

## CONSUMO Y COMPETITIVIDAD EN LA PIMER EXPERIENCIA INTEGRADA: BLACK FRIDAY POSADAS-ENCARNACIÓN<sup>1</sup>

*Autores:*

*Anabel Capasso, Carla Antonella Cossi*  
[anabelcapasso@hotmail.com](mailto:anabelcapasso@hotmail.com)

Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Ciencias Económicas.  
Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

### RESUMEN

El presente trabajo se plantea describir y analizar –a partir de datos primarios contruidos mediante encuestas, observaciones y entrevistas- los principales aspectos vinculados a la organización y ejecución del denominado “Black Friday”, un festival de ofertas organizado conjuntamente entre algunas organizaciones sociales y los gobiernos municipales de dos ciudades fronterizas: Posadas, en Argentina y Encarnación, en Paraguay. El mismo se organizó como estrategia para compensar la caída de las ventas que los comerciantes de la zona experimentaron, producto de una compleja transformación económica y política que desde principios de 2012 comenzaba a percibirse. Dado que los comerciantes de ambas ciudades históricamente compitieron de manera aguerrida por los clientes que preferían consumir en una u otra de estas ciudades, la experiencia organizativa social, cultural y económica binacional, si bien implicó tensiones y conflictividades, resultó un evento exitoso, impulsor del consumo, que benefició al sector comercial de la región.

**Palabras clave:** Comercio Fronterizo, Consumo, Organización binacional, Black Friday.

### INTRODUCCIÓN

El llamado Black Friday (viernes negro) es una estrategia cuya denominación se remonta a la crisis financiera de 1869 en Estados Unidos, y su nombre refiere a “*poner en negro los números rojos*” en alusión al color de la tinta que se utilizaba en los registros financieros, para dar cuenta de las pérdidas o caídas en las ganancias.

La idea fue creada por el analista de mercado Víctor Lebow, quien ideó esta solución que se ha convertido en una norma para el sistema capitalista entero. Él afirmaba que una economía tan productiva como la que se estaba teniendo en ese momento, demandaba que se haga del consumo un modo de vida.

Lo expuesto anteriormente, tiene sus raíces en la teoría clásica tal como señala Arturo Escobar (1998), la cual “pone énfasis en la satisfacción individual, dejando al sistema económico identificado con el mercado, y a la investigación económica con las condiciones de mercado (los precios) bajo las cuales sucede el intercambio<sup>2</sup>”. El problema de la distribución bajo estas

---

<sup>1</sup> El presente trabajo surge en el marco del Proyecto de Investigación “Economía y sociedad. Estrategias binacionales de trabajo comercialización y consumo. Posadas-Encarnación 2011-2012” a cargo de la Directora de proyecto Mgter. Diana Arellano y su presentación preliminar fue realizada en el congreso “Fronteras, Territorialidades y Ejercicios de Poder” llevado a cabo en Diciembre de 2012.

<sup>2</sup> Escobar, Arturo, 1998:119.

teorías fue sacado por completo de la esfera de las relaciones políticas y sociales y quedó reducido a una cuestión de asignación de precios, de insumos y de productos. Esto fue observado en el caso que aquí analizaremos, que finalmente tuvo como resultado el beneficio de un solo sector de la sociedad: los comerciantes. Dentro de esta lógica, el consumo ayuda ampliamente al desarrollo de una economía.

Frente a la crisis que el sistema capitalista está sufriendo en este momento, la cual también afecta a las economías de Argentina y Paraguay, los miembros de las cámaras locales de comercio de las ciudades fronterizas de ambos países (Posadas y Encarnación) decidieron implementar como acción para incrementar sus ventas, el llamado Black Friday (viernes negro). La idea general es que, a través de la organización de un día de descuentos con amplia publicidad y marketing, se estimule el consumo y se genere un importante movimiento comercial que repercuta en distintos ámbitos de la economía de la zona, como ser el turismo, la hotelería, los servicios gastronómicos, etc.

Como menciona Michael Callón (2008), es necesario que se haga referencia al marco dentro del cual se está trabajando. Por ello, en el desarrollo del trabajo nos detuvimos en algunos aspectos de la situación regional que las ciudades involucradas enfrentaban al momento de la organización del evento.

Nos propusimos como objetivo para este trabajo, describir y analizar los aspectos más significativos relacionados con la organización y realización del festival de descuentos denominado “Black Friday Posadas-Encarnación” por haber sido una innovadora y a la vez conflictiva experiencia de integración entre los gobiernos locales y algunas organizaciones sociales de ambos países.

## **METODOLOGIA**

Centrándonos en las dinámicas locales binacionales y en los distintos procesos de cambios políticos y económicos que en tal momento afrontaban ambos países, abordaremos la organización y ejecución del evento internacional denominado “Black Friday. Posadas-Encarnación”, utilizando una metodología cuali-cuantitativa que dé cuenta a través de la perspectiva de sus actores principales, las negociaciones, disputas, conciliaciones y resultados que debieron asumir quienes en el evento participaron y a su vez, mostrar por medio de datos cuantitativos propios, los resultados alcanzados.

Para la construcción de datos primarios se realizaron encuestas, observaciones y entrevistas en forma simultánea en lugares claves como: el puente internacional “San Roque González de Santa Cruz”, los comercios del centro de la ciudad de Posadas, el Nuevo Circuito Comercial y la Zona Alta de la ciudad de Encarnación.

Los datos secundarios fueron obtenidos de diarios y radios locales y nacionales que estuvieron abordando la temática desde las primeras gestiones para la organización hasta su ejecución, censos, estadísticas, informes económicos, entre otros.

Toda esta información fue relevada, sistematizada y analizada para una mayor comprensión del hecho en estudio.

## **RESULTADOS**

El evento que tuvo lugar los días 3 y 4 de agosto de 2012 fue creado en primera instancia, por la Cámara de Comercio de Encarnación, pues en Paraguay ya se habían organizado otras experiencias anteriores de “Black Friday”, en las ciudades de Asunción y Ciudad del Este. Hubo

dos motivos principales que llevaron a los comerciantes encarnacenos a organizarse para la realización del festival de ofertas: por un lado, los resultados altamente exitosos de las experiencias anteriores; y por otro, que la economía de Paraguay se había contraído en un  $-2.6\%$  interanual y un  $-3.0\%$  intertrimestral durante el primer trimestre de 2012. Según un informe del Banco Central del Paraguay, se preveía que terminaría el año en recesión<sup>3</sup>. Los comerciantes de Encarnación al verse muy afectados por la situación del momento se sumaron de manera masiva a la iniciativa de su cámara de comercio, debido a que comenzaban a sentir que la paulatina pérdida de valor del peso (la moneda argentina) frente al guaraní (moneda nacional de Paraguay), provocaba una reducción en la cantidad de clientes argentinos que trasponían la frontera para consumir del lado paraguayo, pues la diferencia cambiaria se había reducido en detrimento de los compradores argentinos en comparación con años anteriores.

Se generaron grandes expectativas respecto al evento en Encarnación, la ciudad entera se preparó para la realización del mismo y, con un mes de anticipación, la campaña publicitaria anunciaba que el evento sería un éxito de dimensiones considerables.

Del lado argentino, la situación a nivel local fue un poco más compleja, pues si bien el país mostraba tasas crecimiento progresivas en los últimos años<sup>4</sup>, la política fiscal del gobierno actual se encontraba sustentada en el aumento del gasto público, con una emisión de dinero que superaba en líneas generales al nivel de inversión y el nivel de oferta de bienes y servicios en la economía, lo que se tradujo en un crecimiento acelerado de los precios y en inflación<sup>5</sup>.

La situación de los comerciantes posadeños era tensa, debido a la fuerte presión impositiva municipal y la caída en las ventas, efecto de la nueva estrategia transfronteriza desarrollada por los consumidores argentinos de utilizar los beneficios de comprar con tarjetas de crédito y débito en la vecina ciudad, aprovechando el deprimido valor del dólar oficial argentino al que se realizan las liquidaciones de las mismas. Además, el cierre a las importaciones, principalmente de productos electrónicos para favorecer el "*compre nacional argentino*" disminuía la oferta de este tipo de productos, provocando que los clientes argentinos valoraran aún más la oferta a un precio menor, de tecnología de punta que Paraguay importa en forma directa, ofreciendo al consumidor los últimos modelos del mercado internacional, especialmente en informática y telefonía celular.

Bajo este complejo contexto político-económico, la Cámara de Comercio de Encarnación anunció la organización del festival de descuentos y los comerciantes posadeños reaccionaron frente a esta situación replicando tal iniciativa en su ciudad; pues intentaban no perder los clientes que en esa fecha concurrirían a Encarnación a aprovechar los descuentos. A muchos comerciantes posadeños esto les generó una importante contradicción, pues era necesario sumarse al evento, pero este se encontraba promocionado por la Municipalidad de Posadas, contra quienes estaban protestando y como medida de lucha no apoyaban ninguna de sus iniciativas; pero, si no se sumaban al evento, corrían el riesgo de perder importantes ventas durante ese fin de semana.

Frente a esta reacción de los argentinos de sumarse al evento, la Cámara de Comercio de Encarnación comenzó a denunciar por todos los medios de comunicación, que Posadas

---

<sup>3</sup> Banco Central del Paraguay (2012) En website:

[http://www.bcp.gov.py/attachments/article/1119/Informe\\_CNT\\_I\\_2012.pdf](http://www.bcp.gov.py/attachments/article/1119/Informe_CNT_I_2012.pdf)

<sup>4</sup> Indicadores Macroeconómicos del Mercosur, Publicación trimestral del Mercosur/Grupo de Monitoreo Macroeconómico, Junio de 2012, Boletín n°7. En website: <http://www.gmm-mercosur.org>

<sup>5</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). En website: <http://www.indec.gov.ar>

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. En website: <http://www.mecon.gov.ar>

intentaba boicotear su festival de ofertas. Razón por la cual, los comerciantes posadeños accedieron a organizarlo “en conjunto” con los comerciantes paraguayos. No obstante, desde un principio se sumaron al evento de manera reactiva en Posadas, ya que intuyeron que la gente se trasladaría en masa hacia la ciudad de Encarnación si de este lado de la frontera no se realizaba.

Durante las reuniones de organización surgieron todo tipo de disputas basadas principalmente en que ambas cámaras no tenían la intención de colaborar entre ellas, debido a que Posadas por más que se sumó al evento, lo hacía en una situación de desventaja, debido a la pérdida de valor del peso frente al guaraní y, al desabastecimiento de muchos productos (en especial electrónicos y electrodomésticos) por la restricción a las importaciones.

Si bien en el transcurso de la coordinación del evento surgieron desacuerdos, ambas ciudades se prepararon para esperar las fechas acordadas: 3 y 4 de agosto de 2012. El clima de esos días, favoreció el desarrollo del festival, en el cual hubo una importantísima actividad comercial. Se vivía un ambiente festivo en las dos ciudades, y la gente participó de tal manera que se superaron todas las expectativas. El traslado a través del paso fronterizo que une a ambas ciudades, si bien fue intenso, se desarrolló de la manera habitual.

Más de 700 comercios de diferentes rubros participaron en Encarnación y 600 en Posadas, superando lo esperado durante la organización. Los mismos estaban identificados con los distintivos del festival de descuentos que ambas cámaras de comercio vendían.

Si bien la ciudad de Encarnación comenzó antes que Posadas con el marketing del evento y mostró una mayor organización, Posadas presentó una mayor cantidad de locales con carteles, volantes y publicidad acerca del “Black Friday”.

## CONCLUSIONES

El Black Friday en ambas ciudades superó las expectativas de ventas que tenían los comerciantes durante la organización. Según diversas fuentes, ambas ciudades triplicaron y hasta quintuplicaron los montos comercializados, superando el record histórico de ventas.

La opinión de la gran mayoría de los comerciantes con respecto a la realización del evento en forma simultánea en ambas ciudades fue positiva, a pesar de las desiguales condiciones de competencia en ambos lados de la frontera.

Entre los compradores hubo opiniones encontradas, si bien muchísimas personas afirmaron que encontraron descuentos en ciertos artículos, hubo numerosas denuncias acerca de que los comerciantes habían subido los precios en los días anteriores para luego bajarlos al precio normal durante el evento, o que los descuentos involucraban solo a los artículos que se encontraban fuera de temporada, de baja calidad o defectuosos; o que ciertos comerciantes se adherían al festival de descuentos pero sin embargo, no hacían ninguna rebaja. A este descontento se refirieron los diarios locales de ambas ciudades bajo los titulares de “Black Fraude”, donde la gente denunciaba lo ocurrido.

Desde un enfoque estrictamente económico, los resultados de la implementación del “Black Friday” como respuesta a una situación económico-política tan compleja como la de ese momento, consideramos que resultó ser una estrategia parcialmente positiva. Parcial, dado que el éxito en las ventas benefició solamente al sector comercial, pero no se volcó hacia el resto de la sociedad.

Desde un enfoque que hace hincapié en los aspectos organizativos, consideramos importante destacar dos puntos que creemos centrales: si bien la organización dejó traslucir diferencias y, el espíritu competitivo de ambos mercados generó situaciones de incomodidad y discriminación

basadas en las disputas referidas a la identidad nacional, creemos que la conclusión exitosa del festival de ofertas sienta una base para la organización futura de eventos de naturaleza conjunta entre ambas ciudades.

## REFERENCIAS

BANCO CENTRAL DEL PARAGUAY (2012) En website:

[http://www.bcp.gov.py/attachments/article/1119/Informe\\_CNT\\_I\\_2012.pdf](http://www.bcp.gov.py/attachments/article/1119/Informe_CNT_I_2012.pdf)

**BANCO CENTRAL DEL PARAGUAY** (2012) Informe de Cuentas Nacionales (PIB) Primer Trimestre 2012. En website: <http://www.bcp.gov.py>

**CALLON, M.** (2008) “Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas”, Apuntes de Investigación, 11-68.

**CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE POSADAS** (2012) En website: [www.cciposadas.com.ar](http://www.cciposadas.com.ar)

**DIARIO DIGITAL MISIONES CUATRO.** En website: [www.misionescuatro.com](http://www.misionescuatro.com)

**DIARIO DIGITAL MISIONES ON LINE.** En website: <http://www.misionesonline.net>

**DIARIO DIGITAL NOTICIAS DEL SEIS.** En website: [www.noticiasdel6.com](http://www.noticiasdel6.com)

**DIARIO DIGITAL ÚLTIMA HORA.** En website: [www.ultimahora.com](http://www.ultimahora.com)

**DIARIO TERRITORIO DIGITAL.** En website: [www.territorioidigital.com](http://www.territorioidigital.com)

**ESCOBAR A.** (1998) *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*, Bogotá, Norma, pp. 113-198.

**INDEC INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS** (2012) Informe Comercio y servicios. En website: <http://www.indec.gov.ar>

**INDICADORES MACROECONÓMICOS DEL MERCOSUR**, Publicación trimestral del Mercosur/Grupo de Monitoreo Macroeconómico, Junio de 2012, Boletín n°7. En website: <http://www.gmm-mercosur.org>

**MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PÚBLICAS.** Página oficial: [www.mecon.gov.ar](http://www.mecon.gov.ar)

**MUNICIPALIDAD DE ENCARNACIÓN.** Página oficial: [www.encarnacion.gov.py](http://www.encarnacion.gov.py)

**PÁGINA WEB OFICIAL DEL BLACK FRIDAY DE ENCARNACIÓN.** En website: [www.blackfridayencarnacion.com](http://www.blackfridayencarnacion.com)

**SWEDBERG, RICHARD.** (2009) “La sociología económica del capitalismo.” En: Ana Braga Martes (org.) *Redes y sociología económica*, San Pablo, Editora da Universidad Federal de São Carlos.