

## INTERBRAND HA DESARROLLADO UN PROYECTO INTEGRAL DE BRANDING PARA INDRA SOBRE SU NUEVA UNIDAD DE NEGOCIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL MINSAIT

- La consultora de marca ha realizado un proyecto 360º de branding para la unidad de negocio de Indra que da respuesta a los retos que la transformación digital plantea a empresas e instituciones
- Minsait aúna la oferta integral de Interbrand dividida en cuatro grandes áreas: insight, estrategia, experiencia y activación de marca

**Madrid, 18 de febrero de 2016.-** Minsait, la marca creada por Interbrand para la nueva unidad de negocio de Indra, da respuesta a los retos que plantea la transformación digital.

La estrategia de Minsait busca diferenciarse de los principales competidores por medio de la combinación del liderazgo de Indra en este mercado, y el impulso a través de un nuevo y diferenciado enfoque comercial.

Bajo la idea de marca, 'Sparking bright minds', Minsait se presenta como el ecosistema que crea soluciones tangibles que generan y ponen en valor una metodología diferencial, una ampliada cartera de soluciones de negocio, un modelo propio y diferente de venta, entrega y soporte orientado a la generación de impacto, y una organización flexible basada en equipos multidisciplinares para impulsar la reinención del negocio de sus clientes en un escenario disruptivo, en el que se ha pasado de un entorno en el que prima lo físico a uno en el que prima lo digital.

Interbrand se ha encargado del desarrollo de la estrategia de la marca y la creación del naming de la nueva unidad: Minsait. El nuevo nombre refleja la esencia de la marca: mentes, búsquedas de significados (meaning), pertenencia a Indra, ver más allá (sight) y decir lo que ves (say), en un lenguaje tecnológico.

En cuanto a la declinación de la estrategia en un lema comercial, se ha apostado por 'Impact to go'. Un lema que potencia la intención de Indra por generar impacto en el negocio de sus clientes a través de su modelo de soluciones.

Para ello, se ha creado un modelo (Foresee, Engage, Empower, Protect), que en un nuevo contexto de clientes y competidores ayudará a potenciar las capacidades de manera ágil, flexible e integrada, desde el negocio de la tecnología.

Indra solicitó el desarrollo de una identidad que aportara frescura a la nueva unidad de negocio que liderará la transformación digital y tecnológica de la compañía, resultando una experiencia rupturista y atractiva para clientes, empleados y otros stakeholders de la compañía

El objetivo de Interbrand era comunicar a través del diseño algo tan complejo como soluciones tecnológicas de última generación de una forma sencilla y sugerente. Éste ha sido el principal reto de la fase creativa.

Personas y tecnología interactúan en un mundo de luz que refleja la actitud retadora de un talento destinado a crear soluciones de tecnología avanzada. Un ecosistema gráfico multiplataforma de raíz digital que da solución a la activación de todos los puntos de contacto

de la nueva marca: web, dossieres, señalética, motion, eventos, papelería, pictogramas, guía de marca, etc. Los colores neón nos ayudan a crear un mundo luminiscente que habla de una tecnología excitante y llena de optimismo. Se ha fotografiado a empleados potenciando la luz en los ojos para simbolizar la ambición y el talento de una nueva cultura colaborativa.

Especialmente importante ha sido conseguir que la user interface de la web resultara atractiva teniendo en cuenta que el foco periodístico definido para el site, requirió ejecutar un desarrollo muy amplio en su arquitectura, contenido, variedad de estilo y capacidad de adaptación multiplataforma.

Con todo ello, se espera que la nueva unidad de negocio, Minsait, con el aval de Indra, lidere el discurso tecnológico del futuro.

### Acerca de Interbrand

Interbrand es la consultora de marcas líder a nivel mundial con una red de 31 oficinas en 27 países. Desde que inició su negocio en 1974, ha cambiado la forma en la que el mundo ve el branding: de una simple palabra para definir un "logo" al intangible más valioso de la empresa y la implementación de la estrategia de negocio. Autora del influyente ranking anual Best Global Brands y del portal ganador de un premio Webby Award brandchannel, Interbrand cree en el poder de las marcas para cambiar el mundo y contribuye a que sus marcas alcancen este objetivo cada día. La combinación de estrategia, creatividad y tecnología de Interbrand transmite ideas frescas e insights, profunda inteligencia de marca, oportunidades de negocio claras y experiencias de marca únicas. Interbrand tiene divisiones especializadas en salud (InterbrandHealth) y retail (Interbrand Design Forum en Norteamérica y HMKM en Europa y Asia). Interbrand es parte de Omnicom Group Inc. (NYSE: OMC). Para más información, por favor visite [www.interbrand.com](http://www.interbrand.com) y siganos en Twitter, LinkedIn, Instagram.

### Acerca de Minsait

Minsait es la unidad de negocio de Indra que da respuesta a los retos que la transformación digital plantea a empresas e instituciones, por medio de la oferta de resultados inmediatos y tangibles. Indra ha agrupado en Minsait su cartera de soluciones de tecnología y consultoría en el negocio digital, que le han convertido en una de las empresas líderes de este mercado en España. Y la ha impulsado con una metodología diferencial, una ampliada cartera de soluciones de negocio, un modelo propio y diferente de venta, entrega y soporte orientado a la generación de impacto, y una organización flexible basada en equipos multidisciplinares, formados por especialistas de perfiles muy concretos. Minsait completa la oferta del resto de verticales de alto valor de Indra, favoreciendo su orientación hacia los negocios clave de sus clientes, y con ello será un motor para acelerar el crecimiento de Indra.

### Acerca de Indra

Indra es una de las principales empresas globales de consultoría y tecnología y el socio tecnológico global para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Desarrolla una oferta integral de soluciones propias y servicios avanzados y de alto valor añadido en tecnología, a la que añade una cultura única de fiabilidad, flexibilidad y adaptación a las necesidades de sus clientes. Indra es líder mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas integrales en campos como Defensa y Seguridad; Transporte y Tráfico; Energía e Industria; Telecomunicaciones y Media; Servicios financieros; y Administraciones públicas y Sanidad. Y a través de su unidad Minsait, da respuesta a los retos que plantea la transformación digital. En el ejercicio 2014 tuvo ingresos de 2.938 millones de euros, 39.000 empleados, presencia local en 46 países y proyectos en más de 140 países.