

wellcomm

Tel. +34 915500204
Fax +34 914529424

Fuencarral 121
28010 Madrid

<http://www.well-comm.es>
rosa.matias@well-comm.es

Quienes somos

wellcomm es una empresa de consultoría especializada en **identificar talento** para comunicar y **mejorar la eficiencia** de la comunicación corporativa.

Ayudamos a las organizaciones a identificar sus necesidades en comunicación y diseñamos soluciones completamente a medida. Somos expertos en encontrar los profesionales de comunicación idóneos para cada organización y en desarrollar soluciones de desarrollo personalizadas, que contribuyan a optimizar al máximo el talento de los equipos de comunicación

Nuestros servicios buscan mejorar el carácter estratégico que la comunicación tiene para la gestión empresarial:

- búsqueda de **personal especializado**
- formación y **desarrollo de talento**
- **consultoría estratégica de diseño y gestión** de departamentos de comunicación

wellcomm cuenta con un equipo de profesionales con **más de 20 años de experiencia en el mundo de la comunicación y de la gestión de personas.**

Nuestros profesionales han ocupado puestos de responsabilidad y dirección en medios de comunicación, departamentos de comunicación corporativos y consultoras. Por ello, podemos poner al servicio de nuestros clientes un **conocimiento único del mercado, sus procesos y profesionales, así como una firme orientación estratégica.**

Nuestros servicios: wellcomm jobs

Selección profesional y especializada de talento en el mundo de la comunicación y las redes sociales

La búsqueda de talento especializado es un proceso complejo que requiere de una definición exhaustiva del perfil y de un profundo conocimiento del sector. Sin embargo, nuestra experiencia nos indica que hay demasiado ruido en el mercado: muchas ofertas de trabajo sin definir y CVs incomprensibles o incompletos. Estos factores inciden directamente en la eficacia de los procesos de selección.

En **wellcomm** ayudamos a las empresas a identificar y encontrar el talento que necesitan para sus departamentos de comunicación *off* y *on line*, a través de un proceso ágil, flexible y completamente adaptado a sus necesidades.

Gracias a nuestro conocimiento del mundo de la comunicación y nuestra experiencia como gestores de equipos podemos garantizar:

- **la definición del perfil** del profesional de la comunicación más adecuado para su empresa
- La **identificación del candidato idóneo** para el puesto.

Perfiles

En **wellcomm** contamos con una amplia experiencia en la búsqueda de profesionales de la comunicación y medios sociales para ocupar puestos **directivos, de consultoría, desarrollo de negocio o marketing** tanto para empresas, agencias, consultoras y medios de comunicación.

WELLCOMM JOBS

¿Necesitas trabajar?

SOY CANDIDATO

¿Buscas talento?

SOY EMPRESA

¿Qué nos diferencia?

Somos **especialistas en identificar las necesidades** de la organización en comunicación y medios sociales y en **traducirlas en habilidades y competencias profesionales** a partir de un diagnóstico y análisis pormenorizado.

Nuestro objetivo es **encontrar los mejores candidatos para contribuir al éxito del proyecto corporativo**, mejorando los tiempos y la eficacia de los procesos de selección. De esta forma evitamos al cliente la recepción y gestión de cientos de CV's que no encajan realmente con lo que la empresa necesita.

Realizamos **búsquedas profesionales directas** de los mejores candidatos, con absoluto rigor, eficacia y confidencialidad. Para ello disponemos, de una extensa **base de datos propia** de profesionales, una extensa red de colaboradores y redes de networking profesional. Además, contamos con una **presencia activa y destacada en redes sociales**, lo que nos permite de modo ágil, identificar y contactar con potenciales candidatos.

Diferentes opciones de contratación

Paquete básico de preselección de candidatos

wellcomm presentará una serie de profesionales cualificados que encajan con el puesto ofertado y que han demostrado un interés real hacia él.

Proceso de selección completo

Incluye el reclutamiento *on y off line*, selección externa, evaluación de candidatos interna y la presentación final de candidatos al cliente.

Evaluación de candidatos internos

Resultan especialmente interesantes para posiciones de nueva creación donde la empresa no tiene referencias claras (como todos los asociados al entorno web). Nos encargamos de la identificación, análisis y evaluación del perfil competencial de estos candidatos.



Nuestros servicios: wellcomm talento

Ayudamos a las organizaciones y profesionales de la comunicación a gestionar los procesos de cambio o reestructuración, asumir nuevas responsabilidades, adaptarse a nuevos retos y liderar equipos

Buscamos contribuir al desarrollo de la organización a través de sus profesionales, aportando prácticas, conocimientos, metodologías y planes de desarrollo de talento y mejora del desempeño.

DESARROLLO DE TALENTO

Promovemos un adecuado desarrollo profesional en habilidades y competencias clave que permitan **potenciar el rol de las personas** en el seno de las organizaciones a través de **programas diseñados a medida**.

Trabajamos todas aquellas metodologías que contribuyen a **mejorar el aprendizaje, acelerar la adquisición de nuevas actitudes ante el trabajo en equipo, fomentar el compromiso de los participantes y mejorar su desempeño**.

Diseñamos **planes de formación adaptados** a las necesidades del cliente para la mejora de las habilidades de sus profesionales en todas **las áreas relacionadas con la comunicación y los medios sociales**: comunicación externa, comunicación interna, formación de portavoces, habilidades de comunicación, habilidades digitales...



Ayudamos al **desarrollo de competencias, la mejora de habilidades de liderazgo, el logro de los objetivos profesionales** y personales a través del denominado modelo GROW y de la mano de coaches profesionales senior certificados.



Llevamos a cabo técnicas como **el mentoring que mejora el aprendizaje, la transferencia de conocimiento, desarrolla el potencial de liderazgo**, favorece el cambio y acelera la adquisición de nuevas actitudes, como la de la mejora continua, estimulando la responsabilidad del propio profesional por su desarrollo.



CONSULTORÍA ESTRATÉGICA Y ORGANIZATIVA

La correcta planificación de estrategias de comunicación no siempre tiene que ir unida a un conocimiento innato de la gestión empresarial o de la organización. Tanto si se trata de departamentos de comunicación dentro de las empresas, como de empresas de comunicación, en **wellcomm** abordamos la asesoría estratégica para la correcta implantación de los negocios y equipos de comunicación.



Gestión del talento

Ayudamos a las organizaciones a **evaluar las habilidades de comunicación** y el potencial de sus profesionales y a **mejorar el desempeño** de cada puesto en función de las necesidades. Auditamos equipos, diseñamos y revisamos las estrategias de desarrollo y gestión del talento, **definimos perfiles profesionales y planes de carrera**, proponemos evaluaciones del desempeño y gestionamos programas de outplacement.



Mejora del Clima laboral

Servicio de diagnóstico y análisis del clima laboral, y diseño de **planes de acción y mejora a través de la comunicación**.



Consultoría organizativa

Realizamos proyectos de **rediseño organizativo de la estructura y composición del departamento de comunicación** con el objetivo de adaptarlo a las nuevas necesidades que determina tanto la propia evolución del negocio y del mercado, como la aparición de nuevas herramientas de comunicación.

Nuestros clientes

Disponemos de una amplia **experiencia en diferentes sectores**: banca y finanzas, seguros, energía, químico, farmacéutico, construcción, administración y organismos públicos.

Entre nuestros clientes se encuentran las **áreas de comunicación de importantes empresas multinacionales, así como las principales compañías de comunicación del país**: Ferrovial, Telefónica, Merck, Ogilvy o Llorente y Cuenca, entre otras.

ferrovial

MERCK

LLORENTE & CUENCA
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN

movistar

ING DIRECT



*Rosa Matías y Well-comm aportan una combinación muy poco frecuente y muy diferencial de profundo conocimiento de la gestión del talento, del contexto digital y del negocio. Este cóctel es clave en los proyectos que realizan con nosotros y trasciende la aproximación típicamente consultiva para aportarnos inspiración y ayudarnos a avanzar. **José María Palomares, Director de Comunicación Universidad Europea***

*"Entré en contacto con wellcomm con motivo de un cambio de trabajo. Necesitaba de un paréntesis constructivo que me permitiera cerrar la etapa previa, en la que había estado casi una década, y focalizarme en la nueva, muy distinta de la anterior. Pensaba que el reto era el nuevo liderazgo, los nuevos compañeros, el nuevo entorno o la nueva rutina, pero el principal reto al que me enfrenté fui yo misma. En wellcomm me ayudaron a mirar en el espejo y a identificar frenos y motores, me guiaron en el camino hacia la resiliencia y lo hicieron con algo exclusivo de ellos, expertise verdadero en el sector de la comunicación" **Carmen Muñoz, Gerente de Asuntos Públicos de Llorente y Cuenca***

*"Rosa es una experta de primera línea, que sigue a la vanguardia en comunicación y que me ha permitido pasar de cero a cien rápidamente". **Olivia Llorca, Directora de Marketing y Comunicación de Dinosol***

*"Hace unos años tuve ocasión de realizar un proceso de coaching con wellcomm, en un momento complicado a nivel profesional. Fue una experiencia muy positiva que me ayudó a fijar prioridades y objetivos y a poner en valor mis habilidades como profesional, entre otras cosas. En definitiva, me dio armas para afrontar el futuro profesional con mayor perspectiva". **Sonia Franco es Directora de Comunicación de AEE***

Referencias de interés

Para Toods La 2 - Debate: El paro: ¿cómo afrontar el día después de quedarse sin empleo? 08 ene 2014

España es uno de los países con la tasa de paro más alta de la Unión Europea. Pero, ¿cómo afrontar el día después de quedarse sin empleo? Algunos especialistas definen este momento como un duelo, y hay quien propone recurrir a profesionales especializados. Coloquio entre Rosa Matías, coach laboral y directora de proyectos de Well-comm; Cristina Faciaben, responsable de socio-economía de CCOO en Cataluña; y LUIS PÉREZ, director de Relaciones Institucionales de Randstad.

▲ [ver menos sobre "Para Toods La 2 - Debate: El paro: ¿cómo afrontar el día después de quedarse sin empleo?"](#)



Para ver el vídeo, pincha [aquí](#)

**Rosa Matias, directora de Proyectos,
y Silvia Albert, directora General de wellcomm**

La actividad del candidato en las redes sociales puede tener tanto peso como su experiencia

wellcomm nació en 2008 como respuesta al desconocimiento que existía en el mercado de la comunicación dentro de la gestión empresarial. Además, a finales de 2008, se dieron cuenta del papel cada vez más relevante de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección y decidieron apostar por generar una identidad digital coherente para wellcomm y posicionarse como referentes en los entornos online.

¿Cuáles son los objetivos de Wellcomm?

Silvia Albert (S.A.): Nuestro objetivo es conciliar la oferta especializada que ofrecemos y adaptarnos a las nuevas necesidades de nuestros clientes. Hemos adaptado nuestro servicio y lo hemos flexibilizado generando nuevas posibilidades de contratación que requieren una inversión más reducida que el *headhunting* tradicional y que resultan más ágiles en cuanto a plazos. Wellcomm-Jobs es la respuesta a estas nuevas necesidades y una apuesta tecnológica para facilitar la identificación de talento y una mayor conexión entre oferta y demanda.

Rosa Matias (R.M.): Cada año, además del lanzamiento de la nueva web con nuevos servicios, nos hace especial ilusión lanzar la tercera edición de *Perspectivas Wellcomm* de la comunicación 2012 y la presentamos en el marco de un estudio específico sobre talento del sector de la comunicación.

¿Qué ofrece la selección de los profesionales de la comunicación?

R.M.: En realidad el proceso de selección no tiene que ser difícil aunque son muy interesantes las nuevas herramientas que nos ofrece la tecnología para agilizar los procesos; a través por ejemplo de Skype o las redes sociales profesionales que nos permiten identificar y seguir a candidatos con talento en sus interacciones en la Red, buscar referencias, etc. La coherencia es una pieza clave en todos nuestros procesos y ya no podemos admitir candidatos para cualquier proceso de selección que no tengan

una cuidada gestión de su "marca profesional en la Red" o de su perfil digital.

S.A.: En relación a las empresas que inician un proceso de selección, el requisito es saber sus objetivos de comunicación para ser capaces de definir juntos

Ya no se pueden admitir candidatos que no tengan una cuidada gestión de su marca profesional en la Red o de su perfil digital

qué perfil profesional necesitan, qué aspectos deben complementar, qué nivel de experiencia es adecuado o qué tipo de actitudes y aptitudes del candidato nos ayudarán a alcanzar los objetivos.

¿Cuál es el papel de las redes sociales en el proceso de selección?

R.M.: Fundamental. La investigación sobre la actividad que desarrollan los candidatos en las redes sociales se está convirtiendo en una parte automática del proceso de contratación. La coherencia, a medio plazo, es que la actividad de los candidatos desarrollada en estas redes puede llegar a tener casi tanto peso como su experiencia profesional o su formación.

Tiene esa división para potenciar el talento en la comunicación. ¿Podría explicar qué es?

S.A.: Wellcomm Talento es la división que se encarga de ayudar a las organizaciones a gestionar los procesos de cambio, a asumir nuevos roles, etc. Nuestro reto es contribuir al desarrollo de la organización

y los profesionales, aportando prácticas, metodologías y planes de desarrollo de talento a través de formación, coaching, mentoring, etc.

R.M.: Hemos diseñado propuestas innovadoras en un momento complicado para un sector que se está redefiniendo: medios de comunicación que necesitan trabajar con sus equipos para afrontar la integración de redacciones, profesionales de medios que se tienen que "reinventar", comunicadores junior que deben mejorar sus habilidades digitales y vencer las resistencias al cambio, jefes de redacción que se forman en habilidades de liderazgo para gestionar equipos complejos, departamentos de Comunica-

ción que necesitan involucrarse más en el negocio y convertirse en equipos de alto rendimiento...

Apuestas que el talento en comunicación es una variable estratégica en la gestión empresarial.

R.M.: En nuestra opinión, tener talento para comunicar dentro de las organizaciones nos obliga a realizar un análisis periódico sobre la relación de una empresa o de una marca con sus públicos y dotar de coherencia a la pluralidad de comunicaciones que emite.

Hablemos de una iniciativa innovadora: el club de coaching. ¿Cómo funciona?

R.M.: El club de coaching ha sido una iniciativa pionera en redes sociales. Surgió en 2008 como red social y a día de hoy, cuenta con 266 miembros distribuidos en 16 grupos de trabajo especializados en diferentes metodologías de coaching. Más adelante pusimos en marcha el Club de Coaching como grupo específico dentro de la red profesional LinkedIn.

En enero lanzamos la edición 2012 de Perspectivas de Comunicación. ¿Qué novedades incorporó?

S.A.: Esta es la tercera edición de *Perspectivas Wellcomm* de la comunicación y estamos muy orgullosos de ver cómo se convierte en un documento de referencia dentro del sector. Cada año se invita a unos 80 profesionales relacionados con el mundo de la comunicación para que nos cuenten cómo ven el año que acaba de empezar. Es curioso que nuestras apuestas anuales por profesionales poco conocidos resultan definitivas al final del año ya que esos profesionales se posicionan como referentes en sus áreas de especialización. Podríamos decir que uno de los grandes logros de *Perspectivas* es identificar el talento clave en comunicación ■





Silvia Albert, creadora, y Rosa Matías, directora, en la sede de Wellcomm.

Talento para comunicar
wellcomm

Nombre. Wellcomm

Creadora. Silvia Albert.
Directora. Rosa Matías.

Capital inicial. 3.000 euros.
Facturación (previsión). 60.000 euros.

En qué consiste. Se trata de una empresa de catalanes especializada en la comunicación empresarial. Además, asesoran en procesos de formación.

Wellcomm

CAZATALENTOS DE COMUNICADORES

Esta innovadora empresa se ha especializado en la búsqueda y formación de profesionales expertos en transmitir e informar sobre las empresas.

José M. Camarero @jmcamarero

Hasta el negocio más pequeño y familiar del mundo necesita transmitir qué es lo que hace, a qué se dedica la empresa y cuál es su estrategia, para captar a nuevos clientes y fidelizar a los de toda la vida. Y si se informa a través de Internet, mucho mejor. Pero no todo el mundo puede ejercer esta función de comunicador empresarial. Y menos aún cuando se trata de gestionar la información en una gran empresa. Debe ser alguien profesional y formado. Bajo esta premisa, Silvia Albert y Rosa Matías han creado Wellcomm, un proyecto con el que buscan, reclutan y forman a expertos en comunicación empresarial.

La idea de Wellcomm surgió a través de la agencia de comunicación que dirige Silvia Albert, como una necesidad de «dignificar estos procesos de selección», explica. «Si el de Comunicación ya es un departamento estratégico en las grandes

Una idea que nació como «spin off»

Wellcomm es lo más parecido a una extensión que surge a raíz de otro proyecto empresarial puesto en marcha previamente. Es decir, lo que en las series de televisión se denomina como «spin off». La experiencia acumulada durante años y los conocimientos del sector impulsaron a Silvia Albert a generar esta nueva idea.

Parte de los trabajos de Wellcomm se desarrollan en la misma oficina en la que sus creadoras trabajan en la empresa matriz. Comparten ubicación,

recursos y, sobre todo, ideas.

Rosa Matías fue elegida como directora del proyecto. Es periodista, consultora y «coach» con una amplia experiencia en el desarrollo de estrategias innovadoras, tanto en el sector público como en la empresa privada. Ha desempeñado puestos directivos en empresas de comunicación internacional, en la Administración Pública y en organizaciones políticas. Ahora se encarga de buscar a expertos en comunicación.

compañías, y cada vez más en las pequeñas, no puede ser que la búsqueda de sus directivos no sea profesionalizada», afirma.

Trabajan con varias sociedades a las que ya han ayudado a seleccionar a sus responsables en marketing o prensa. Y cuentan con una base de datos de 900 candidatos. Pero también se dedican a realizar formación de empleados, según las necesidades de cada corporación.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

El proyecto se asienta sobre dos modelos de negocio. Wellcomm Jobs está especializado en la búsqueda de directivos. «Nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes, ofrecemos un servicio rápido y también estamos muy centrados en el ámbito de las redes sociales, porque es algo imprescindible», explica Rosa Matías, directora de la empresa. Precisamente a raíz de la experiencia acumulada durante estos últimos años han creado otra división: Wellcomm Talent, a través de la cual gestionan procesos de cambios en las estructuras de las empresas; enseñan a asumir nuevos retos a determinados empleados; y se dedican a la formación para liderar equipos.

Aunque la crisis también se hace presente en este sector, las responsables de la empresa no paran de innovar. «Estamos en fase beta de forma continua, para irnos adaptando a las nuevas necesidades que tengan los clientes», explica Rosa Matías. ■

Wellcomm también entra en el 'coaching' de comunicación

AMPLÍA SU GAMA CON UN NUEVO SERVICIO ESPECIALIZADO PARA TODO TIPO DE EMPRESAS

IN CON FUERZ MADRID

Wellcomm, la primera empresa española especializada en buscar, seleccionar, formar y adecuar talento para la comunicación, ha ampliado su gama de productos con la actividad de **coaching** -o entrenamiento individual- de comunicación, tanto para empresas especializadas de este sector como para directivos de compañías que desarrollan otras actividades. «Para las empresas de comunicación -con las que, sobre todo, trabajamos las habilidades directivas-, los temas donde hemos detectado más dificultades o aspectos de mejora son el liderazgo y la gestión de los equipos y del tiempo», explica Rosa Matías, responsable del proyecto y directora de Proyectos de Wellcomm, mientras para el resto de las compañías, «se tratan más actitudes personales y cuestiones que tienen que ver con la seguridad, como las relaciones con los medios o hablar en público, entre otras». Con todo, y como en cualquier otra variedad de **coaching**, «las metas y objetivos los fija el propio **coachee** -o entrenado- con el apoyo del entrenador, ya que no se trata de un curso de formación, sino de un proceso de comunicación entre los dos para mejorar las habilidades, con un plan de acción que él decide, destinado a crear unos hábitos», resume Matías.

POTENCIAR PUNTOS FUERTES. Compatibilizar la vida profesional y la familiar -ese tiene clara la teoría, pero no la práctica-, mejorar el rendimiento del equipo de trabajo, comunicarse con los superiores, los parás o el resto de miembros del equipo, mejorar las relaciones con los clientes... el listado de posibles objetivos es muy amplio. «Se trabaja mejor partiendo de una mejora de los puntos fuertes, para desarrollar luego aquellos en los que uno no está tan bueno», indica la **coach** Matías.



AL FRENTE, Rosa Matías, directora de Proyectos de Wellcomm

El mercado del **coaching** es relativamente reciente en España, lo que ha determinado la profesión de **coaches**, profesionales y prácticas que a menudo no reúnen la calidad suficiente. Por eso, al contratar un curso de **coaching**, es imprescindible

EL COACHING MEJORA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN, EL TIEMPO Y LA PERSONA

verificar la cualificación del entrenador y que éste tenga una experiencia mínima -personal, profesional y técnica-, siendo recomendable que esté acreditado, certificado o sea socio de alguna de las asociaciones del sector: AECOC, ICF y ASESCO. Según la responsable de Proyectos de Wellcomm, «un **coaching** ejecutivo medio tiene un precio mínimo de 2.000 euros, viene a durar seis meses -con una reunión inicial intensa de 4 o 5 horas, más sucesivas mensuales de 2 o 3 horas, y con contacto regular entre entrenador y entrenado-, y el éxito del proceso es que nadie, porque, si no, se genera una dependencia». ■

Domingo 2.05.10
REDACCIÓN CENTRAL

DESARROLLO PROFESIONAL

■ CRISTINA M. FRUTOS

¿A quién no le habría gustado que en sus primeros días de trabajo algún compañero le hubiera llamado el nombre, dándole pequeños consejos o integrándole en el equipo? Eso es, en esencia, la filosofía de cualquier programa de 'mentoring', es decir, que una persona de otra para hacer transiciones significativas en conocimiento, trabajo o crecimiento, de fase, de forma más precisa, el Consejo Europeo de Mentoring y Coaching. Pero ese cable que tan bien puede venir cuando se vive un cambio de función, tanto horizontal, es decir, a un nuevo departamento, como vertical, acumulando escalones en el cargo/jerarquía.

En estos últimos casos, o también para ciertos colectivos o responsables de una misma área, surge una particularidad: el mentor, o aquella persona experimentada que ayudará a otra en su desarrollo personal y profesional, precisa Beatriz Valderrama en su libro 'Desarrollo de competencias de mentoring y coaching. Más mentor puede y más mentor viene de fuera de la empresa. Aquí, es importante que el proceso se pueda externalizar, ya que no existe confidencialidad de intereses y la libertad es mayor para el profesional que recibe el apoyo.

Por tanto, este hecho, que no es habitual en otros programas más genéricos, es así posicionado en situaciones como la de Olivia Lloca. Tras cinco años trabajando en Diagonal como responsable de Marketing de las tiendas turísticas de Canarias, le ofrecieron hace unos meses la posibilidad de promocionar a directora de Comunicación. «Yo podía aportar mucho conocimiento de la casa, del equipo humano y yo jugaba a mi favor, pero el cambio que se presentaba ante mí era muy importante. Lloca, aunque es licenciada en Ciencias de la Información, confiesa que no sabía nada sobre el mundo del marketing.

De este modo llegó Rosa Matías a su vida. Con más de veinte años de experiencia en diversos frentes del mundo de la comunicación, Matías, que es directora de Proyectos de Wellcomm, empresa especializada en la búsqueda,



Detectar las habilidades y fortalezas del llamado mentor profesional es uno de los pilares de estos procesos.

El incomparable valor de la experiencia

En el 'mentoring' externo, profesionales respetados comparten sus vivencias con colegas de menor bagaje

ASÍ ES EL MENTOR

► **EXPERIENCIA.** De la mano del sentido común, debe ajustar los objetivos a las capacidades de su 'mentoreado', reflexiona.

► **CONDUCTIVIDAD.** Se especializa en el sector que está al programa es lo que marca la diferencia.

► **Capacidad de escucha.** Esta habilidad debe ser compatible con la empatía.

► **LÍDIX.** De seguir y de proyectar.

► **GRATUIDAD.** Evidentemente cobra por ello, pero se quieren esta cualidad para compartir su experiencia.

de selección y formación en este sector, también es mentor de varios profesionales del mundo. «No basta definir su papel como agente de cambio, pero sobre todo, es el de un facilitador para que la persona asessada pueda recibir conocimiento y experiencia, comenta al respecto de su nueva función, al final un mentor ayuda a desarrollar las capacidades más acordes con el potencial de su 'mentoreado', añade.

Persona de referencia

Una de las claves del éxito de estos programas de 'mentoring' externo tenemos éxito y la razón de que no se confundan con los de 'coaching' reside en el bagaje de la persona que los imparte. Para Beatriz Valderrama, socia directora de la consultora Alta Capacidad y entrena del tema, en este punto radica la diferencia entre ambas metodologías de aprendizaje. «Las competencias de un mentor y las de un 'coach' son, en principio, muy similares, pero el primero, además, tiene que

ser una persona de referencia, que por su posición, su experiencia, conocimientos o cualidades personales, pueda ser admirada y seguida por el 'mentoreado', reflexiona.

Precisamente, a la hora de destacar qué es lo que más valora de su proceso de 'mentoring', Olivia Lloca no duda ni un momento y destaca por la experiencia de su tutora.

«Ella es una experta de primer nivel, que sigue a la vanguardia en comunicación y que me ha permitido pasar de cero a cien rápidamente. En los meses que ambas han colaborado desde él puede contar de fibero, cuando se anunció el nacimiento de Lloca, se han establecido unos objetivos, han analizado las competencias del puesto, han detectado fortalezas y debilidades... Además de esto, vamos mucho más allá de lo que se llama 'coaching', es decir, los materiales complementarios como libros, artículos o 'blog', o los encargos que me va haciendo, por que me ayudan a reflexionar sobre mi crecimiento profesional, por ejemplo, mi papel

dentro de la empresa», comenta la 'socia' de Diagonal, que no deja de señalar que en la efectividad del programa influye que entre mentora y 'mentoreado' -o 'mentorado'- como prefiere denominarlo Valderrama -hay bastante 'fitting' personal».

Para Valderrama, la confianza es fundamental tanto en estos procesos como en cualquier otro que haya una relación de ayuda y se genere el desarrollo de una persona. «Porque -explica- para avanzar tienes que sacar a la luz tus debilidades, y eso sólo se puede hacer en un contexto muy seguro, donde haya plena confianza. Asimismo, la socia directora de Alta Capacidad se refiere a la acción del mentorado, también de ciertos programas: «Tiene que tener paciencia por aprender y desaprender. Por último, una advertencia para los que van en el 'mentoring' la subvención a sus problemas: «La responsabilidad final no está en el mentor sino en la persona que está recibiendo su ayuda».

INFOEMPLEJO | 23

EN BREVE

El 54% de los trabajadores busca otro empleo

TRAYECTORIA. Con la intención de mejorar su categoría profesional o su sueldo, más de la mitad de los trabajadores es activo reconocen que está intentando cambiar de empleo, según un estudio de la compañía de medición de actitudes en la red Nielsen Online. La encuesta realiza esa búsqueda desde su propio puesto y a través de internet.

Los autónomos crecen por segundo mes

IMPRESIONANTES. Durante el pasado mes de abril, 2.764 trabajadores por cuenta propia se dieron de alta en el Registro Especial de Trabajadores Autónomos, de acuerdo con los cálculos publicados por AEA, la Federación Nacional de Asociaciones de este colectivo. Esta subida, la segunda consecutiva en lo que llevamos de año, no ha dejado estar nada en los sectores de hostelería y comercio.

Banco Santander y Harvard amplían su colaboración

INNOVACIÓN. A través de la División Global Santander-Universidades y la Fundación Ramón Arellano, la entidad amplía la colaboración de un fondo para la investigación de la estructura magra en la Universidad de Harvard, con la que colabora desde 2008. Además, el banco ha firmado nuevos acuerdos con el Massachusetts Institute of Technology, la Universidad de Northampton y la Universidad de Tufts, todas en EE.UU.

El mercado quiere profesionales tecnológicos

PROFESIONALES. Actualmente, el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) emplea a más millones de personas en Europa, pero, según el informe Digital Europe, presentado esta semana, esta cifra aumentará en los próximos cinco años ya que está previsto que en 2015 el 90% de los puestos de trabajo requieran profesionales con estas habilidades.

Información de contacto



Rosa Matias
Directora de Proyectos
Tel. 91 5500204
Fax 91 5500208
rosa.matias@well-comm.es



Información de la compañía

Wellcomm, talento para comunicar

Fuencarral 121
28010 Madrid

Tel. +34 915500204

Fax +34 914529424

<http://www.well-comm.es>

