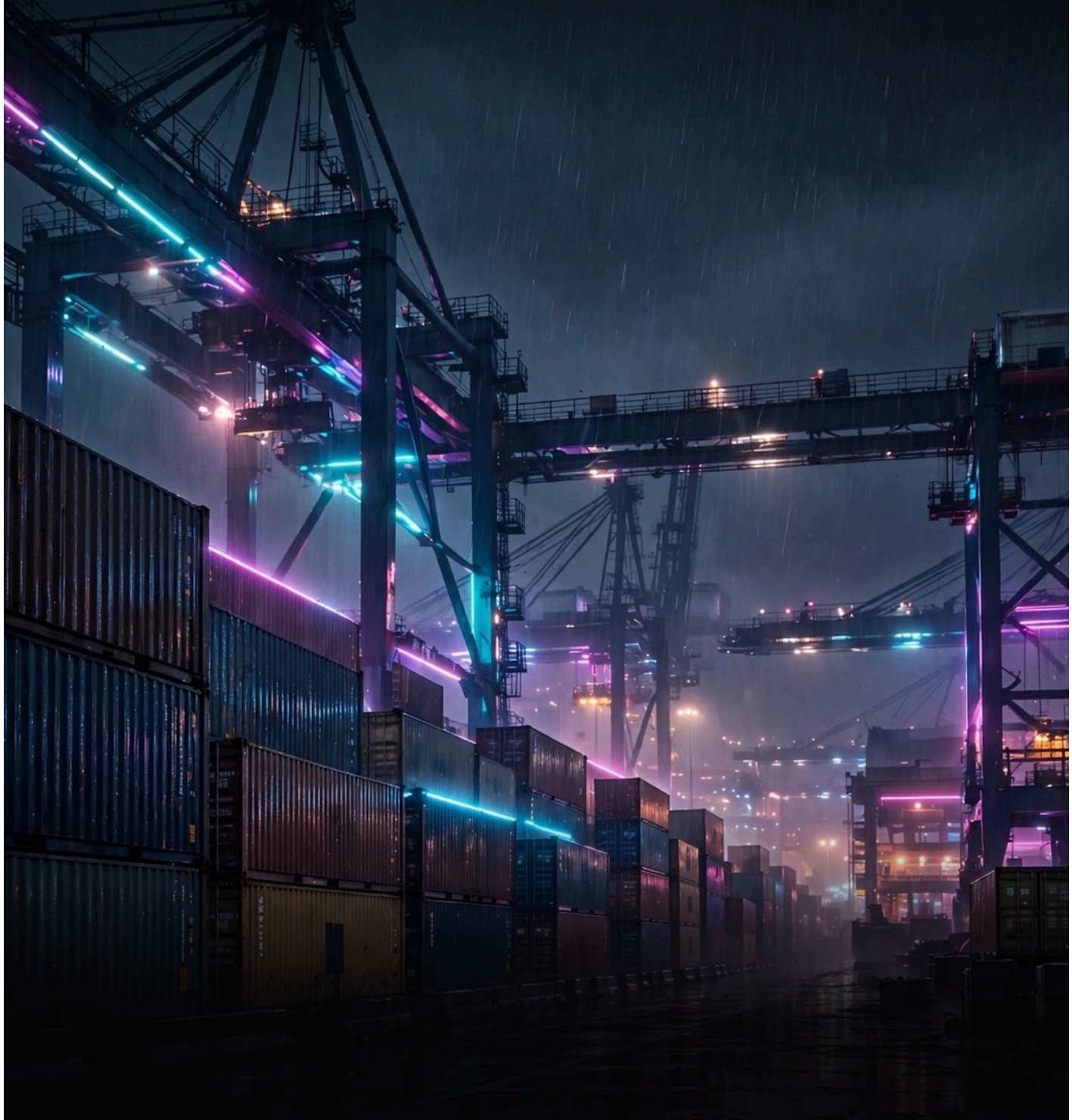


GILLETTE — THE PARALLEL MARKET

Ferdinando Frega — Nando the Scribe

Gillettenarrative.com

GILLETTE, EL MERCADO PARALELO

Hay un fenómeno que los italianos solo conocen bien en el mundo de la ropa y en el mercado alimentario: cuando un producto empieza a despertar interés global, todo el que puede aprovechar métodos no oficiales para hacer negocio se convierte en vendedor paralelo.

La protección cubre solo el producto oficial, nunca el falsificado —pero, como veremos, la falsificación a veces se vuelve casi imposible de identificar, tan alta es la calidad de su hechura, y, más allá de engañar a los clientes, deja a los consumidores sin saber siquiera que han sido engañados—.

En los años ochenta, uno de los fenómenos comerciales más de moda en el mercado consistía en aprovechar la debilidad de los mercados de divisas —teníamos más de sesenta monedas oficiales negociables— comprando productos en el extranjero y revendiéndolos en casa.

Cuando, en una entrevista, se le dijo al CEO italiano de entonces que, frente a 200.000 millones de liras de facturación italiana, el fenómeno de las importaciones paralelas representaba para Gillette solo entre 1.000 y 5.000 millones —considerado insignificante, ya que cualquier acción para bloquear esas operaciones costaría mucho más que la propia pérdida—, él respondió:

Si hoy permitimos que un puñado de individuos invada las fronteras de una empresa como Gillette, legitimamos una práctica incorrecta, aunque no sea ilegal —y el principio de la gente de Gillette vale más que el dinero—.

Los periodistas se retiraron como si los hubieran golpeado. Nadie publicó la historia, porque tocaba algo de lo que nunca se habla: los valores.

Nunca fue una cuestión de beneficios. Solo de hombres.

Ferdinando