



[María Fernanda Lasarte](#) Directora de formación para marketing y ventas para Europa Oeste y Canadá de Abbott

LR: Fuera de lo que es e-Learning y apuntando puntualmente al área que manejas, ¿la formación y el desarrollo de carrera es un factor fundamental desde el punto de vista estratégico, en Abbott Global?

"Si no haces nada en formación vas a estar endesventaja con tus competidores, y si tienes gente bien entrenada, que entienda hacia dónde va la compañía y sabe cuáles son los beneficios de los productos, lo va a hacer mucho mejor".

MFL: En Abbott, dentro de lo que es el área de RRHH, el desarrollo de carrera es uno de nuestros grandes baluartes, porque realmente somos una compañía que piensa en la gente, que piensa en cómo puede crecer la gente; el e-learning es simplemente un componente para ellos.

Estamos trabajando además con otras modalidades de formación como el coaching y trabajos de outdoors, puntualmente. Siempre va a haber coaching, mentoring, formación presencial en distintas áreas y programas de liderazgo. La empresa invierte mucho en formación y desarrollo.

Para esto, Abbott tiene convenios con universidades que hacen programas para nosotros, no sólo en Europa. Se trabaja también con programas internos que se desarrollan en la compañía, lo cual es un ad-hoc según ciertas necesidades, lo que nos permite hacer algo interno, externo o mixto.

LR: ¿Están midiendo ROI en cuanto a planes de formación para ver qué impacto tienen en los negocios o en los resultados económico-financieros?

MFL: Esto lo estamos empezando ahora y vamos a utilizar la herramienta informática para medir, monitorear y hacer el *tracking* de cómo son las métricas de todo lo que se está haciendo, y más adelante -porque eso no es algo que se puede medir de un día para el otro-, el impacto de la inversión a mediano plazo. Entonces recién ahí podrás decir "si esto mismo lo hubiese hecho de esta manera, el coste hubiese sido X y ahora el coste fue éste pero tuvo un impacto en el negocio que yo estimo que fue por la formación". Porque no sólo la formación es un componente de todos los diferentes elementos que impactan el negocio: la estrategia, el modelo de negocio, los productos... Si no haces nada en formación vas a estar en desventaja con tus competidores, y si tienes gente bien entrenada, que entiende hacia dónde va la compañía y sabe cuáles son los beneficios de los productos, lo va a hacer mucho mejor.