

Liderar la transformación de las compañías: el rol clave de Ana Inés Motta para acompañar a las empresas en su crecimiento

La socia de consultoría en Deloitte Latam es una de los tres Alumni Destacados del MBA de la ORT nominada a recibir el Reconocimiento de la Comunidad en la Cena Anual de la institución educativa

31 DE OCTUBRE 2024 - 13:48HS

Compartir



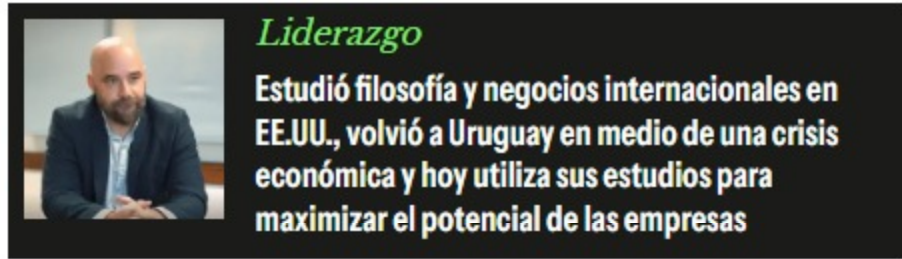
Ana Inés Motta es una de los tres Alumni Destacados del MBA de la ORT nominada a recibir el Reconocimiento de la Comunidad en la Cena Anual de la institución educativa

De niña Ana Inés Motta soñaba con convertirse en cajera de supermercado, maestra, o doctora, como su madre. Y aunque luego se decidió por estudiar administración de empresas turísticas, aún no tenía claro a dónde la llevaría el camino profesional.

Finalmente, a través de las oportunidades que se le presentaron, las relaciones que construyó en el camino, y un ávido interés por la formación y el conocimiento, se convirtió en líder de procesos de transformación comercial y socia de consultoría en Deloitte.

“Mi objetivo es guiar a las empresas a través de sus desafíos, alineando estrategias, equipos comerciales, procesos y tecnología para lograr el camino hacia un rendimiento superior”, explicó sobre su rol.

MÁS NOTICIAS



Ahora, con más de 10 años de experiencia liderando procesos de transformación comercial en diferentes industrias en la región, Motta es una de los tres Alumni Destacados del MBA de la ORT nominada a recibir el Reconocimiento de la Comunidad en la Cena Anual de la institución educativa.

“La idea de hacer el MBA llegó cuando empezaba a trabajar en consultoría. Me di cuenta que necesitaba robustecer más el conocimiento integral del cliente y seguir creciendo profesionalmente”, detalló. Además, recién había vuelto de España, después de haberse graduado como Máster en Gestión de Destinos por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y buscaba asentarse en Uruguay.

“Valoro el contacto con teorías y modelos que me dio esta formación y que uso mucho en mi práctica como consultora, porque nos permiten acercarnos a problemas que son bastantes complicados de una manera que todos podemos entender y también la red que se genera con docentes y colegas”, contó sobre su experiencia.

Las claves para mantener el crecimiento y potenciarlo en las empresas

A partir de su experiencia en el tema, Motta habló con *El Observador* sobre las claves para potenciar el crecimiento de las empresas. **“Pensar quién es mi cliente, qué es lo quiero lograr y cómo lo habilito desde el equipo comercial y de tecnología es un buen punto de partida”, sostuvo.** En este sentido, hizo énfasis en que **el centro en el cliente no es solo ocasionalmente muy importante, sino que también es una buena decisión de negocio.**

“Cuando conocemos a nuestros clientes desde nuestros lentes a veces tenemos los sesgos de nuestras organizaciones. Tenemos que entender qué es valor para el cliente, qué le motiva y qué necesita”, señaló. Otro aspecto fundamental, destacó, es definir internamente qué va a significar crecimiento y establecer prioridades.



LAS MÁS LEÍDAS

