ÁLVARO MATÍAS DE ANTA CEO DE WANDER

ABRIENDO CAMINOS AL TALENTO

Álvaro Matías de Anta, CEO de Wander, posó en exclusiva para *Forbes* el pasado 16 de enero.

De la mano de una consultora estratégica consagrada y puntera como Soulsight, Wander nace con el fin de explorar nuevos caminos para impulsar el talento empresarial. "Estamos ante un proyecto de intraemprendimiento fruto de una experiencia de 15 años desarrollando proyectos de innovación y transformación para grandes compañías a través de una metodología que sitúa a las personas en el centro de todo, y al humanismo y la creatividad junto al desarrollo de negocio", comenta Matías de Anta. Un excepcional enfoque que busca fomentar la creación de sinergias entre el talento de las diferentes compañías y compartir conocimiento para favorecer la innovación dentro de las mismas. "No es momento de competir, sino de colaborar".

A lo largo de los últimos meses, Wander ha sido presentada a prácticamente todas la empresas que conforman el IBEX35, a multinacionales con sede en España, empresas familiares, CEOs y comités de dirección. "La respuesta ha superado nuestras mejores expectativas. Las compañías que van a participar en el programa son de todos los sectores, aunque destacan el gran consumo o el sector servicios. Solo por dar unos nombres, participarán, entre otras, Asociación Española Contra el Cáncer, Arena Media (Havas Group), BMW, Only YOU Hotels e IKEA".

Puestos a desentrañar cómo funciona Wander, las palabras de su CEO son precisas: "Es una extraordinaria oportunidad para aquellas compañías que quieren contribuir a crear un mundo más humano desde una perspectiva social, tecnológica y de negocio". El programa abordará cuestiones vinculadas a la línea de acción de las compañías, en torno a tres territorios trasversales: '¿cómo serán las relaciones en las ciudades del futuro?', 'la máquina en lo humano', y 'la sostenibilidad como driver de innovación'. "¿Cómo lo haremos? primero, *hackeando* la mente de los participantes. Invitándoles a romper con lo preestablecido para explorar lo desconocido; segundo, reflexionando sobre lo aprendido, estableciendo nuevos enfoques para el negocio; tercero, compartiendo conclusiones con los equipos, integrando el aprendizaje en el ADN de la compañía. Vamos a crear *Wanderers*". ●

FLORIÁN **PUENTES** PABLO **TRIBELLO**