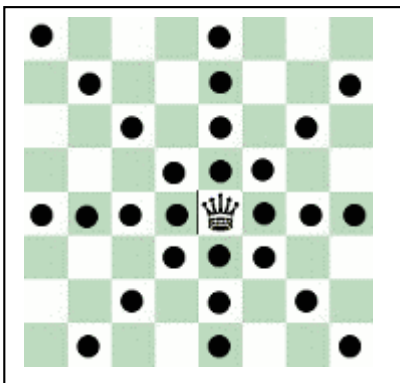
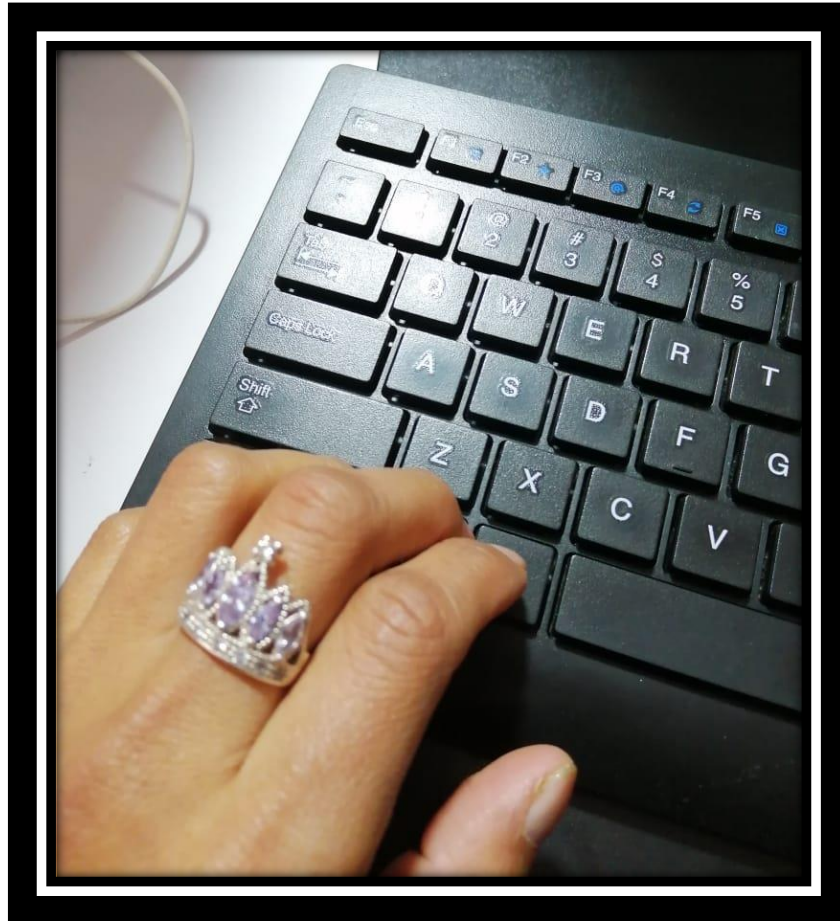




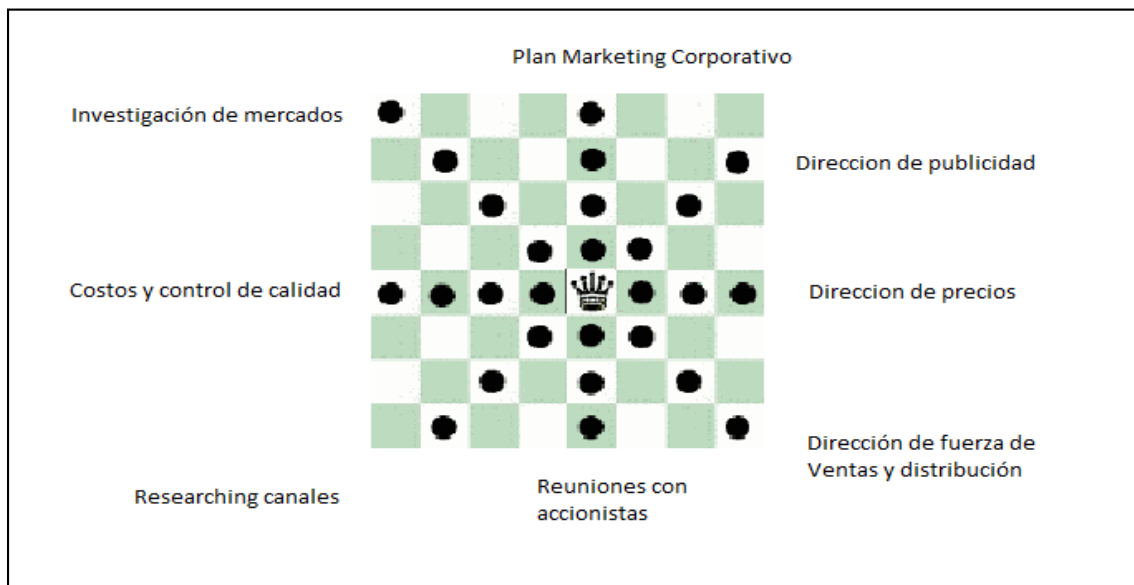
## *La Reina de ajedrez: La Gerencia de Marketing enfocada en la satisfacción del cliente*

Colaboración: José F. Cabrera Miranda

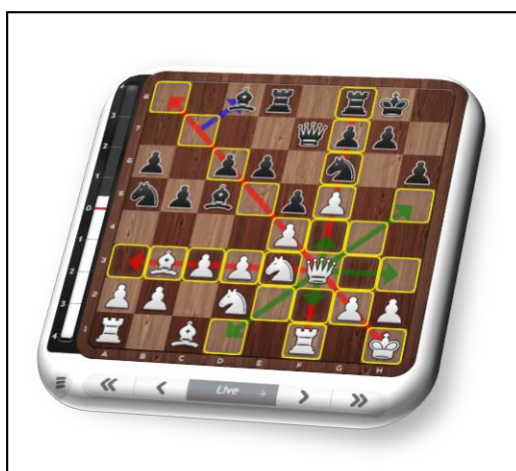


La pareja del rey es bien conocida por su poder dentro del tablero, es la pieza más efectiva en batalla, más poderosa incluso que el propio rey a quien se le asigna un valor absoluto. La reina es una pieza multifuncional, arma táctica deseada, posee un alcance y un rango de ataque muy alto, casi como un avión moderno de guerra.

La dama por su posición y personalidad tan cercana al rey y su poder de juego, representa la Gerencia de Marketing de Calidad, es decir la Gerencia de Marketing orientada a la satisfacción del cliente, hace unos años un consultor de marketing nos comentaba acerca de su trabajo ocupando esta posición empresarial, él era el gerente de Marketing de Elizabeth Arden Parfums Lagerfeld para la región Caribe con base en Puerto Rico, el encargado de un grupo de marcas y productos de la empresa en 4 países en América Central, su labor consistía en trabajar de la mano con las empresas investigadoras de mercado, buscando a través de los *focus groups* y encuestas, requerimientos en el consumidor midiendo sus percepciones, atributos, gustos y disgustos, otra de sus funciones era supervisar la publicidad de las marcas y seguir un derrotero para todas las líneas de la gama de productos incluido la fuerza de ventas, precios y distribución. Un mercado de 3,4 millones de clientes potenciales, su labor no era una labor de ejecutivo de terno y escritorio, sino incluido ésta y de campo, es así que conversaba con las consumidoras finales quienes usaban estos productos. Evidentemente el valor del puesto era de 9 puntos o USD 20,000 dólares mensuales, algo acorde con su labor pagada por el mercado.



Aquí se puede observar en flechas verdes su movimiento potencial de la reina, y en flechas rojas su movimiento semi-potencial por estar obstruida por piezas, siendo las casillas amarillas su rango de acción completo. La imagen corresponde a una posición del final de una apertura justo cuando empiezan a desaparecer las piezas vía los cambios y se extiende el rango efectivo de acción de la dama.



Pero para ir de a pocos, con un pequeño negocio donde no será necesario un Gerente de Marketing, sino otro tipo de cargo que englobe funciones más pequeñas pero que obviamente promueva e impulse el producto o servicio a través de los canales, estamos hablando de una apertura de ajedrez donde de a

la reina se le brinda seguridad, porque el competidor no puede conocer nuestros planes aun, ni las expectativas femeninas de juego de la pieza más potente del tablero. (Ver tabla nº 1)

**Tabla Nº 1 – Funciones paralelas**

Etapa de juego de la partida de ajedrez	La dama en acción	Etapa del negocio o empresa	Gerente de marketing
Apertura	Baja	Gestación	Baja actividad
Medio Juego	Bastante	Crecimiento	Importante
Final	Crucial	Declive/Turbulencia	Trascendental

En la tabla adjunta se observa lo que ya se empezó a decir, el principio de la seguridad de la reina en la apertura, el medio juego muy importante para la reina y en el final su juego de ella es crucial, porque es muy determinante si hay ventajas o no para ganar la partida en diferencias de material. Analizando el punto de vista empresarial (membrete en verde) el puesto de Gerente de Marketing a inicios de la empresa queda muy corto, es en la etapa de crecimiento donde el puesto de Gerente de Marketing toma protagonismo, los conocidos planes de marketing, cronogramas, presupuestos, GRPs comunicativos, etc. La etapa de declive o turbulencia la posición del gerente de Marketing es trascendental, los llamados “relanzamientos de productos”, cambios de piezas publicitarias y otros se usan para generar mayor demanda a la empresa.

Otras figuras del chess aparecen en épocas recesivas de la economía algunas empresas han apostado por el binomio dama+caballo (esto es Marketing +Fuerza Ventas) que dama+ alfil (Marketing Publicitario), el caballo por su movimiento enredado y sorpresivo resulta siendo más persuasivo que el distante y adulator alfil. Esto es lo que Hansen en su libro *Mejore su ajedrez posicional* (2004) lo corrobora en sus páginas, al pedir que no confiemos tanto en el alfil.

La figura de dama vs. Doble torre del maestro Roberto Grau calza en mercados cerrados como los de provincia, donde reina la distribución y la publicidad pasa a un segundo plano, una empresa distribuidora sólida y bien organizada puede destruir a una reina anfibia (torre + alfil) esto le paso a una empresa grande distribuidora con una marca internacional de golosinas que fracaso, porque su distribuidor confió en que los productos se vendían solos. Mientras que otras empresas pura sandre *made in situ* ganaban terreno.

**Servicio al cliente: Reina siciliana encerrada en d8.**

Hace 6 meses consumía unos sándwich triángulo embolsado que venden en kioscos, restaurantes, y pequeñas cafeterías al paso, a juzgar por el producto que venden he percibido que ha ampliado su mercado en Lima Metropolitana, un día encontré un hueso de pollo dentro del sándwich , use el número de teléfono que tenía en el empaçado y llamé, después de lo cual me contesto una mujer de un país caribeño me dijo que era operaria de producción y que informaría cuando vinieran los supervisores, “Mire reina” le dije “Exijo una explicación..., me ha podido pasar algo grave”, esta pequeña empresa en crecimiento no tenía una gerencia de

marketing por supuesto ya que ni marca visible y de fácil recordación tienen sus productos. Un negocio rentable que no sabe de Mercadotecnia y menos de ajedrez probablemente. Empresas grandes como Alicorp Procter &Gamble tienen un departamento de atención al cliente y políticas establecidas para saber recompensar al consumidor en caso ocurran casos como los mencionados.