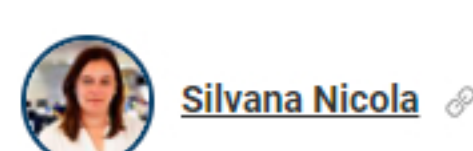


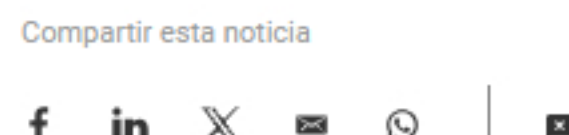
EL PAÍS > EL EMPRESARIO

Son referentes del marketing, hicieron carrera en multinacionales y ahora vuelcan su experiencia en una consultora

Teresa Cometto, Dinorah Marguonato y Karen Szwarcfiter lideran Nodos, firma especializada en asesorar a empresas en el trazado de estrategias de gestión 360°



17/05/2024, 03:45



Dinorah Marguonato, Karen Szwarcfiter y Teresa Cometto. Foto: Leonardo Mainé

Dinorah Marguonato, Karen Szwarcfiter y Teresa Cometto, tres ejecutivas con vasta trayectoria en empresas multinacionales unieron fuerzas y crearon **Nodos**, una consultora donde unen su experiencia laboral y sus saberes académicos para asesorar y acompañar a organizaciones y empresas en el trazado de **estrategias de gestión 360°**. Hoy entre sus clientes, ya trabajan en distintos proyectos con Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Zurich Santander, Gibur, Rigby, Morixe, Acher, Dr. Selby, entre otros.

Gracias a sus respectivos puestos en multinacionales, las ejecutivas coincidieron durante buena parte de su trayectorias en el mercado. «Teresa estuvo años en Unilever, Dinorah en compañías de bebidas como Salus o Coca-Cola y yo en Arcos Dorados (McDonald's). Este país es muy chico y siempre estuvimos en contacto con temas vinculados al marketing y el mundo de las empresas», explicó Szwarcfiter.

«Además nuestro gran punto en común fue y es la ORT», apuntó Marguonato, en referencia a la universidad donde las tres se desempeñan como académicas.

En Nodos cada una aporta su trayectoria laboral y conocimientos, en el entendido de que si todas hicieron escuela en multinacionales, pueden sumar a organizaciones locales un propósito que les permita crecer y desarrollarse.

«Benditas las marcas que se bancaron nuestros errores», señaló Cometto y acotó que trabajar con buenas marcas les permitió manejar distintas aristas de gestión, desde elaborar un plan de acción, presentarlo y ejecutarlo, hasta administrar un presupuesto, seleccionar proveedores, hacer procesos internos y diseñar estrategias de gestión que debían ser evaluadas según objetivos.

«Nos une un alto paraguas de todo lo que abarca una marca», subrayó Cometto y enfatizó que para Nodos es clave la decisión de poner a las personas en el centro, entender qué necesitan y qué las mueve.

«Las marcas poderosas son coherentes y actúan según sus valores. Se preocupan por sus clientes, colaboradores, proveedores, la sociedad donde operan y el mundo en general», analizó Cometto.

Visión y objetivos

En este sentido, Nodos tiene líneas de acción que se ejecutan a medida de sus clientes; incluyen investigación de mercado, talleres, informes, *briefs*, reuniones internas, entre otras. Todas contemplan un método de gestión cuya guía también es encontrarles un propósito a cada uno de sus clientes. La intención es cocrear con ellos.

«La construcción tiene que ser consistente, coherente con los valores y las características de la empresa u organización», remarca Szwarcfiter. «Y se lleva a cabo con el tiempo, con investigación y estrategia», completó Marguonato.

«Cada construcción se define en un horizonte y se le agregan acciones para que la marca sea cada vez más grande y poderosa; eso es lo que hemos aprendido a hacer sistemáticamente», sumó Cometto y detalló: «¿Cuánto podemos aportar a firmas que no han tenido esta vivencia de desarrollo y de capacitación que sí tienen las empresas globales, que son como grandes universidades?».

«Cuando uno tiene método y conocimiento, se abren muchas oportunidades», dijo Marguonato.

¿En qué puede ayudar Nodos? Desde el diagnóstico de una marca u organización, al diseño de una estrategia de posicionamiento o a alcanzar objetivos concretos —al decir de Szwarcfiter— «a través de la comprensión profunda de las motivaciones de las personas que representan su público objetivo».

«El cliente es el rey, pero al rey lo atienden personas y ellas tienen que estar motivadas, alineadas y comprometidas con los valores de la empresa, así que la comunicación interna también es parte de nuestro menú. Somos complementarias y lo que nos distingue no sólo es el saber teórico, estuvimos en esos lugares, ahora elegimos ayudar a otros con cuestiones que los 'libros no cuentan'», cerró.

ENJAMBRE. Noticias y pistas para inspirar a personas inquietas y emprendedoras. Ingresá tu email. RECIBIR. Acepto la Política de Privacidad.

¿Encontraste un error? Reportar

Temas relacionados

gestión empresarial + mujeres empresarias +

Te puede interesar



Artículos de tendencia

Three article thumbnails: 'Nunca en mi vida toqué para un presidente': Lacalle Po... (48 comentarios), Gobierno negó permiso para negocio Marfrig/Minerva; ven... (26 comentarios), La polémica con Giuliana Pérez irrelació... (27 comentarios)

Conversación

Chat interface with input field, 'Inicie la conversación', and active conversations list.

Gestionado por viafoura

Table with 10 rows and 2 columns: Rank and Title. Topics include: polémica contadora Giuliana Pérez, 'Nunca en mi vida toqué para un presidente': Lacalle Pou, Gobierno negó permiso para negocio Marfrig/Minerva, Escandalosa separación de Emilia Attias y Turco Naim, etc.

Últimas Noticias

- 10:09 Conocé los resultados de la Quiniela y la Tómbola vespertina y nocturna del jueves 16 de mayo de 2024
10:04 Denuncia del FA contra Delgado en la Corte Electoral: cuándo se analizará y cuáles pueden ser las sanciones
10:00 Una receta fácil y saludable de pan de queso, que lleva solo cuatro ingredientes, se hizo pan de queso, que lleva solo cuatro ingredientes, se hizo viral: anotá
09:30 Por qué podemos dar positivo en el test de alcoholemia sin haber bebido alcohol: síndrome de la autocervecería
09:10 Peñarol sigue analizando no vender entradas a Rosario Central por Copa Libertadores y esto dicen desde el club
09:05 "No te confundas", la imperdible campaña de Cavani y Sancho antes del partido de Boca vs. Fortaleza