

## **INDRA POTENCIA SU BRAND CENTER PARA QUE SUS PROFESIONALES Y PROVEEDORES ACCEDAN DIGITALMENTE A LOS MATERIALES DE MARCA DESDE SUS DOMICILIOS**

- **La compañía lanza una plataforma digital reforzada, que aglutina todos los recursos de las marcas del grupo, lo que supone un paso adelante en el proceso de Indra para facilitar que trabajen en sus domicilios todos los profesionales que puedan hacerlo (más del 90% de la plantilla en España)**
- **Indra Brand Center facilita a los profesionales plantillas, guías y recursos para elaborar contenidos inspiradores, como presentaciones comerciales o vídeos, atendiendo a las directrices de diseño y branding corporativos, lo que les permitirá operar de forma rápida y eficiente a pesar del confinamiento**

**Madrid, 22 de abril de 2020.-** Indra, una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría, ha puesto a disposición de sus más de 49.000 empleados en todo el mundo una plataforma –conocida como Indra Brand Center- para permitirles acceder online a la información y todos los recursos necesarios para reflejar el propósito y los valores e implementar correctamente la personalidad de las marcas del grupo en contenidos comerciales y corporativos.

Esta nueva y reforzada herramienta de trabajo supone un paso adelante en el proceso llevado a cabo por Indra para facilitar que todos los profesionales de la compañía que puedan realizar sus actividades trabajando en su domicilio así lo hagan, para garantizar sus capacidades y un alto nivel de servicios a sus clientes, asegurar la más alta protección de los profesionales y facilitar un modelo de conciliación y atención a sus familias.

En este sentido, Indra comenzó a facilitar el trabajo en el domicilio a sus profesionales el 11 de marzo. Solo 48 horas después, todos los profesionales que podían disfrutar de esta opción, que suponen más del 90% de la plantilla en España (cerca de los 30.000 profesionales), ya estaban trabajando en su domicilio. Este proceso incluyó ampliar la capacidad de redes y usuarios concurrentes, asegurando la puesta a punto y la implementación de las herramientas de colaboración online, además de garantizar la disponibilidad y suministro de equipos físicos, como portátiles, móviles y módems, para todos aquellos empleados que lo pudieran necesitar.

El hecho de disponer de un espacio digital, accesible por todos los profesionales de Indra desde sus hogares, permitirá garantizar la coherencia y la consistencia de las marcas en sus aplicaciones, minimizando errores y ahorrando tiempo y costes a pesar del confinamiento derivado de la pandemia del COVID-19.

Gracias al nuevo Indra Brand Center ([www.indrabrandcenter.com](http://www.indrabrandcenter.com)), los profesionales de la compañía, así como los colaboradores y proveedores, podrán conocer en profundidad y de forma sencilla el propósito corporativo, valores, posicionamiento corporativo y de negocio y diferenciación en el mercado que aportan las marcas Indra y Minsait (bajo la que Indra agrupa todos sus negocios de Tecnologías de la Información). Ello les ayudará a profundizar en el conocimiento de la compañía y convertirse en sus mejores embajadores.

Con un solo clic, los profesionales podrán conseguir el máximo impacto en sus aplicaciones de marca y en sus documentos de trabajo y de marketing, gracias al acceso facilitado en el Indra Brand Center a una completa información sobre:

- Las marcas (caso de propósitos, valores, arquitecturas, ideas de marca, identidades verbales, o posicionamientos en los mercados).

- Su identidad visual (con información detallada sobre logotipos, colores, tipografías, pictogramas, estilo de fotografía o ilustración).
- Guías de diseño y aplicaciones.
- Recursos multimedia.
- Plantillas.
- Mejores prácticas y ejemplos de inspiración.

### Acerca de Indra

Indra ([www.indracompany.com](http://www.indracompany.com)) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2019, Indra tuvo unos ingresos de 3.204 millones de euros, más de 49.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.