaje del total de encuestados-



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

En la Figura 2 puede observarse que, entre los emprendedores clasificados como productores de cerveza artesanal, la totalidad de ellos identificó las variedades que elaboran. Entre ellas predominan la cerveza rubia y lupulada (que incluye variedades como IPA, APA, Amber, Barley Wine, entre otras), ambas producidas por el 100,0% de encuestados. Seguidamente, las variedades roja y con agregados mostraron participaciones porcentuales del 69,2% y el 46,2% respectivamente.

Finalmente, las variedades agrupadas en negra y trigo (ambas con 23,1%) y las ediciones especiales y otros fueron menos representativos sobre el total de emprendedores encuestados.

**Figura 2: Tipos de cerveza elaborados por los productores de cerveza artesanal encuestados.**  
-como porcentaje del total de productores-

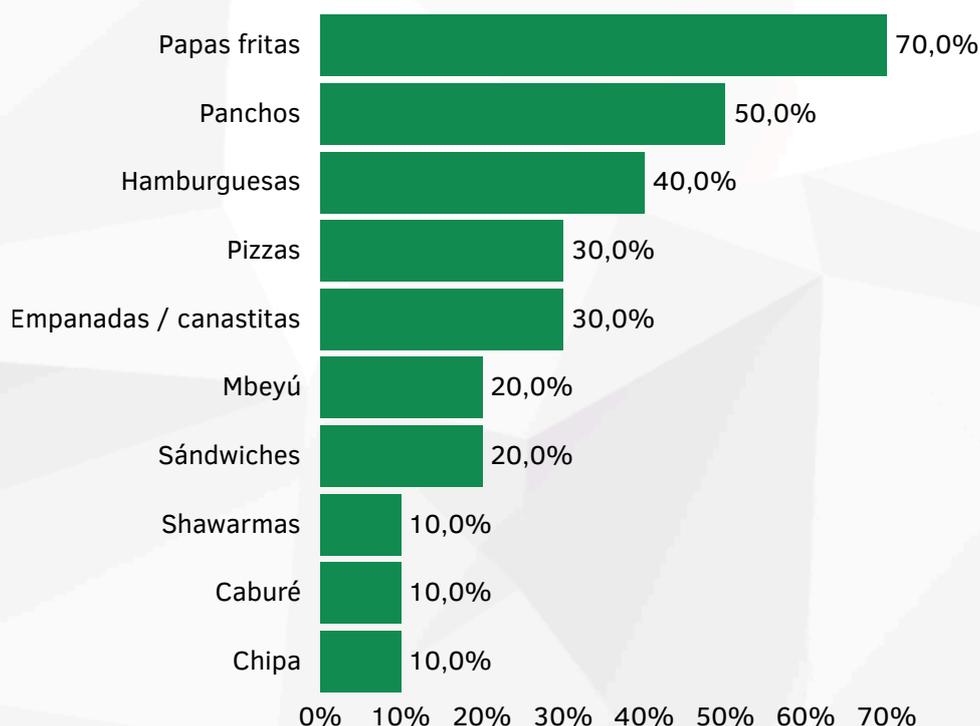


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

Del total de diez (10) emprendedores que ofrecieron comida salada, los productos más ofrecidos fueron papas fritas y panchos (70,0% y 50,0% respectivamente). También las categorías de hamburguesas (40,0%), pizzas y empanadas (ambos con 30,0%) registraron importantes niveles de participación.

Finalmente, fueron minoría los emprendedores de comida salada que ofrecieron mbeyú y sándwiches (20,0% cada uno), así como quienes comercializaban shawarmas, caburé y chipa (10,0% en todos los casos). Si bien se incluyeron productos adicionales en la confección del cuestionario, sólo fueron incluidos en la Figura 3 aquellos tipos de comida salada con registros asociados.

**Figura 3: Tipos de comida salada elaborados por los gastronómicos encuestados.**  
-como porcentaje del total de productores-



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

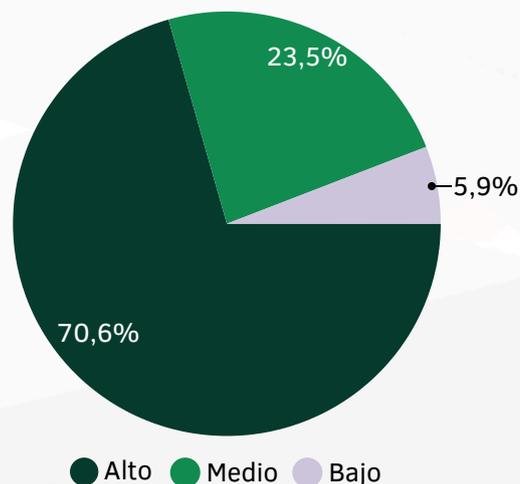
### Percepción del evento según emprendedores

En la encuesta realizada en el pre-evento, se toma el total de la muestra (para más precisiones ver anexo metodológico). De esta se desprende que un 73,9% de los encuestados exteriorizaron haber participado en eventos anteriores. Quienes contestaron afirmativamente fueron consultados por su percepción del evento anterior.

Considerando una escala del 1 al 5, un 70,6% reportaron niveles altos de percepción del mismo (entre 4 y 5 puntos). Un 23,5% de los encuestados afirmó tener una percepción de nivel medio sobre el evento anterior (3 puntos) y sólo una observación, equivalente al 5,9% afirmó tener una percepción baja del evento anterior (entre 1 y 2 puntos).

Casi la totalidad de motivaciones a participar reportadas por los emprendedores se resumen en la posibilidad de promocionar el emprendimiento a partir de la concurrencia del público.

**Figura 4: Percepción del evento anterior de los emprendedores encuestados.**  
-como porcentaje del total de emprendedores encuestados-



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

En la encuesta post-evento (también calculada sobre el total de la muestra), al ser consultados sobre el nivel de superación de sus expectativas iniciales, se advierte que un 52,2% no superó sus expectativas mientras que un 39,1% las superó de forma parcial. Finalmente, un 8,7% superó las expectativas iniciales con las que arribó al evento.

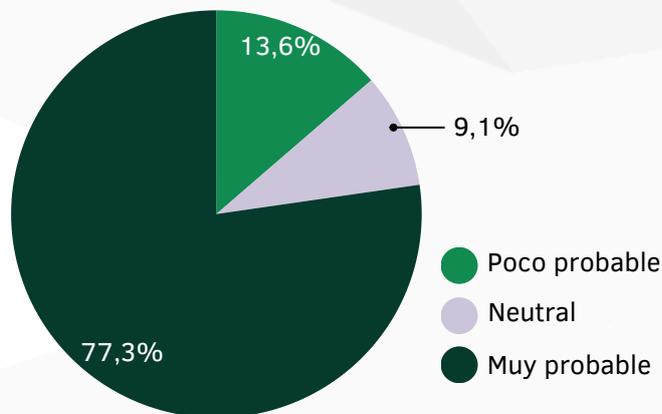
**Figura 5: Nivel de superación de las expectativas iniciales.**  
-como porcentaje del total de emprendedores encuestados-



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

Al ser consultados por la probabilidad de recomendación del evento, un 77,3% declararon que es muy probable que recomienden el evento a otros, mientras que un 13,6% declaró que es poco probable. Finalmente, un 9,1% se mostró neutral sobre la posibilidad de recomendar el evento.

**Figura 6: Probabilidad de recomendación el evento.**  
-como porcentaje del total de emprendedores encuestados-

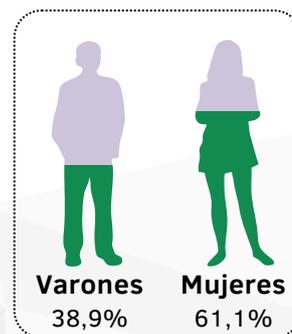


Fuente: elaboración propia Observatorio Económico de la Municipalidad de Posadas.

## Análisis de los participantes del evento

En la encuesta realizada a 149 participantes del evento se reveló que el 38,9% de los respondientes fueron varones, mientras que la cantidad de mujeres se ubicó en el 61,1%.

Al clasificar a los encuestados por su lugar de procedencia, predominó ampliamente el público posadeño (84,5%), seguido de los misioneros no posadeños (12,1%). Finalmente, un 3,4% de los encuestados afirmó ser de otras provincias, siendo las más predominantes Salta, Corrientes, Santa Fe y Buenos Aires.



Sexo de los participantes.

**Figura 7: Lugar de procedencia de los participantes.**  
-como porcentaje del total de participantes-



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

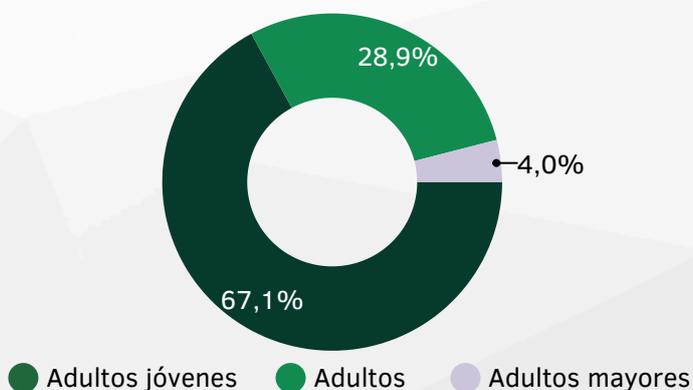
Al observar las preferencias de consumo de los encuestados en general, es posible notar una mayor predisposición de los participantes al consumo de cerveza (41,6%), aunque también la comida salada (26,2%) y aquellos que probaron todo (22,1%) tuvieron participaciones significativas.

Las categorías de consumo menos elegidas por los encuestados fueron las bebidas sin alcohol (6,0%) y la comida dulce (4,0%).

Si se separan las edades de los respondientes en adultos jóvenes (de entre 18 y 34 años de edad), adultos (de entre 35 y 59 años) y adultos mayores (de más de 60 años), resulta llamativa la participación de los adultos jóvenes, equivalente al 67,1%; seguida por los adultos medios, representativos del 28,9% del total de la muestra. Por último, los adultos mayores encuestados se elevó al 4,0% del total.

Indagando las preferencias de consumo de cada uno de los rangos etarios, se advierte que, a pesar de ser homogéneas entre grupos (siendo "cerveza", "comida salada" y "pruebo todo" las categorías más elegidas por los tres grupos), los adultos jóvenes mostraron una mayor inclinación que los demás grupos al consumo de comida salada. Los adultos mostraron una predominancia hacia la cerveza.

**Figura 8: Rango etario de los participantes.**  
-como porcentaje del total de participantes-



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

Finalmente, los adultos mayores, eligieron las bebidas sin alcohol con una mayor frecuencia relativa que los demás grupos etarios. Lo anterior puede observarse en el Cuadro 4.

En el Anexo puede encontrarse un cuadro similar al anterior, aunque con los totales calculados sobre el total de participantes según preferencia de consumo. En él se observa una amplia cantidad de adultos jóvenes en todas las categorías (vinculado con la mayor cantidad absoluta de este rango).

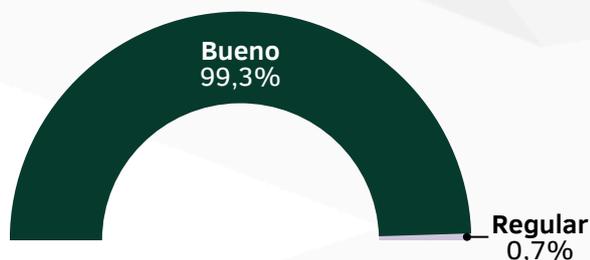
**Cuadro 4: Preferencia de consumo de los participantes, desagregado por rango etario.**  
*-como porcentaje del total de participantes según rango etario-*

Categoría	Cerveza	Comida Dulce	Comida Salada	Bebidas sin alcohol	Prueba todo
Adultos jóvenes	40,0%	4,0%	26,0%	8,0%	22,0%
Adultos	46,5%	4,7%	25,6%	-	23,3%
Adultos mayores	33,3%	-	33,3%	16,7%	16,7%

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

Finalmente, al ser consultados por la percepción del evento, un 99,3% aseguró que el evento era bueno, mientras que el 0,7% restante afirmó que el evento fue regular.

**Figura 9: Percepción del evento de los participantes.**  
*-como porcentaje del total de participantes-*



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

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

El día sábado 18 de octubre, los analistas de la Oficina de Gestión de Datos de la Municipalidad de Posadas llevaron adelante un relevamiento de datos en el marco del evento gastronómico del OktoberFest 2025. Este constó de dos partes: una encuesta a los emprendedores en dos etapas (previa y posterior al evento) y una encuesta al público en el transcurso del evento.

El presente estudio adoptó un enfoque cuantitativo descriptivo, complementado con observaciones cualitativas, con el propósito de obtener datos sobre el impacto socioeconómico del evento.

Para la recolección de información de los emprendedores se utilizaron dos instrumentos diseñados mediante la plataforma KoboToolbox: mediante esta, se realizaron dos encuestas, una previa y otra posterior al evento.

La encuesta a los emprendedores previa al evento tuvo como objetivo identificar el perfil sociodemográfico, el perfil del negocio, los productos ofrecidos y las expectativas de venta. En cambio, la encuesta posterior permitió relevar los resultados económicos y la percepción general del evento. Ambas encuestas fueron distribuidas a través de enlaces digitales.

En el caso de los consumidores, la toma de datos se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, con elementos de autoselección. Durante el desarrollo del evento se dispuso una caja con las diferentes opciones de preferencia de consumo, donde los asistentes depositaron su voto según sus gustos o productos preferidos. A cada participante se le entregó un papel de color amarillo (para mujeres) o verde (para hombres), en el que se relevaron datos básicos como lugar de procedencia, edad y percepción general sobre el evento. Se decidió la no inclusión de los consumidores menores de 18 años encuestados, al considerar que sesgaban la muestra (al no poder elegir cerveza dentro de sus opciones de preferencias).

Asimismo, para incentivar la participación, se asignó un número identificador a cada participante, que permitió su inclusión en un sorteo de vouchers promocionales, promoviendo de esta manera una mayor tasa de respuesta sin comprometer la validez de los datos recolectados.

La población de referencia estuvo compuesta por los consumidores y emprendedores que participaron en el OktoberFest Posadas 2025. En el caso de los emprendedores, la participación fue voluntaria, ya que se les envió un enlace digital para completar las encuestas previa y posterior al evento. Del total de encuestas enviadas (39) se tomaron en cuenta los 23 emprendedores que respondieron ambas.

Por su parte, en el caso de los consumidores, se relevó un total de 149 personas mediante el muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando la duración del evento, el flujo de público y los recursos disponibles.

En el procesamiento de la base se corrigieron precios y cantidades considerados irreales, al entender que se trataba de errores de tipeo en la carga de los encuestados. Asimismo se completó una observación que carecía de precio en cerveza artesanal con el promedio de los demás emprendimientos, considerando criterios de competitividad de los locales comerciales.

## Anexo. Cuadros adicionales

El Cuadro 5 expone información sobre la composición porcentual de cada una de las preferencias de consumo. A simple vista resulta llamativa la predominancia de los adultos jóvenes (de entre 18 y 35 años), pero debe advertirse que esto correlaciona con la alta participación de este grupo etario en el total de encuestas realizadas.

**Cuadro 5: Rango etario de los participantes, desagregado por preferencia de consumo.**  
*-como porcentaje del total de participantes según preferencia de consumo-*

Categoría	Cerveza	Comida Dulce	Comida Salada	Bebidas sin alcohol	Pruebo todo
Adulto Joven	64,5%	66,7%	66,7%	88,9%	66,7%
Adulto	32,3%	33,3%	28,2%	-	30,3%
Adulto mayor	3,2%	-	5,1%	11,1%	3,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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