

Alcanda Matchmaking: la pyme española que aplica el método del head-hunting sentimental



Verónica Alcanda es una emprendedora española que, durante años, se dedicó al mundo de los RRHH y el head-hunting (cazatalentos) en grandes multinacionales. Una ruptura sentimental y un cambio de rumbo personal y profesional hicieron

que hace diez años se decidiera lanzarse a emprender y poner su amplio expertise al servicio de personas que, como ella, **estaban en busca del amor, pero no daban con la tecla indicada.**

Una década después, Alcanda no sólo ha conseguido ser pionera en este sector en España con **Alcanda Matchmaking**, sino también patentar **su propio método de head-hunting sentimental.**

¿Por qué hoy en día cuesta tanto encontrar pareja?

Según la **empresadora**, a pesar de vivir en un mundo cada vez más veloz e hiperconectado, **gran parte de la sociedad se siente sola.** Multitud de aplicaciones, citas rápidas, nuevas formas de entender el amor... las opciones son infinitas y, sin embargo, no parece suficiente para dar con la persona indicada.

Como dijo Shakespeare “*el amor consuela como el resplandor del sol después de la lluvia*” y son muchas las personas que buscan incansablemente una mitad que se convierta en ese rayo de luz en su vida; sin embargo, muchas veces **el proceso se hace de manera incorrecta**, ya sea por el desconocimiento de lo que se necesita de una media naranja o porque no se está realmente preparado para encontrarla.

En 2013, Verónica Alcanda puso en marcha la compañía impulsora del matchmaking en España, una pyme que ha alcanzado su madurez y liderazgo en nuestro país gracias, entre otros factores, a la creación e implementación de su pionero método científico y patentado. Con él, hombres y mujeres de éxito en un plano empresarial y profesional alcanzan, con total privacidad y exclusividad, **sus objetivos vitales en el ámbito sentimental** como en la búsqueda de la felicidad plena.

Para celebrar este aniversario tan especial, Verónica se ha lanzado a presentar su primer libro “**Por qué no encuentro pareja. Reflexiones de una Head-Hunter Sentimental**”, un interesante análisis sobre la evolución que han experimentado las relaciones amorosas, los distintos medios para encontrar pareja hoy en día, y los motivos más comunes que nos impiden hallarla.

El éxito personal se sustenta sobre diferentes valores.

Uno de los valores más esenciales, en el que se basa este negocio, es el desarrollo laboral y al triunfo en el ámbito profesional. Un ideal que suele absorber gran parte del tiempo y de la energía de hombres y mujeres **con una clara ambición empresarial** quienes, una vez alcanzada esta meta, asimilan que el éxito profesional sin éxito sentimental genera un importante vacío.

En EEUU, la gran economía mundial, esta divergencia se afrontó hace muchos años aplicando métodos y herramientas personalizadas de carácter profesional al ámbito sentimental, para establecer procesos y protocolos asumibles para un perfil corporativo que exigía, aunque los objetivos fuesen ahora emocionales y no crematísticos, un comportamiento afín con el que ha sido hasta la fecha su mayor compromiso: su éxito profesional.

Así nació el Matchmaking, la última moda entre **los círculos más selectos de la élite empresarial y financiera de EEUU**, como el mejor recurso para la búsqueda de la pareja ideal entre hombres y mujeres con un perfil corporativo muy elevado, donde **se llega a pagar entre \$100.000 y \$250.000**; y, en algunos casos, hasta \$1.000.000. La moda se ha extendió primero por los países anglosajones, alcanzado su éxito en Europa cuando llegó a UK (con tarifas que rondan las 15.000€ y 100.000€), hasta aterrizar –hace ahora diez años– en España de la mano de Verónica Alcanda, alta ejecutiva especializada en RRHH con una vasta experiencia en empresas multinacionales en 4 continentes: *“decidí que era el momento del cambio y que, de la misma forma que he ayudado a diversos empresarios y empresarias a encontrar los directivos que precisaban para el crecimiento de sus compañías, podría ayudarles también en un ámbito sentimental”*.

Desde su desembarco en España, Alcanda Matchmaking no ha dejado de crecer. De partida, es importante definir una severa y radical diferencia **con las tradicionales agencias matrimoniales**, las modernas Apps de contactos o las webs de citas, puesto que el Matchmaking es un servicio exclusivo para encontrar a la pareja de nuestra vida de manera profesional, privada y muy personalizada: *“En Alcanda Matchmaking, para llevar a cabo esta labor, no necesitamos tests de personalidad o algoritmos matemáticos para cruzar datos; nosotros vamos más allá,*

aplicamos nuestra intuición innata y la ahora dilatada experiencia en la prestación de servicios de Matchmaking, junto con una metodología propia, ad-hoc a cada proceso, con garantías”, prosigue Verónica.



Tal es la diferencia, que Verónica desarrolló para su exclusiva y singular compañía su propio método científico, denominado Método Head-hunting Sentimental, mediante el cual **los expertos de la empresa utilizan procesos operativos basados en los compromisos de calidad de la norma UNE 9200**, así como los procesos para la evaluación y selección de personas basados en las normas ISO 9001 y 10667, la primera norma internacional que regula la calidad en la Prestación de Servicios de Evaluación en el ámbito de los Recursos Humanos. Es emoción, son sentimientos, emplean la intuición y la experiencia, pero siempre bajo parámetros y conceptos científicos, avalados y certificados.

Verónica Alcanda no sólo ha sido la pionera en España de la implantación de este innovador método, también ha sido la revolucionaria de un sector que no para de crecer: *“A diferencia de otras empresas de Matchmaking que se han ido estableciendo en España (muchas de ellas formadas por mi equipo), en Alcanda Matchmaking, con*

nuestro patentado método *Head-hunting Sentimental*, realizamos una búsqueda activa propia de las empresas de Selección de Ejecutivos (“Executive Search”), de ahí su nombre, aplicada al plano afectivo y personal en lugar del entorno profesional”, detalla. Precursora del MATCHMAKING en España, Alcanda Matchmaking no solo sirve de referente para las empresas que han surgido después, sino que, son muchas las compañías que se han mostrado interesadas en “**el método**”. Por eso, Verónica, en 2018, decidió montar otra empresa que sirviese para ayudar a otras personas a establecerse por su cuenta y poder utilizar su patentado método *Head-hunting Sentimental*. Con él ya ha formado Matchmakers en España, Portugal, Hungría, Colombia y México.

El perfil de matchmaking

Los clientes de Alcanda Matchmaking son hombres y mujeres **dinámicos, exitosos e inteligentes**, que gozan de un elevado nivel de vida como resultado de sus logros profesionales. “*Sin embargo, estos logros suelen tener un alto precio, afectando a sus vidas personales, lo que al final les lleva a no tener a su lado alguien especial con quien compartirlos*”, comenta la CEO de Alcanda Matchmaking (donde el 45% son mujeres y el 55% hombres, el 80% de los clientes tienen entre 38 y 55 años y el 75% son divorciados, un 20% nunca se ha casado y solo un 5% son viudos).

«*Son personas que valoran su privacidad y su tiempo y, por tanto, no quieren perderlo exponiéndose en otros sistemas de búsqueda de pareja como los populares medios on-line: la privacidad, confidencialidad y eficacia son de vital importancia, siendo estos los principales motivos para contratar nuestros servicios.*»